



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“Exportacion de Arándanos al Mercado Chino, Lima
2017”

TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OBTENER EL
GRADO DE:

Bachiller en Negocios Internacionales

AUTOR:

Cristiam Martin Rosado Silvestre

ASESOR:

Dr. Luis Burgos Encarnación

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

PERÚ

2017



ACTA DE SUSTENTACIÓN

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, presentado por don (ña):

Rosado Silvestre Cristian Morfin

Cuyo Título es:

Exportación de Arándanos al mercado
China 2017.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número) BUENAS (letras).

Callao, 01 de 12 del 2017.

[Signature]
PRESIDENTE
M.G. BRUNO CASTILLO CANALES

[Signature]
SECRETARIO
M.G. CARLOS ALVAREZ SANCHEZ

[Signature]
VOCAL
DR. LUIS BUREOS ENCARNACION

NOTA: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Rosado Silvestre, Cristiam Martin, Con DNI N° 25723930, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, 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 presenta en el presente trabajo de investigación 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 Cesar Vallejo.

Lima, 1 de diciembre de 2017

Rosado Silvestre, Cristiam Martin
DNI N°25723930

RESUMEN

El presente Estudio tuvo como objetivo establecer los mecanismos para poder incrementar la exportación de arándanos frescos al mercado chino 2017. Esta investigación es significativa porque el Perú tiene una variedad de suelos y climas que ubican al arándano en un aspecto alentador a nivel mundial. El nivel de la investigación es descriptivo, porque se narran los factores que aprueban el aumento de las exportaciones, el diseño es no experimental de corte transversal ya que la recolección de información se brinda en un solo momento. Los efectos logrados en el factor económico, señalan, según informe de las entidades gubernamentales, que para el Perú la crecida de la producción de arándanos entre los meses de Setiembre a Diciembre (contra estación) es un componente que amplía la exportación. En el factor de producción la eventualidad de recobrar la inversión entre el segundo y cuarto año de alta influencia de rentabilidad. De similar forma al ambiente tecnológico, haciendo de aplicación un soporte designado "Sustraberry" es factible avanzar la producción en un 20% desde el inicio del periodo. Otro elemento es el logístico donde se necesita el aumento de contenedores refrigerados, reducir los tiempos de tiempos de la vía marítimos y de los extra costos totales en la cadena logística. El componente antes indicado nos permite un acrecentamiento en las exportaciones de los arándanos frescos. Se determina que el predominante que amplía más la exportación del arándano en un tiempo de estacionalidad del producto. El presente estudio enuncia que el cultivo del arándano aumenta la producción en el Perú es una elección de exportación viable y altamente provechosa en la agro exportación.

Palabras claves: Exportación, Producción, Rentabilidad, Comercio Internacional

ABSTRACT

The objective of this research was to establish the components that increase the export of fresh blueberries to the Chinese market 2017. This research is important because Peru has a diversity of soils and climates that place the cranberry in an encouraging perspective worldwide. The level of the research is descriptive, because the factors that allow the increase of exports are related, the design is non-experimental of cross-section since the data collection was provided in a single moment. The results obtained in the economic factor, indicate, according to report of Sierra and Selva Exportadora, that for Peru the increase of the production of blueberries between the months of September to December (against station) is an element that extends the export. In the factor of production the eventuality of recovering the investment between the second and fourth years with a high influence of subsequent profitability. In a similar way in the technological environment, making use of a type of foundation called "Sustraberry" can advance production by 25% from the beginning of it. Another factor is the logistic where it is required the flood of equipment of refrigerated containers, the reduction of maritime transport times and of integral logistic cost overruns. These factors allow an increase in the exports of fresh blueberries. It is concluded that the factor that increases more the export is the production of blueberries in a period of seasonality of the product. Likewise, the research expresses that the cultivation of cranberry and the increase of production in Peru is a feasible and highly beneficial export option within the agricultural sector. The objective of this research was to establish the components that increase the export of fresh blueberries to the Chinese market 2017. This research is important because Peru has a diversity of soils and climates that place the cranberry in an encouraging perspective worldwide. The level of the research is descriptive, because the factors that allow the increase of exports are related, the design is non-experimental of cross-section since the data collection was provided in a single moment. The results obtained in the economic factor, indicate, according to report of Sierra and Selva Exportadora, that for Peru the increase of the production of blueberries between the months of September to December (against station) is an element that extends the export. In the factor of production the eventuality of

recovering the investment between the second and fourth years with a high influence of subsequent profitability. In a similar way in the technological environment, making use of a type of foundation called "Sustraberry" can advance production by 25% from the beginning of it. Another factor is the logistic where it is required the flood of equipment of refrigerated containers, the reduction of maritime transport times and of integral logistic cost overruns. These factors allow an increase in the exports of fresh blueberries. It is concluded that the factor that increases more the export is the production of blueberries in a period of seasonality of the product. Likewise, the research expresses that the cultivation of cranberry and the increase of production in Peru is a feasible and highly beneficial export option within the agricultural sector.

Keywords: Exportation, Production, Profitability, International Trade

Índice

	Pág.
PORTADA	
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INDICE	5
1.INTRODUCCION	7
1.1 REALIDAD PROBLEMATICA	7
1.1.1 Plantiamiento del Problema	7
1.1.2 Formulacion del Problema	8
1.2 JUSTIFICACIONES	8
1.3 ANTECEDENTES	9
1.3.1 Nacionales	9
1.3.2 Internacionales	11
1.4 OBJETIVOS	12
1.4.1 Objetivo General	12
1.4.2 Objetivo Especifico	12
1.5 TEORIA QUE FUNDAMENTE EL ESTUDIO	13
1.6 MARCO METODOLOGICO	17
1.6.1 Diseño de Investigación	17
1.6.2 Variables , Operacionalización	18
1.6.3 Población y Muestra	19
1.6.4 Técnica e Instrumento de Recolección	19
1.6.5 Validez y Confiabilidad	19
II. DESARROLLO	20
2.1 Descripción de Resultados	20
2.2 Discusión	29
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	34
ANEXOS	36

INDICE DE TABLA Y FIGURAS

TABLA Y FIGURA 1	20
TABLA Y FIGURA 2	21
TABLA Y FIGURA 3	22
TABLA Y FIGURA 4	23
FIGURA 5	24
FIGURA 6	25
FIGURA 7	26
FIGURA 8	27

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

1.1.1 Planteamiento Del Problema

El Perú busca incorporar los arándanos a su mercado exportable, una fruta que incluso en tres no era conocida, sin embargo, hoy en día está cautivando a empresas internacionales y a las mypes –hasta el momento tenemos algo de 250 ha en nuestro territorio-, fundamentalmente por estar bien cotizado y por la oportunidad de conseguir una ventana comercial en un tiempo donde los países a nivel mundial se encuentran con pocos recursos agroindustriales.

“El Perú se considera en la actualidad uno de los países con un alto grado de probabilidades de implementar la producción de arándanos. Eso, teniendo como referencia que en las importantes zonas productoras del mundo están disminuyendo su producción, incluso en Uruguay ha disminuido.

Hemos elegido exportar los arándanos al mercado chino porque en los últimos años se ha desarrollado a tal punto de ser uno de los países de mayor exportación de esta fruta esto se debe por su alto contenido de antioxidante.

Por consiguiente, nos brinda buenos augurios de incremento en el ámbito mundial, gracias a la importancia en los nutrientes obtenidos y antioxidantes. Esta variedad está familiarizada con los berries, cuyas oportunidades es muy favorable y se orienta a lograr un suministro global en los doce meses del año. El mercado es variable, el arándano se comercializa también en otras presentaciones, asimismo pueden presentarse como secos, extractos, alimentos procesados (helados, postres, dulces), jugos y bebidas, aceites e ingredientes para productos de alta importancia. Estas Características estimulan a que el arándano sea consumido en toda Asia.

En los últimos años el Perú se posiciono como el cuarto país de exportación de Arándanos superados por EE.UU., Canadá y Chile, asimismo el poderoso país Asiático China ha aumentado el consumo de este producto siendo un mercado emergente para nuestros propósitos de exportación, siendo el segundo país de Arándanos hacia el mercado chino.

Luego de lograr la apertura del mercado chino para los arándanos de Perú a fines del 2016, los envíos de los arándanos hacia Asia-China han conseguido alcanzar un gran volumen de exportación de 4 mil toneladas.

Según datos del Mincetur, durante el 2017 los envíos de arándanos peruanos sumaron USD 361 millones, lo que significa un aumento de un 50% en comparación al 2016, mientras que los volúmenes exportados tuvieron un alza de un 53% y los precios FOB una baja de un 2%.

1.1.2 Formulación del Problema

Problema general.

¿De qué manera son viables las exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima 2017?

Problema específico 1

¿De qué manera es posible atender la Demanda de las exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima 2017?

Problema específico 2

¿De qué manera influye el Precio en las exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima 2017?

Problema específico 3

¿De qué manera influye la Estacionalidad en las exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima 2017?

1.2 Justificación del estudio.

Dada la tendencia, al crecimiento, del consumo de productos frescos y orgánicos, en especial en países del “primer mundo”, entre ellos China y considerando el crecimiento firme de la producción de arándanos a nivel nacional hemos notado en la exportación de este fruto, una atractiva oportunidad de generar negocio, tomando en cuenta las ventajas que supone tener un TLC ya aprobado con China. El Perú ofrece hoy considerables posibilidades para lograr realizar actividades económicas de gran rentabilidad Económica, las mismas que se muestren en las exportaciones, en posibilidades de mayores empleos. Por con secuencia este trabajo busca

estimular y ampliar las exportaciones de arándanos a China, buscando cubrir su mercado con una de nuestras ventajas a nivel internacional la estacionalidad.

Justificación metodológica.

El estudio se demuestra ya que los métodos, procedimientos y técnicas e instrumentos desempeñados en el estudio, con la validación aceptada y confiabilidad realizada, lograrán ser vistos y usados por demás asignaciones de estudio, también por empresas que quieran tener conocimiento las exportaciones de arándanos al mercado chino. Las consecuencias obtenidas tomarán como información para las demás empresas que investiguen el desarrollo del tema citado.

1.3 ANTECEDENTES

1.3.1 Nacionales

Ángulo y Otiniano (2014) realizaron la tesis titulada “Oportunidad de negocio en el mercado chino para incrementar la exportación peruana de arándanos frescos de la región La Libertad”, para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, en la Universidad Privada del Norte, propone como objetivo identificar las oportunidades de negocio a empresas interesadas en incursionar o diversificar en el mercado de China para la venta de arándanos. Estudio descriptivo, de diseño no experimental. Los resultados mostraron que el Perú presenta ventajas competitivas en comparación con el resto de países ofertantes, porque no solo tiene las tierras y la variedad climática para la producción de arándanos, sino que puede ofertar en contra estación a los mercados que demandan dicho producto como EE.UU., Chile, Argentina, Canadá y España, siendo un mercado en expansión. Concluyendo que las oportunidades de negocio del mercado chino influirán positivamente incrementando las exportaciones peruanas de arándanos en los años siguientes.

Esta investigación es trascendental para el presente estudio porque puntualiza las características del mercado de China, las barreras arancelarias y no arancelarias de exportación y el contorno del comprador chino.

Gamarra (2016) desarrolló la tesis titulada “Estrategias de mercado para fomentar

la exportación de arándano (*Vaccinium*) desde Lima a Estados Unidos”, presentada para optar el grado de Magister Scientiae en Agro negocios en la Universidad Nacional Agraria La Molina (Lima, Perú), con el objetivo de evaluar y proponer estrategias de mercado para el desarrollo de la producción y comercialización del arándano peruano que permita incrementar sus ventas y su posicionamiento en el mercado americano. Dicha investigación realizó un estudio descriptivo, explicativo, de diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 8 empresas que generan el 74% de las exportaciones monetarias. Los resultados del estudio concluyeron que las ventas de las exportaciones de arándano peruano se incrementaron en promedio en diez años en 70%, aplicando estrategias de marketing se incrementó hasta un 26% más, alcanzando el Perú una cuota del mercado de arándanos en Estados Unidos de 5.2%. También concluyen que los exportadores peruanos deben de trabajar en crear y posicionar marcas porque por su calidad y atributos sensoriales son preferidos por el consumidor americano.

El estudio aporta a nuestra investigación ya que nos permite investigar las diferentes estrategias que hay que realizar para exportar arándanos desde el Perú, lo cual también nos permitir contractar con nuestros resultados, favorecerá a un mejor estudio de las estrategias competitivas más seguras en la exportación de arándanos.

Juanito (2018), en la tesis “Plan de negocio para la producción y exportación de arándanos cultivado en la zona del norte de Lima para el mercado de China”, presentada para optar el título de x, en la Universidad ESAN (Lima, Perú), propone como objetivo formular un plan de negocio integral que demuestre la viabilidad del proyecto de producción y exportación de arándanos a China. Siendo sus principales conclusiones que, en el modelo de negocio para arándanos frescos, la propuesta de valor va dirigida al nicho de mercado ofreciendo un producto de alta calidad de acuerdo a los estándares internacionales, ofertado en las fechas que existe escasez de producto de nuestra competencia. Del análisis estratégico, se evidencia un entorno empresarial favorable, desarrollando e implementando una cadena productiva para la producción, comercialización y exportación de arándanos fresco al mercado de China.

El estudio contribuye a la presente investigación porque describe los puntos más fuertes de la producción de arándanos en el Perú, así como los mercados globales internacionales potenciales para su exportación. Por otro lado, presenta las peculiaridades del mercado chino e identifica las estrategias más oportunas para exportar a ese país.

1.3.2 Internacionales

En materia de este estudio se encontraron los siguientes antecedentes: Pérez (2018) en su tesis relacionada “Análisis de la cadena Productiva del Arándano en México y Chile” respecto al sistema alimentario, analiza cómo en México, la crisis del modelo de crecimiento endógeno derivó en la sustitución de importaciones, ya que se carecía de políticas públicas que seleccionaran aquellas commodities que debían sustituirse. Dicha crisis de seguridad alimentaria generada, entre otras cosas por la inestabilidad económica de finales de los setentas, comenzó su declive en 1982 con la desaparición de la Comisión Nacional Coordinadora del Sector Agropecuario, aun cuando dicho organismo había sido creado siete años antes; dejando atrás el sueño mexicano de la soberanía alimentaria y la canasta básica. El estudio es significativo, porque ayuda en relación al panorama macroeconómica mundial, mostrando el contexto globalizador, donde la característica es la liberalización de mercados y los Acuerdos Internacionales y tratados de libre comercio que crean circunstancias para que las empresas latinoamericanas exporten sus productos a distintos mercados internacionales.

Vivanco (2015), en la tesis “Evaluación de pre factibilidad de exportación compartida entre Pymes productoras de arándano orgánico, de los países de Argentina y Chile, hacia el mercado hortofrutícola de Hong Kong, China”, presentada para optar el grado de Maestro, en la Universidad Nacional de La Plata (Argentina), con el objetivo de estimar la viabilidad de exportación compartida de pequeñas y medianas empresas productoras-exportadoras rurales de arándanos orgánicos, asentadas en los países de Argentina y Chile, hacia China. Para realizar esta investigación de carácter exploratorio, se realizaron entrevistas a personas expertas en el tema y se

obtuvo información de fuentes secundarias como sitios web gubernamentales, intergubernamentales y web de organizaciones que abordan la temática de investigación.

La utilidad de la investigación de Vivanco consiste en que examina la posibilidad de las pequeñas empresas para que entren en los mercados internacionales, lo cual es de suma utilidad porque el estudio busca justamente estudiar dichas posibilidades de las empresas peruanas de incursionar en el mercado chino.

Leyton y Rodríguez (2015) realizaron la tesis “Prospección y exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense”, para optar el Título de Ingeniero Comercial, en la Universidad de Talca (Chile), con el objetivo de determinar la rentabilidad de la exportación de arándanos en Estados Unidos. Tomando en comparación al productor y a quien integra todos los procesos productivos del arándano. Chile presenta una ventaja muy importante en cuanto a la estacionalidad, si bien, EEUU es el principal exportador también es el principal importador. Aunque el presente estudio indaga la exportación de arándanos en el mercado norteamericano, nos permitirá confrontar sus efectos obtenidos en cuanto a la estacionalidad del producto y su demanda.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Determinar son viables las exportaciones de arándanos en el mercado chino, 2017.

1.4.2 Objetivos Específicos

Objetivo específico 1

Determinar la dimensión de la demanda en las exportaciones de los arándanos en el mercado chino, Lima 2017.

Objetivo específico 2

Determinar el Precio de las exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima 2017.

Objetivo específico 3

Determinar la Estacionalidad en las exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima 2017.

1.5 TEORIA QUE FUNDAMENTAN EL ESTUDIO

1.5.1 Arándanos

El Ministerio de Agricultura y Riego (2016) explica que:

Los arándanos constituyen un grupo de especies nativas del hemisferio norte, pertenecen a la familia de la Ericáceas, la misma familia a la que pertenecen las azaleas y el rododendro. Las especies de mayor interés comercial son: arándano alto, highbush y el arándano ojo de conejo, rabbiteye.

Son arbustos que alcanzan alturas que van desde unos pocos centímetros hasta 2,5 metros, sus hojas son simples y caedizas, su forma varia de ovalada a lanceolada, se distribuyen en forma alterna a lo largo de la ramilla, las estomas están ubicados exclusivamente en el envés de las hojas en densidades de hasta 300 por mm cuadrado. El fruto es una baya redondeada, de 7 a 9 mm de diámetro, de color negro azulado, cubierta de pruina azul y con un ribete en lo alto a modo de coronita, su carne, de un agradable sabor agrídulce, es de color vinoso, y en la parte central contiene diversas simientes. (p. 4).

1.5.2 Valor nutricional del arándano:

Según la estandarización de la Agencia Federal de Alimentos y Drogas de EE. UU (FDA), el blueberry es un fruto bajo en calorías, libre de grasas y sodio, libre de colesterol, rico en fibra y vitaminas. Sus principales características nutricionales son las siguientes:

-Es una excelente fuente de vitamina C. Por cada 100 gramos contiene 12 mg de vitamina C, lo cual es aproximadamente el 25% del requerimiento diario de esta vitamina.

-Es una excelente fuente de fibra dietética, favoreciendo a mantener el colesterol bajo control y mejora la digestión.

-Contiene sustanciales cantidades de magnesio, importante mineral para el progreso de los huesos y en el metabolismo de proteínas, carbohidratos y grasas.

-Contiene sustancias que poseen propiedades antioxidantes. Los arándanos

silvestres ostentan una mayor cantidad de esta sustancia.

Exportación

Definición

Según Sierralta (1998):

“El comercio internacional es parte del sistema económico mundial y está basado en tres aspectos básicos: las diferencias y ventajas que tienen los países para producir determinados bienes y servicios, sea por la disposición de materias primas, eficiencia productiva o dominio tecnológico; la interdependencia cada vez más creciente, debido al desarrollo de las comunicaciones, las vinculaciones multilaterales en los grandes foros mundiales, junto a los intereses de los centros de poder, y el afán explicable de los países en establecer un fluido de intercambio que mantenga el equilibrio de sus balanzas de pagos.” (p. 114)

Porlles (2007) plantea que “el comercio internacional es de doble vía, que se desarrolla entre dos puntos económicos y comporta dos tipos de operaciones, una de exportación y otra de importación” (p. 20). El presente estudio está enfocado en la exportación.

Dimensiones de la variable Exportación

Dimensión 1: Demanda

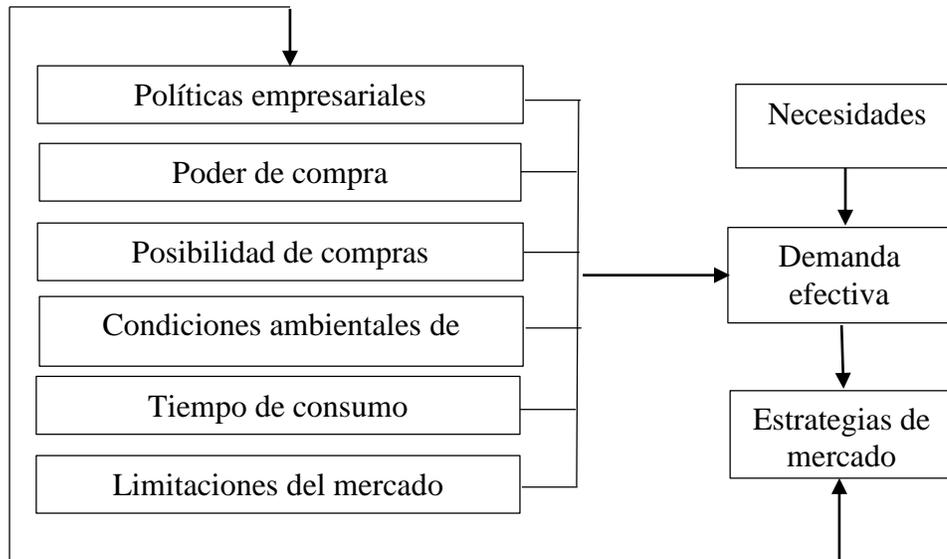
La demanda en economía como cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (Real Academia Española, 2016).

La existencia de una necesidad a satisfacer con el producto o servicio a ofrecer, refleja una oportunidad sobre la demanda potencial.

Según Rosales (2000) la demanda son las diversas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado” (p. 25). Como se aprecia, la demanda se expresa en cantidades de bienes o servicios, el cual está en función de la disposición de compra de los

consumidores.

Por su parte, Córdova (2006) plantea que la demanda: “Es el elemento más importante y más complejo del mercado, está integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo” (p. 163).



Demanda de un producto

Fuente: Córdova (2006, p. 164)

Como se aprecia en la figura, la demanda del producto está en relación a las necesidades del consumidor, fundada en su poder de adquisición, así como otros componentes como las situaciones ambientales, el período de consumo, las restricciones del mercado y las políticas empresariales; frente a este argumento los empresarios deben precisar cuál es la estrategia que deben utilizar para ser competitivos y tener en cuenta dicha demanda.

Dimensión 2: Precio

Se define como valor pecuniario en que se estima algo. Así también en la economía denomina el precio como la cantidad de dinero que la sociedad debe pagar a cambio de un bien o servicio (Real Academia Española, 2016).

Para Córdova (2006) el precio “es la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien” (p. 173). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en la exportación.

Dimensión 3: Estacionalidad

La estacionalidad como relación de dependencia con respecto a una estación del año. Del mismo modo en términos de producción son las condiciones que deben presentar ciertos productos para desarrollarse sin ningún problema, ya que el clima puede ser un factor importante que determina la eficiencia de la cosecha.

International Monetary Fund (2006) plantea que:

“La existencia de productos estacionales enfrenta a los expertos en estadística de precios con algunos desafíos importantes. Los productos estacionales son productos que a) no están disponibles en el mercado durante determinadas épocas del año, o bien b) están disponibles todo el año, pero sus precios o cantidades están sujetos a fluctuaciones regulares sincronizadas con la estación o la época del año.” (p. 457)

Se llama estacionalidad a los patrones de comportamiento que regularmente exhibe una variable en momentos específicos del año. Por ende, la conducta de estas variables se convierte en predecible y al conocer esta característica, su estudio temporal se facilita.

1.6 MARCO METODOLOGICO

1.6.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación es No Experimental descriptivo porque se “describe situaciones y eventos, es decir como son y cómo se comportan determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003). Así mismo la investigación es de tipo Transversal por qué refiere que “los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Su estudio sólo recolectará, analizará datos en un periodo de tiempo específico”, información según Hernández, Fernández y Baptista (2003).

1.6.2 Variables, Operacionables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Exportación	La exportación es “una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente” (Lerma, 2010, p. 25).	La exportación se define operativamente a través de las dimensiones: demanda, precio y estacionalidad.	Demanda de arándanos	-Exportaciones peruanas en cantidades en el último año.	-Totalmente de acuerdo
				-Cantidades exportadas de Perú en los últimos 2 años.	-De Acuerdo
				-Empresas peruanas exportadoras de arándanos.	-Ni en desacuerdo, ni de acuerdo
			Precio	- Exportaciones peruanas en valores (\$), en el último año.	-En Desacuerdo
				- Valores exportados de Perú (\$) en los últimos 2 años.	-Totalmente en desacuerdo
				- Precios unitarios de exportación por Kg. en los últimos 2 años.	
			Estacionalidad	- Producción de arándanos en Perú.	
				- Estacionalidad de la producción peruana.	
				- Empresas productoras de arándanos frescos en la región de Lima.	
				- Estacionalidad de la producción mundial.	

1.6.3 Población y Muestra

Población

Determinada para la presente investigación son las 40 empresas exportadoras de arándanos a nivel nacional.

Muestra

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{(N - 1) E^2 + Z^2 P Q}$$

En donde:

n= Tamaño de muestra

Z= Valor Z curva normal (1.96)

P= Probabilidad de éxito (0.50)

Q= Probabilidad de fracaso (0.50)

N= Población (40)

E= Error muestral (0.20)

Sustituyendo la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (40)}{(40 - 1) (0.20)^2 + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{38.416}{1.56 + 0.9604}$$

$$n = 15.24$$

$$n = 15$$

Para elegir el tamaño de la muestra se utilizará el muestreo probabilístico simple, la misma que se determinó la encuesta de 15 empresas exportadores de arándanos, teniendo como criterio de inclusión la aceptación de las empresas exportadoras de

arándanos para participar en el presente estudio.

1.6.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica que se utilizara para la extracción de la información en las bases de datos de Mincetur, páginas WEB y la encuesta con el fin de obtener datos de primera mano de las personas que trabajan In situ en las empresas exportadores.

El instrumento que se utilizarán serán 01 cuestionarios para medir la variable: Exportación de arándanos a China.

1.6.5 Validez y Confiabilidad

Validez

Se utilizará la validez de contenido de los instrumentos: Estrategias competitivas y Exportación de arándanos, a través del juicio de expertos.

Dr. Manuel Alberto Morí Paredes

Mg. Luis Alberto Calderón Coello

Mg. José Ignacio Andrades Sosa

Confiabilidad

Para la confiabilidad se hará uso del estadístico Alfa de Cron Bach.

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach basada en		
Alfa de Cronbach	elementos estandarizados	N de elementos
,846	,838	38

II.DESARROLLO

2.1 DESCRIPCION DE RESULTADOS

Tabla 1: Distribución porcentual de la Exportación

Exportación

			Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Válido	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado	
Bajo	6	40,0	40,0	40,0	
Regular	6	40,0	40,0	80,0	
Alto	3	20,0	20,0	100,0	
Total	15	100,0	100,0		

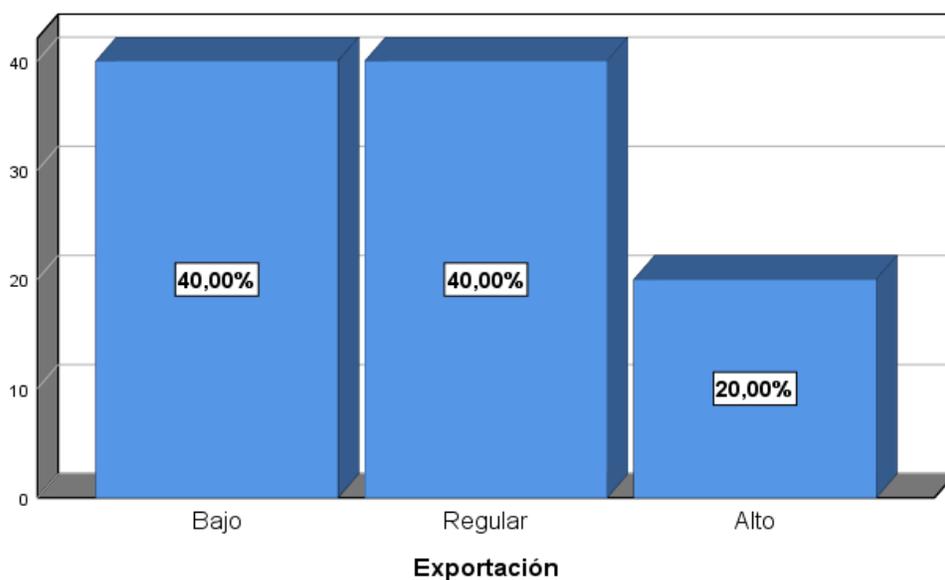


Figura N° 1: Diagrama porcentual de la Exportación

Interpretación: Según la tabla 1 y figura 1 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 15 trabajadores, si es factible promover la exportación, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 20,00% de las exportaciones, un nivel medio de las exportaciones con el 40,00% igualmente con

el nivel bajo, lo cual se realiza mediante la demanda, el precio y la estacionalidad del producto.

Tabla 2: Distribución porcentual de la Demanda

Demanda

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
Válido	Bajo	3	20,0	20,0	20,0
	Regular	7	46,7	46,7	66,7
	Alto	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

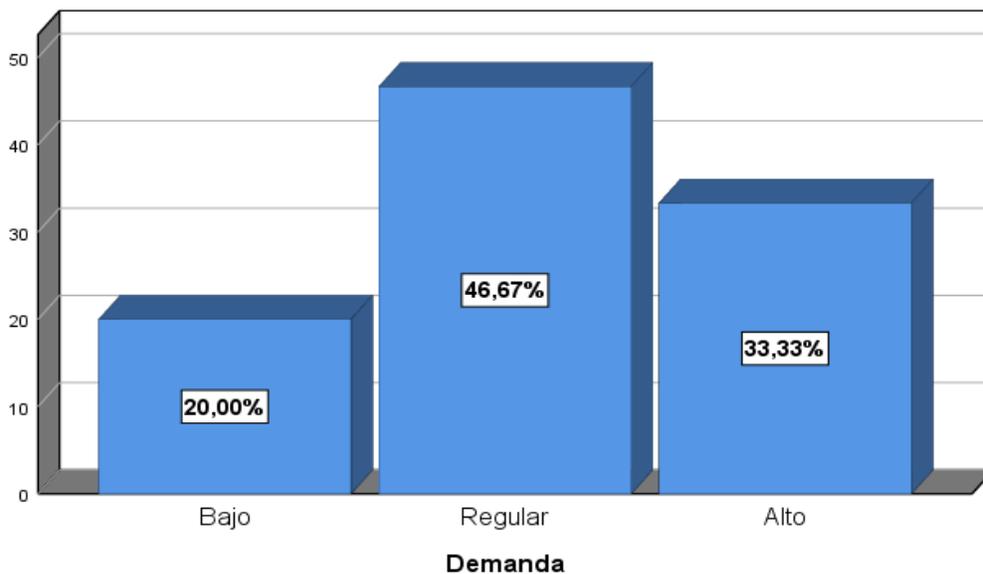


Figura N° 1: Diagrama porcentual de la Demanda

Interpretación: Según la tabla 2 y figura 2 se puede constatar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 15 trabajadores, si es posible concretar la demanda del producto, ya que los trabajadores respondieron a un nivel alto un 33,33% mediante las cantidades exportadas de Perú en los últimos 2 años, mientras un gran porcentaje de trabajadores en un nivel regular del 46,67% presenta la demanda

mediante las exportaciones y un 20,00% de trabajadores en el nivel bajo para la exportación de la empresa.

Tabla 3: Distribución porcentual del Precio

Precio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	20,0	20,0	20,0
	Regular	5	33,3	33,3	53,3
	Alto	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

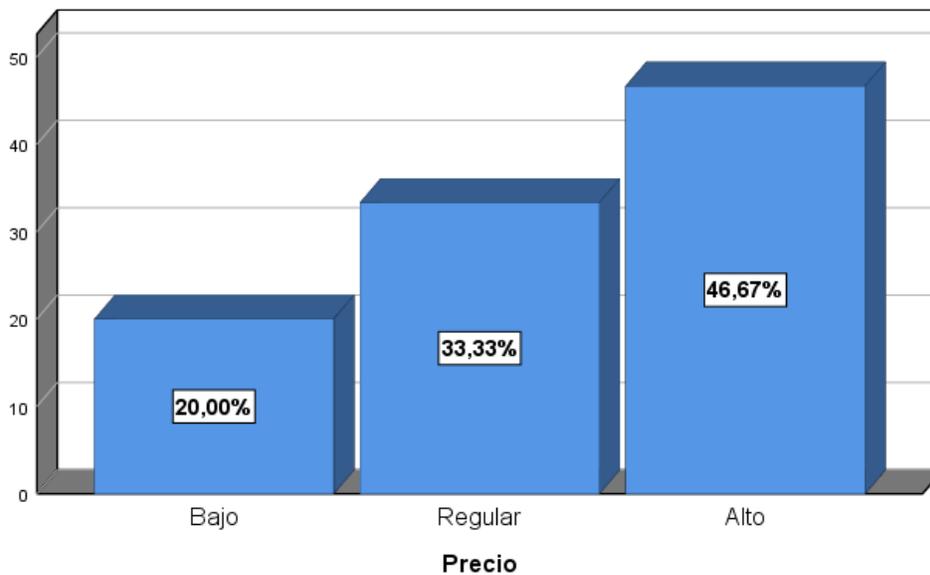


Figura N° 3: Diagrama porcentual del Precio

Interpretación: Según la tabla 3 y figura 3 se puede percibir que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 15 trabajadores, si es propicio introducir el nuevo producto y lograr la aceptación en el mercado internacional, ya que los trabajadores en un nivel alto con el 46,67% manifiesta la necesidad de la exportación mediante los valores exportados, así mismo en un 33,33% los trabajadores en un nivel regular manifiestan un respaldo con respecto a los precios y un 20,00% en un nivel bajo

manifiestan la probabilidad del precio del producto.

Tabla 4: Distribución porcentual de la estacionalidad

Estacionalidad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	33,3	33,3	33,3
	Regular	7	46,7	46,7	80,0
	Alto	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

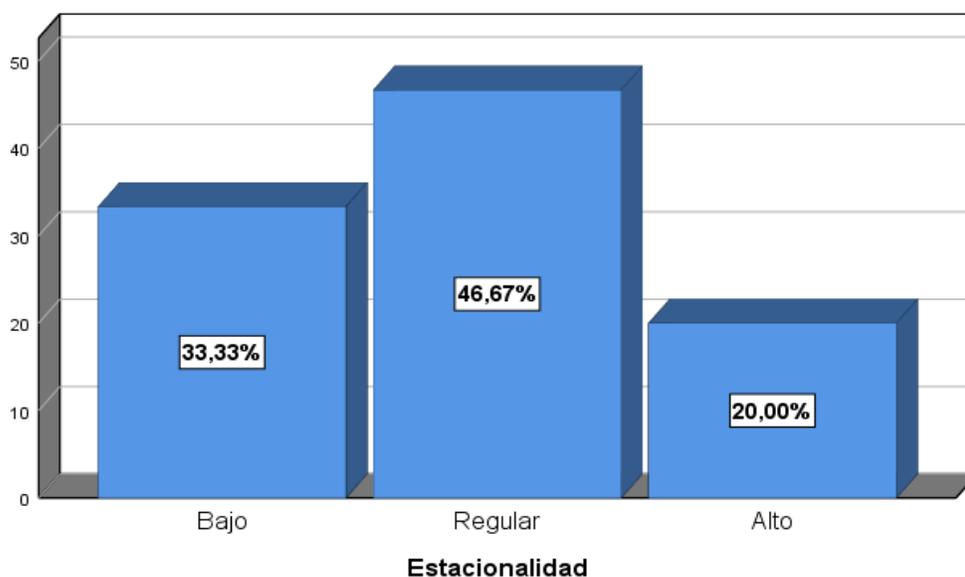


Figura N° 4: Diagrama porcentual de la Estacionalidad

Interpretación: Según la tabla 4 y figura 4 se puede percibir que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 15 trabajadores, si es factible realizar la estacionalidad del producto, ya que los trabajadores en un nivel alto con el 20,00% manifiestan la exportación del producto mediante la producción, mientras un 46,67% de trabajadores en un nivel regular indican que es factible la estacionalidad mediante empresas productoras del producto y un 33,33% en un nivel bajo indican que la estacionalidad es acorde a la economía mundial.

Resultados

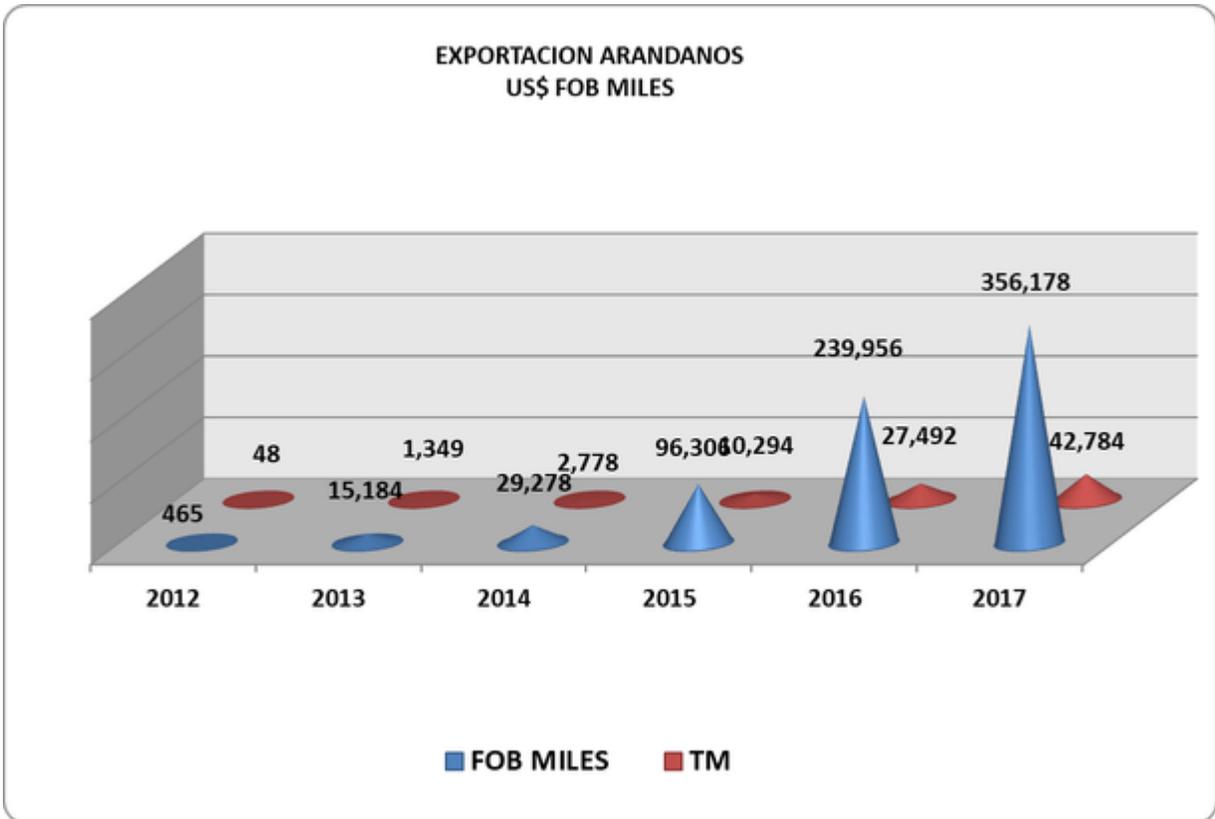
Figura 5 Volúmenes de las Exportaciones de Arándanos

EXPORTACIONES ARANDANOS			12			
MES	2,017			2,016		
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	9,687,116	1,897,047	5.11	12,042,535	2,097,834	5.74
FEBRERO	2,985,132	506,622	5.89	9,194,281	1,296,621	7.09
MARZO	1,225,060	140,755	8.70	3,569,801	352,254	10.13
ABRIL	67,541	8,417	8.02	893,076	101,661	8.78
MAYO	29,118	3,680	7.91	42,499	3,965	10.72
JUNIO	14,933	1,809	8.25	29,770	2,520	11.81
JULIO	2,665,976	282,189	9.45	1,095,940	243,630	4.50
AGOSTO	27,094,537	2,764,736	9.80	14,663,982	1,547,121	9.48
SEPTIEMBRE	77,743,106	7,442,653	10.45	52,310,863	4,182,577	12.51
OCTUBRE	118,815,908	13,578,290	8.75	69,750,358	6,285,993	11.10
NOVIEMBRE	74,536,714	9,789,722	7.61	53,610,331	7,272,972	7.37
DICIEMBRE	41,312,892	6,368,020	6.49	22,752,729	4,104,771	5.54
TOTALES	356,178,033	42,783,940	8.33	239,956,165	27,491,919	8.73
PROMEDIO MES	29,681,503	3,565,328		19,996,347	2,290,993	
%CREC. PROM.	48%	56%	-5%	149%	167%	-7%

Interpretación: Se incrementan en 48% las exportaciones alcanzando los U\$ 356 millones a un precio promedio de U\$ 8.33 kilo, definitivamente el año 2017 fue uno de los mejores en exportación de Arándanos, logrando concretar exportar con el país asiático el tratado de libre comercio aumentando de manera significativa nuestras exportaciones de Arándanos.

Fuente: Agrodata 2017

Figura 6 Exportaciones en valor FOB



Interpretación: En el 2012 difícilmente se exportaba U\$ 465 mil dólares con un espectacular crecimiento hacia los U\$ 356 millones del 2017, pasando a ser uno de los principales Países exportadores de este nuevo producto, vemos un crecimiento tanto en valor FOB como en toneladas observando un panorama positivo en los próximos años, colocándonos como uno de los países con una tendencia al alza y prácticamente brindando a los exportadores una visión a futuro para la inversión de este producto que es el Arándanos.

Tabla 7 Comparativo en Valor FOB por Países en los años 2016 – 2017



Interpretación: Podemos apreciar que EE.UU es el principal destino de las exportaciones de Arándanos seguido de Holanda, tercero Reino Unido y en cuarto puesto figura China que es nuestro país a analizar vemos que su incremento en las exportaciones es realmente ascendente siendo uno de los países emergentes e este producto, la aceptación del Arándano en la China se debe a su alto valor de Antioxidantes, nutrientes que hace una fruta muy consumida en el país de China.

Fuente: Agrodata

Figura 8 Exportadores de Arándanos en el Perú



Interpretación: Son 52 las empresas exportadoras, donde resalta las empresas TALSA y Camposol SA con los mayores porcentajes de exportaciones en el Perú, cabe mencionar que se siguen sumando las empresas exportadoras de Arándanos por ser un producto rentable a largo plazo, a esto hay que sumarle la importancia en la inversión que es necesario para este producto una de los principales formas de seguir creciendo como exportador es buscar asociarse con inversionistas extranjeros para así buscar ampliar sus zonas de producción y poder abastecer la demanda internacional.

Fuente: SUNAT

Elaboración: AGRODATAPERU

estacional que se encuentra orientada especialmente al mercado europeo y norteamericano, aunque se tiene que competir con otros proveedores del Hemisferio Sur como son Chile, Argentina, Uruguay y Nueva Zelanda.

2.2 Discusiones

A continuación, se analiza el aporte de los antecedentes Nacionales e Internacionales (04) y marco teórico, contrastando las hipótesis con los resultados obtenidos:

Pérez (2018) en su tesis relacionada “Análisis de la cadena Productiva del Arándano en México y Chile”, tiene como objetivo la visión panorámica macroeconómica mundial, presentando el contexto globalizador, donde la característica es la liberalización de mercados y los tratados de libre comercio que crean condiciones para que las empresas latinoamericanas exporten sus productos a diferentes mercados internacionales;

Se relaciona con la presente investigación dado que requerimos conocer a través de la globalización los mercados mundiales a donde vamos a ingresar nuestras mercancías, beneficiando los acuerdos comerciales que tengamos con los diferentes países, así a poder contar con una mayor rentabilidad.

Vivanco (2015), en la tesis “Evaluación de pre factibilidad de exportación compartida entre Pymes productoras de arándano orgánico, de los países de Argentina y Chile, hacia el mercado hortofrutícola de Hong Kong, China”, con el objetivo de estimar la viabilidad de exportación compartida de pequeñas y medianas empresas productoras-exportadoras rurales de arándanos orgánicos, asentadas en los países de Argentina y Chile, hacia China

Se relaciona con la presente investigación porque busca conseguir analizar las posibilidades de las empresas peruanas de entrar en el mercado chino buscando la competitividad integral de las empresas.

Leyton y Rodríguez (2015) realizaron la tesis “Prospección y exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense”, para optar el Título de Ingeniero

Comercial, en la Universidad de Talca (Chile), Concluyendo que: el mercado de los arándanos es un mercado muy atractivo y que se encuentra en constante crecimiento. Estados Unidos tiene muy arraigado el consumo de arándanos, por lo tanto, no es sensible a las variaciones del precio, independientemente de este, consumirá de todas formas. El mercado estadounidense, se puede concluir, que este mercado es muy atractivo, si bien existen altas barreras de entrada en relación a la inversión y tecnologías requeridas, estas se ven disminuidas por la rentabilidad que genera este mercado.

Se relaciona con la presente investigación ya que considera las exportaciones de arándanos en el mercado norteamericano, lo cual nos permitirá confrontar sus resultados logrados en cuanto a la estacionalidad del producto, su demanda y precio, asimismo poder ser más competitivos a nivel internacional global.

Ángulo y Otiniano (2014) realizaron la tesis titulada “Oportunidad de negocio en el mercado chino para incrementar la exportación peruana de arándanos frescos de la región La Libertad”, propone como objetivo identificar las oportunidades de negocio a empresas interesadas en incursionar o diversificar en el mercado de China para la venta de arándanos. Concluyendo que las oportunidades de negocio del mercado chino influirán positivamente incrementando las exportaciones peruanas de arándanos en los años siguientes.

Se relaciona con la presente investigación porque describe las bondades y características del mercado de China, las barreras arancelarias y no arancelarias de exportación y el perfil, comportamiento del consumidor chino así nos permitirá fortalecer nuestro enfoque para las exportaciones de Arándanos.

Gamarra (2016) desarrolló la tesis titulada “Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*Vaccinium*) desde Lima a Estados Unidos”, con el objetivo de evaluar y proponer estrategias de mercado para el desarrollo de la producción y comercialización del arándano peruano que permita incrementar sus ventas y su posicionamiento en el mercado americano.

Se relaciona con la presente investigación porque nos permite comparar los

estudios realizado sobre como incursionar a mercados internacionales que estrategias utilizaron, asimismo como enfocar el nicho de mercado el cual vamos a estudiar buscar nuevos puntos de venta de nuestro producto y cómo podemos aumentar nuestras rentabilidad a nivel internacional.

Juanito (2018), en la tesis “Plan de negocio para la producción y exportación de arándanos cultivados en la zona del norte de Lima para el mercado de China, propone como objetivo formular un plan de negocio integral que demuestre la viabilidad del proyecto de producción y exportación de arándanos a China. Siendo sus principales conclusiones que, en el modelo de negocio para arándanos frescos, la propuesta de valor va dirigida al nicho de mercado ofreciendo un producto de alta calidad de acuerdo a los estándares internacionales, ofertado en las fechas que existe escasez de producto de nuestra competencia. Del análisis estratégico, se evidencia un entorno empresarial favorable, desarrollando e implementando una cadena productiva para la producción, comercialización y exportación de arándanos fresco al mercado de China.

Se relación con la presente investigación porque describe las fortalezas de la producción de arándanos en el Perú, así como los nichos de mercados viables para su exportación. Por otro lado, muestra las particularidades del mercado chino e identifica las estrategias más definidas para exportar a ese país.

III.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en nuestro desarrollo y las figuras donde apreciamos el alza del producto arándanos en las exportaciones llegamos a las siguientes conclusiones:

1.-Concluimos que las Exportaciones de Arándanos al mercado chino en el año 2017 fueron exitosas, así como observamos en nuestro desarrollo de nuestra investigación con un resultado para las exportaciones fueron beneficiosa, como notamos en la tabla 1 el 20% nos confirma que si es factible exportar el producto

arándano al mercado chino con un 40% de las personas en media medida para su aceptación, asimismo somos el tercer país en exportar a china lo que nos hace un país atractivo para los arándanos.

2.-Concluimos que la demanda internacional de arándanos frescos se ha incrementado en los últimos 2 años, siendo uno de los motivos el aumento del consumo de alimentos nutraceuticos, por su alto contenido de antioxidantes. Nuestras empresas están en la capacidad de atender los requerimientos demanda de las exportaciones de arándanos a china como vemos en el tabla 2 tenemos un 33.33% donde nos indican que si es posible atender dicha demanda mientras que un gran porcentaje de 46,67% trabajadores es regular atender la demanda tenemos el producto arándanos en buenas condiciones el periodo de estacionalidad es el idóneo para su exportación, tenemos una demanda insatisfecha hay que tomarlo como una oportunidad de realizar más inversión para así atender los requerimientos de nuestros cliente y buscar nuevas empresas que quieran nuestros producto.

3.- Concluimos que una ventaja competitiva con respecto a la producción del Arándanos es la estacionalidad, ya que, en los meses de producción alta, somos los únicos proveedores de esta fruta (arándano), obteniendo un precio importante, con lo cual se confirma que una de nuestras dimensiones sobre la estacionalidad como un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos. En los últimos 2 años se ha incrementado la demanda de arándanos frescos al mercado chino, lo que ha generado que la producción del producto en mención sea destinada a las exportaciones, teniendo así oportunidades de conseguir nuevos mercados, a nivel mundial somos el 4to país en exportación de Arándanos a China en el año 2017 siendo un factor determinante las estrategias que los exportadores peruanos han incluido dentro de las exportaciones de sus productos.

Entre los principales competidores de Perú que abastecen mundialmente esta Chile, Uruguay entre otro. Por ello se empieza a salir entre los meses de agosto y setiembre con fuerza a partir de octubre hasta enero del siguiente año, disminuyendo en los siguientes meses,

Volviéndose este periodo una ventana comercial muy importante para nuestro país. El Perú tiene posibilidades y condiciones climáticas favorables para continuar con la creciente producción de arándanos frescos, así como variedades que necesita el mercado mundial.

RECOMENDACIONES

A continuación, detallaremos las recomendaciones para el presente estudio de investigación:

1.-Se recomienda ejecutar un plan estratégico en la cadena de abastecimiento dentro de la empresa con el propósito de conseguir resultados importantes para la exportación de nuestro producto en el mercado chino.

2.-Se recomienda realizar auditorías dentro de la empresa semestrales con el fin de realizar la mejorar los procesos de la empresa factor fundamental para ser competitivos a nivel internacional consiguiendo la disminuir los costos, diferenciarnos frente a la competencia y orientarnos en un lugar determinado.

3.-Se recomienda que la empresa exportadora busque asociarse con nuevas empresas que están interesadas en la exportación de arándanos al mercado chino con el propósito de invertir en nuevas tierras de cultivo, producción y exportación, de esta manera podremos cubrir la demanda de este producto que está siendo considerado y rentable a nivel internacional.

4.- Asimismo, se recomienda el fomento de capacitaciones al personal sobre el buen conducción de campo, cumpliendo con las normas de salubridad vigentes, que estén educadamente uniformados, y que no prexista contaminación de ningún tipo; ya que ante la demanda internacional se debe conservar los estándares de calidad requeridos y la confiabilidad de poder suministrar al mundo.

IV.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ángulo, L. y Otiniano, L. (2014). Oportunidad de negocio en el mercado chino para incrementar la exportación peruana de arándanos frescos de la región La Libertad. (Tesis de grado). Universidad Privada del Norte, La Libertad, Perú.

Agrodataperu.com/2018/01/arandanos-peru-exportacion-2017-diciembre.html

Barney, Jay. (2001) Libro “Teoría basada en recursos: creación y mantenimiento de ventajas competitivas”.

Camacho, M. (2017). La Competitividad Empresarial y el Desempeño Exportador de las Empresas Peruanas de Mangos. (Tesis de grado). Universidad San Ignacio de Loyola.

Córdova, M. (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: ECOE Ediciones.

Huapaya (2017) “Factores a Considerar Para la Exportación de Arándanos Frescos al Mercado Alemán, 2017”

Gamarra, J. (2016). Estrategias de mercado para fomentar la exportación de arándano (*Vaccinium*) desde Lima a Estados Unidos a partir del 2017. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.

González, C., Espilco, L. y Aragón, E. (2003). Análisis de estrategias competitivas en sectores industriales del Perú.

International Monetary Fund. (2006). Manual del índice de precios al consumidor: Teoría y práctica. Washington: Fondo Monetario Internacional.

Juanito, O. (2018). Plan de negocio para la producción y exportación de arándanos cultivado en la zona del norte de Lima para el mercado de China. (Tesis de maestría). Universidad ESAN, Lima, Perú.

Leyton, M. y Rodríguez, A (2015). Prospección y exportación de arándanos frescos al mercado estadounidense. (Tesis de grado). Universidad de Talca, Chile.

González, I. (2014). Gestión del comercio exterior de la empresa. (3ª ed.). México: Manual teórico y práctico. ESIC Editorial.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.

Ministerio de Agricultura y Riego. (2016). El arándano en el Perú y el mundo. Producción, comercio y perspectivas. Lima: Dirección General de Políticas Agrarias.

Mincetur (2017). Exportaciones peruanas de arándano se consolidan en mercado chino.

Mondragón, (2016). El Perú y sus 21 Tratados de Libre Comercio.

Momaya, (1998) Libro ““El Triángulo de la Competitividad: Un modelo de medición de competitividad empresarial, hallazgos empíricos sobre empresas farmacéuticas de EEUU.”

Pérez, O. (2016). Análisis de la cadena Productiva del Arándano en México Y Chile.

Porlles, N. (2007). Derecho de Comercio Internacional. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

Porter, Michael. (1999) libro “El Informe Global de la Competitividad”. EEUU.

Rosales, O. (2000). Elementos de microeconomía. EUNED.

Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). Metodología y diseños en la investigación científica. Lima: Visión Universitaria.

Sandoval, K. y Asmat, A. (2016). Determinantes de la exportación de arándanos frescos en el Perú, período 2006-2015. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Trujillo, Perú.

Superintendencia de Administración aduanera Tributaria, SUNAT

Villegas, L. (2005). Metodología de la Investigación Pedagógica. (3ª ed.). Lima: San Marcos.

Vivanco, Ch. (2015). Evaluación de pre factibilidad de exportación compartida entre Pymes productoras de arándano orgánico, de los países de Argentina y Chile, hacia el mercado hortofrutícola de Hong Kong, China. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

ANEXOS

Instrumentos

Encuesta de las Estrategias Competitivas para la Exportación de Arándanos I.

Esta Encuesta esta dirigida a las expresas que han realizado exportaciones del producto Arándanos cuyas Estrategias Competitivas sirvieron para aumentar sus Exportaciones y se convertirían en las mas exitosas del país.

¿Ud. considera que las empresas que exportan arándanos trabajan conjuntamente y por tal motivo los precios son bajos?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cree Ud. que la Integración vertical le ha permitido mejorar la satisfacción y compromiso de los proveedores y colaboradores?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Considera Ud. que la estacionalidad de la producción de arándanos permiten precios más altos en el mercado chino?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿La capacidad que poseen las empresas peruanas es suficiente para abastecer la demanda de arándanos en el mercado chino?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cuenta su empresa con el personal debidamente capacitado en negociaciones a nivel internacional?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Su empresa realiza entrenamiento del personal superior en temas relacionados con comercio exterior?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Las técnicas como la publicidad y la promoción de ventas son las técnicas más adecuadas para captar más clientes en el mercado chino?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Considera Ud. que la imagen de las empresas peruanas que exportan arándanos es un factor favorable para incrementar su demanda en el mercado chino?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Considera que su empresa debería tener oficinas en distintos lugares de China para facilitar la información necesaria a los potenciales clientes?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cree Ud. que el nivel y calidad de la publicidad es suficiente para lograr la venta de los arándanos en el mercado chino?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Su empresa ha realizado estudios de mercado en China antes de efectuar la exportación de arándanos?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿El consumidor chino tiene preferencia por el arándano peruano por sus atributos naturales?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cree Ud. que el mercado chino es el mayor consumidor de arándanos?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Considera Ud. que se debe explotar más los atributos naturales del arándano para incentivar su consumo en el mercado chino?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cree Ud. que se debe mejorar la presentación del arándano en el mercado chino para incrementar su exportación?

- Totalmente en Desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

VALIDACION DE INSTRUMENTOS

Exportación	La exportación es "una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente" (Lerma, 2010, p. 25).	Demanda Según Rozales (2000) la demanda son las diversas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado" (p. 25).	Exportaciones peruanas en cantidades en el último año. Cantidades exportadas de Perú en los últimos 5 años. Empresas peruanas exportadoras de arándanos.	"Empresa exportadora, es aquella que concentra su actividad productiva en el país de origen y que comercializa sus bienes o servicios en el menos un mercado exterior" (Corporación Universitaria Remington, 2013, p. 3). "En el 2013 el volumen de las exportaciones (del Perú) se multiplica por cinco, alcanzando un volumen de 10 210 toneladas (304% de incremento)". (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016). El Perú "en casi cinco años se ha constituido en el tercer país exportador en importancia de Sudamérica" (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).	¿Cree usted que existen oportunidades de ampliar el mercado y con ello aumentar las cantidades de exportaciones de arándanos a China? ¿Considera Ud. que existe una demanda insatisfecha de arándanos en China? ¿Cree Ud. que la producción de arándanos en el Perú garantiza cubrir la demanda de exportación a China? ¿Considera que su empresa está preparada para cubrir la demanda de arándanos en el mercado China? ¿Considera que se ha incrementado la exportación de arándanos en su empresa en los últimos 5 años? ¿Considera que la demanda de arándanos en China se ha incrementado debido a sus propiedades curativas para diversas enfermedades?
		Precio Según Córdova (2006) el precio es la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien" (p. 173).	Exportaciones peruanas en valores (\$) en el último año. Valores exportados de Perú (\$) en los últimos 5 años.	Exportación: Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva. (Glosario de términos de comercio exterior). Valor Aduanero: Es el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación, ajustado cuando corresponde. (Glosario de términos de comercio exterior).	¿Considera Ud. el precio como un factor importante para exportar? ¿Considera que, en los momentos de menor producción a nivel mundial, el Perú logra un precio más competitivo? ¿Considera que el precio de exportación incrementa cuando la demanda internacional de arándano disminuye? ¿Cree Ud. que el precio que ofertan los competidores influye en la fijación del precio en el mercado peruano para la exportación de arándanos? ¿Considera que los precios de origen peruano se encuentran por encima del precio promedio de exportación? ¿Cree Ud. que los precios de origen peruano se encuentran por encima de los precios unitarios de los países competidores?
			Precios unitarios de exportación por Kg.	"El precio unitario es el precio por unidad de cada bien o servicio" (Ramírez, 2004, p. 33) "Es el resultado de dividir el precio pagado entre la cantidad en unidades de comercialización de	¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar? ¿Cree que el precio de exportación le garantiza un margen de ganancia adecuado?

	Precios unitarios de exportación por Kg. en los últimos 2 años.	¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar? ¿Cree que el precio de exportación le garantiza un margen de ganancia adecuado?				
Estacionalidad	Producción de arándanos en Perú	¿Considera la estacionalidad como un factor importante para exportar? ¿Para Ud. la estacionalidad afecta la producción de los arándanos?				
	Estacionalidad de la producción peruana	¿Considera que la estacionalidad es una ventaja competitiva que aumentan las exportaciones? ¿Cree Ud. que los meses de mayor demanda internacional de arándanos coinciden con los meses de mayor producción peruana? ¿Considera que la estacionalidad del arándano peruano favorece las exportaciones del Perú?				
	Capacidad productiva de las empresas productoras de arándanos	¿Considera que las empresas que producen arándanos en el Perú tienen capacidad de incrementar su producción?				
	Estacionalidad de la producción mundial.	¿Cree que el fenómeno estacionalidad que afecta a los países competidores influye en sus exportaciones?				
Firma del experto		Fecha				

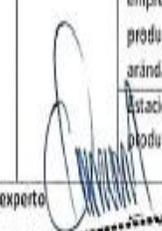
Nota: Las PREGUNTAS e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Exportación	<p>Demanda</p> <p>Según Rozales (2000) la demanda son las diversas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado" (p. 23).</p>	Exportaciones peruanas en cantidades en el último año.	"Empresa exportadora, es aquella que concentra su actividad productiva en el país de origen y que comercializa sus bienes o servicios en al menos un mercado exterior" (Corporación Universitaria Remington, 2015, p. 3).	<p>¿Cree usted que existen oportunidades de ampliar el mercado y con ello aumentar las cantidades de exportaciones de arándanos a China?</p> <p>¿Considera Ud. que existe una demanda insatisfecha de arándanos en China?</p> <p>¿Cree Ud. que la producción de arándanos en el Perú garantiza cubrir la demanda de exportación a China?</p> <p>¿Considera que su empresa está preparada para cubrir la demanda de arándanos en el mercado China?</p>
		Cantidades exportadas de Perú en los últimos 3 años.	"En el 2015 el volumen de las exportaciones (del Perú) se multiplica por cinco, alcanzando un volumen de 10 210 toneladas (304% de incremento)". (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).	<p>¿Considera que se ha incrementado la exportación de arándanos en su empresa en los últimos 3 años?</p> <p>¿Considera que la demanda de arándanos en China se ha incrementado debido a sus propiedades curativas para diversas enfermedades?</p>
		Empresas peruanas exportadoras de arándanos.	El Perú "en casi cinco años se ha constituido en el tercer país exportador en importancia de Sudamérica" (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).	<p>¿Considera que las empresas peruanas han incrementado la exportación de arándanos a China en los últimos 3 años?</p> <p>¿Cree Ud. que la exportación de arándanos a China en los últimos 3 años se debe a que las empresas se han modernizado?</p> <p>¿Cree Ud. que la demanda de arándanos en China está creciendo debido a la tendencia de consumir productos saludables en China?</p>
	<p>Precio</p> <p>Según Córdova (2006) el precio es la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien" (p. 173).</p>	Exportaciones peruanas en valores (\$) en el último año.	Exportación: Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva. (Glosario de términos de comercio exterior).	<p>¿Considera Ud. el precio como un factor importante para exportar?</p> <p>¿Considera que, en los momentos de menor producción a nivel mundial, el Perú logra un precio más competitivo?</p> <p>¿Considera que el precio de exportación incrementa cuando la demanda internacional de arándanos disminuye?</p>
		Valores exportados de Perú (\$) en los últimos 3 años.	Valor Aduanero: Es el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación, ajustado cuando corresponde. (Glosario de términos de comercio exterior).	<p>¿Cree Ud. que el precio que ofertan los competidores influye en la fijación del precio en el mercado peruano para la exportación de arándanos?</p> <p>¿Considera que los precios de origen peruano se encuentran por encima del precio promedio de exportación?</p> <p>¿Cree Ud. que los precios de origen peruano se encuentran por encima de los precios unitarios de los países competidores?</p>
		Precios unitarios de exportación por Kg. en los últimos 2 años.	"El precio unitario es el precio por unidad de cada bien o servicio" (Ramírez, 2004, p. 53) "Es el resultado de dividir el precio pagado entre la cantidad en unidades de comercialización de cada una de las mercancías". (Poblete, 2003, p. 48)	<p>¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar?</p> <p>¿Cree que el precio de exportación le garantiza</p>

	Precios unitarios de exportación por Kg. en los últimos 2 años.	<p>¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar?</p> <p>¿Cree que el precio de exportación le garantiza un margen de ganancia adecuado?</p>			
Estacionalidad	Producción de arándanos en Perú	<p>¿Considera la estacionalidad como un factor importante para exportar?</p> <p>¿Para Ud. la estacionalidad afecta la producción de los arándanos?</p>			
	Estacionalidad de la producción peruana	<p>¿Considera que la estacionalidad es una ventaja competitiva que aumentan las exportaciones?</p> <p>¿Cree Ud. que los meses de mayor demanda internacional de arándanos coinciden con los meses de mayor producción peruana?</p> <p>¿Considera que la estacionalidad del arándano peruano favorece las exportaciones del Perú?</p>			
	Capacidad productiva de las empresas productoras de arándanos	¿Considera que las empresas que producen arándanos en el Perú tienen capacidad de incrementar su producción?			
	Estacionalidad de la producción mundial.	¿Cree que el fenómeno estacionalidad que afecta a los países competidores influye en sus exportaciones?			
Firma del experto		Fecha: 21/01/2017			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Exportación	La exportación es "una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente" (Lerma, 2010, p. 25).	Demanda Según Rozales (2000) la demanda son las diversas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado" (p. 23).	Exportaciones peruanas en cantidades en el último año.	"Empresa exportadora, es aquella que concentra su actividad productiva en el país de origen y que comercializa sus bienes o servicios en al menos un mercado exterior" (Corporación Universitaria Remington, 2013, p. 3).	¿Cree usted que existen oportunidades de ampliar el mercado y con ello aumentar las cantidades de exportaciones de arándanos a China? ¿Considera Ud. que existe una demanda insatisfecha de arándanos en China? ¿Cree Ud. que la producción de arándanos en el Perú garantiza cubrir la demanda de exportación a China? ¿Considera que su empresa está preparada para cubrir la demanda de arándanos en el mercado Chino?
			Cantidades exportadas de Perú en los últimos 3 años.	"En el 2015 el volumen de las exportaciones (del Perú) se multiplica por cinco, alcanzando un volumen de 10 210 toneladas (904% de incremento)". (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).	¿Considera que se ha incrementado la exportación de arándanos en su empresa en los últimos 3 años? ¿Considera que la demanda de arándanos en China se ha incrementado debido a sus propiedades curativas para diversas enfermedades?
			Empresas peruanas exportadoras de arándanos.	El Perú "en casi cinco años se ha constituido en el tercer país exportador en importancia de Sudamérica" (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).	¿Considera que las empresas peruanas han incrementado la exportación de arándanos a China en los últimos 3 años? ¿Cree Ud. que la exportación de arándanos a China en los últimos 3 años se debe a que las empresas se han modernizado? ¿Cree Ud. que la demanda de arándanos en China está creciendo debido a la tendencia de consumir productos saludables en China?
		Precio Según Córdova (2006) el precio es la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien" (p. 173).	Exportaciones peruanas en valores (\$), en el último año.	Exportación: Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva. (Glosario de términos de comercio exterior).	¿Considera Ud. el precio como un factor importante para exportar? ¿Considera que, en los momentos de menor producción a nivel mundial, el Perú logra un precio más competitivo? ¿Considera que el precio de exportación incrementa cuando la demanda internacional de arándanos disminuye?
			Valores exportados de Perú (\$) en los últimos 3 años.	Valor Aduanero: Es el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación, ajustado cuando corresponda. (Glosario de términos de comercio exterior).	¿Cree Ud. que el precio que ofertan los competidores influye en la fijación del precio en el mercado peruano para la exportación de arándanos? ¿Considera que los precios de origen peruano se encuentran por encima del precio promedio de exportación? ¿Cree Ud. que los precios de origen peruano se encuentran por encima de los precios unitarios de los países competidores?
			Precios unitarios de exportación por Kg. en los últimos 2 años.	"El precio unitario es el precio por unidad de cada bien o servicio" (Ramirez, 2004, p. 33) "Es el resultado de dividir el precio pagado entre la cantidad en unidades de comercialización de cada una de las mercancías". (Poblete, 2003, p. 48)	¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar? ¿Cree que el precio de exportación le garantiza un margen de ganancia adecuado?

		<p>Precios unitarios de exportación por Kg. en los últimos 2 años.</p> <p>¿Considera que el margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar? ¿Cree que el precio de exportación le garantiza un margen de ganancia adecuado?</p>			
Estacionalidad	Producción de arándanos en Perú	<p>¿Considera la estacionalidad como un factor importante para exportar? ¿Para Ud. la estacionalidad afecta la producción de los arándanos?</p>			
	Estacionalidad de la producción peruana	<p>¿Considera que la estacionalidad es una ventaja competitiva que aumentan las exportaciones? ¿Cree Ud. que los meses de mayor demanda internacional de arándanos coinciden con los meses de mayor producción peruana? ¿Considera que la estacionalidad del arándano peruano favorece las exportaciones del Perú?</p>			
	Capacidad productiva de las empresas productoras de arándanos	<p>¿Considera que las empresas que producen arándanos en el Perú tienen capacidad de incrementar su producción?</p>			
	Estacionalidad de la producción mundial.	<p>¿Cree que el fenómeno estacionalidad que afecta a los países competidores influye en sus exportaciones?</p>			
Firma del experto	 Luis A. Calderón Coello DBA-MBA <small>COORDINADOR ASISTENTE</small>	Fecha <u>21/07/2017</u>			

Nota: Las DIMENSIONES INVESTIGACIONES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: EXPORTACIÓN DE ARANDANOS EN EL MERCADO CHINO, LIMA 2017.

Problemas	Objetivo	variables	Dimensiones/Indicadores	Metodología	muestra	Técnica
<p>GENERAL: ¿De qué manera son viables las exportaciones de arándanos en el mercado chino, lima 2017?</p> <p>ESPECIFICOS: 1. ¿De qué manera es posible atender la demanda en la exportación de arándanos en el mercado chino, lima 2017? 2. ¿De qué manera el precio influye en las exportaciones de arándanos en el mercado chino, lima 2017? 3. ¿De qué manera la Estacionalidad influye en la exportación de arándanos en el mercado chino, lima 2017?</p>	<p>GENERAL: Determinar son viables las exportaciones de arándanos en el mercado chino, 2017.</p> <p>ESPECIFICOS: 1. Determinar la dimensión de la demanda en las exportaciones de los arándanos en el mercado chino, Lima, 2017. 2. Determinar el Precio de las exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima, 2017. 3. Determinar la Estacionalidad en la exportaciones de arándanos en el mercado chino, Lima, 2017.</p>	Exportación	<p>DEMANDA Exportaciones peruanas en cantidades en el último año. Cantidades exportadas en el pero en los últimos 2 años. Empresas peruanas exportadores de arándanos.</p> <p>PRECIO Empresas peruanas en valores (\$), en el último año. Valores exportados de pero (\$) en los últimos 2 años. Precio unitario de exportación por Kg en los últimos 2 años.</p> <p>ESTACIONALIDAD Producción de arándanos en pero Estacionalidad de la producción en lima. Empresas productoras de arándanos frescos en la región lima. Estacionalidad de la producción mundial.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACION: El tipo de investigación es No Experimental.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACION: Descriptiva Transversal</p>	<p>POBLACION: 40 Empresas exportadores de arándanos</p> <p>MUESTRA 15 Empresas exportadores de arándanos</p> <p>TIPO DE MUESTRA Probabilístico aleatorio simple</p>	<p>DE RECOLECCION DE DATOS Encuesta por cuestionario para ambas variables</p> <p>DE PROCESAMIENTO DE DATOS Datos al Excel SPSS versión 22</p>



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 1

Yo, Luis Burgos Encarnación
....., docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela
Profesional..... de la Universidad César Vallejo Sede Callao (precisar
filial o sede), revisor (a) del Trabajo de Investigación titulado:

" Exportación de Aranceles al mercado Chino
2017. "

del (de la) estudiante Rosado Silvestre Christian Malfin
....., constato que la investigación tiene un índice de similitud
de 23 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las
coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis
cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la
Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha 01 de diciembre del 2017

Firma
LUIS BURGOS ENCARNACIÓN
Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 06003711

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

Feedback Studio - Google Chrome
https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1075182751&o=1083709114&s=1&lang=es

feedback studio CRISTIAN MARTIN ROSADO SILVESTRE /0



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

"Exportación de Arándanos al Mercado Chino, Lima 2017"

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE:
Bachiller en Negocios Internacionales

AUTOR:
Cristian Martín Rosado Silvestre

ASESOR:
Dr. Luis Burgoy Encarnación

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

PERÚ
2017

Resumen de coincidencias

23 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
2	asesoravl.blogspot.com Fuente de Internet	1 %
3	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	1 %
4	docslide.us Fuente de Internet	1 %
5	arandanosperu.pe Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1 %
7	www.digestyc.gob.sv Fuente de Internet	1 %

Página: 1 de 48 Número de palabras: 6996 Text-only ... Turnitin C... High Reso... Activ... 6:42 p. m. 25/02/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: ROSADO SILVESTRE CRISTIAN MARTIN
 D.N.I. : 25723930
 Domicilio : Urb. Los Proceres 172 B Lote 2 Ventanilla - Callao
 Teléfono : Fijo: 5326237 Móvil : 971169089
 E-mail : martinrosado048@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS

Modalidad:

Trabajo de Investigación de Pregrado

Tesis de Pregrado

Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela : NEGOCIOS INTERNACIONALES

Grado

Título

Bachiller

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado : _____

Mención : _____

Doctorado

3. DATOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Rosado Silvestre Cristian Martin

Título del Trabajo de Investigación o de la tesis:

Exportación de Araydanas al mercado chino

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

[Firma manuscrita]

Fecha :

21-02-2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela Profesional de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Rosado Silvestre Cristian Martin

INFORME TÍTULADO:

Exportación de arándanos en el mercado chino 2017

PARA OBTENER EL GRADO TÍTULO O GRADO DE:

Bachiller en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 01 / 12 / 2017

NOTA O MENCIÓN: 15



Mg. Rafael Arturo López Landauro