



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Factores que inciden en los procesos de exportación de
limón sutil peruano a Argentina- Transel S.A.C.- Callao-2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales**

AUTOR:

Hernández Antay, Jorge Emilio (ORCID: 0000-0002-4741-6068)

ASESOR:

Dr. Mori Paredes, Manuel Alberto (ORCID: 0000-0002-9687-492X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO-PERÚ

2020

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada en especial a Dios, a mis padres y hermanos que han estado a mi lado en las buenas y en las malas, que con su apoyo y confianza incondicional han hecho posible que haya alcanzado una meta más en mi vida. A mi hijo y a su madre, que han sido la fuerza y motivo para seguir día a día, a mis compañeros de aula, y demás personas que de una u otra manera han ayudado a cumplir este objetivo del cual me siento orgulloso.

¡Gracias!

AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo por ser la institución en la que recibimos nuestra formación profesional, ética y moral para contribuir al desarrollo de nuestro país.

Al asesor, el Dr. Manuel Alberto Mori Paredes, por guiarnos con sus conocimientos y consejos profesionales con el afán de llegar a obtener los mejores resultados para el presente trabajo.

A nuestros profesores, instituciones, empresas y amigos que de una u otra manera colaboraron para llevar a feliz término este proyecto.

¡Gracias!

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	40
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	40
3.2. Variables y Operacionalización	41
3.3 Población, Muestra y Muestreo	43
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	45
3.5 Procedimientos	45
3.5.1 Confiabilidad:	45
3.6 Métodos de análisis de datos	46
3.7 Aspectos éticos	46
IV. RESULTADOS	47
V. DISCUSIÓN	53
VI. CONCLUSIONES	55
VII. RECOMENDACIONES	57
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
IX. ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 NIVEL DE CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE 1 Y LA VARIABLE 2.....	45
TABLA 2: PRUEBA DE NORMALIDAD: VARIABLE 1 Y VARIABLE 2	47
TABLA 3:CORRELACIÓN: VARIABLE 1 Y VARIABLE 2	48
TABLA 4: PRUEBA DE NORMALIDAD: VARIABLE1 Y V1D1 (DIMENSIÓN 1 DE LA VARIABLE 1)	49
TABLA 5: CORRELACIÓN: VARIABLE1 Y V1D1 (DIMENSIÓN 1 DE LA VARIABLE 1)	50
TABLA 6: PRUEBA DE NORMALIDAD: V1D1 CON V2.....	50
TABLA 7: CORRELACIÓN: VARIABLE 2 Y V1D1 (DIMENSIÓN 1 DE LA VARIABLE 1)	51
TABLA 8: PRUEBA DE NORMALIDAD: VARIABLE 2 Y V1D2 (DIMENSIÓN 2 DE LA VARIABLE 1)	52
TABLA 9: CORRELACIÓN: VARIABLE 2 Y V1D2 (DIMENSIÓN 2 DE LA VARIABLE 1)	52

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N° 1 - DECLARATORIA ÚNICA DE ADUANAS	22
GRÁFICO N° 2 - CONOCE SECTORISTA REQUISITOS	23
GRÁFICO N° 3 - USA SECTORISTA FORMATO ESPECIAL.	24
GRÁFICO N° 4 - FACTURA PUEDE SER SUSTITUIDA POR DD.JJ.....	25
GRÁFICO N° 5 - DOCUMENTO TRANSPORTE INDISPENSABLE PARA TRANSPORTE.....	26
GRÁFICO N° 6 - CONOCE TIPO DE DOCUMENTO TRANSPORTE	27
GRÁFICO N° 7 - NECESARIA LISTA DE EMPAQUE	28
GRÁFICO N° 8 - NECESARIA PÓLIZA DE SEGURO.....	29
GRÁFICO N° 9 - CONOCE LAS CLASES DE PÓLIZA SEGURO.....	30
GRÁFICO N° 10 - CERTIFICADO SANITARIO PARA TRANSPORTE DE MERCANCÍAS.....	31
GRÁFICO N° 11 - CERTIFICADO FITOSANITARIO CORRESPONDE A MERCA. AGRÍCOLAS....	32
GRÁFICO N° 12 - EL DESTINATARIO ENTREGA CERTIFICADO. DE ORIGEN	33
GRÁFICO N° 13 - EL JEFE DE EXPORTACIÓN REALIZA REGISTRO DE OPERACIONES	34
GRÁFICO N° 14 - AUXILIAR DESPACHO REALIZA RECONOCIMIENTO FÍSICO.....	35
GRÁFICO N° 15 - OBSERVACIONES POR FUNCIONARIO ADUANERO.....	36
GRÁFICO N° 16 - SUBSANACIÓN DE NOTIFICACIONES ANTE ADUANAS	37
GRÁFICO N° 17 - PRESENTA AUTOLIQUIDACIÓN DE ADEUDOS.....	38
GRÁFICO N° 18 - LA EDAD DEL EMPRESARIO INFLUYE EN EL DESARROLLO EXPORTADOR	39
GRÁFICO N° 19 - EXPERIENCIA DEL EMPRESARIO ES RELEVANTE.....	40
GRÁFICO N° 20 - CANTIDAD DE CONTACTOS INFLUYE EN LAS EXPORTACIONES.....	41
GRÁFICO N° 21 - ACTITUD FRENTE AL RIESGO ES DETERMINANTE.....	42
GRÁFICO N° 22 - NIVEL EDUCATIVO DEL EMPRESARIO	43
GRÁFICO N° 23 .- NIVEL DE VENTAS LOCALES ANUALES	44
GRÁFICO N° 24 .- INNOVACIÓN DE PRODUCTOS PARA DIFERENCIAR DE LAS COMPETENCIAS.....	45
GRÁFICO N° 25 - TAMAÑO DE LA EMPRESA ES DECISIVO PARA INTERNACIONALIZARSE ...	46
GRÁFICO N° 26 - ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA ES LA ADECUADA	47
GRÁFICO N° 27 - COMPETENCIA LOCAL INFLUYE EN LA DECISIÓN DE EXPORTAR	48
GRÁFICO N° 28 .- TECNOLOGÍA ACTUAL DE LA EMPRESA ES LA ADECUADA PARA EXPORTAR	49
GRÁFICO N° 29.- EL CLÚSTER INCENTIVA EL DESARROLLO EXPORTADOR.....	50
GRÁFICO N° 30 - MECANISMOS DE ESTÍMULO A LAS EXPORTACIONES-DRAWBACK	51
GRÁFICO N° 31.- CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA PARA INTERNACIONALIZARSE.....	52

RESUMEN

El objetivo de la investigación es de determinar la incidencia de los factores que afectan a los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa Transel S.A.C. Es motivo de esta investigación, exportar el “limón sutil” producido en el norte del Perú hacia el país de Argentina para así cubrir la demanda requerida por los peruanos residentes en dicho país donde no se encuentra la calidad, aroma, sabor ni las propiedades alimenticias y curativas que tiene este producto bandera del Perú debido a las variedades en los climas de los países de la región y además que Argentina ha tenido escasas de producción por las condiciones meteorológicas en los últimos años.

La metodología de la presente investigación es no experimental, de corte transversal y descriptiva. Por el afán de desarrollar un trabajo de investigación que involucre la aplicación de los conocimientos académicos recibidos durante los años de estudio en la Universidad César Vallejo, se ha elaborado la preparación del presente estudio, de manera consecutiva, viene a constituirse en el documento de tesis para optar por el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Respecto a los resultados obtenidos en el análisis de confiabilidad que es ,811 puntos y de acuerdo al rango establecido mediante la tabla de valores de Cronbach según el autor Sampieri, se concreta que el instrumento de medición es de consistencia buena. Esto quiere decir que los ítems si están midiendo lo mismo que está buscando el instrumento.

En base a la investigación realizada, se puede colegir que los factores que inciden en los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina – TRANSEL S.A.C. – CALLAO - 2020 es favorable, por lo que la planificación y el trabajo asociado en la TRANSEL S.A.C. es elemental para sostener la logística, conocimiento, experiencia y brindar calidad a exportar, logrando montos llamativos en el exterior. El país hermano Argentina es uno de los mayores consumidores de limón sutil a nivel regional, el aumento de los despachos por productos naturales, nos hace entender que el cítrico tenga aceptación en este nicho de mercado.

Palabras Calve: Exportación, Factores, Limón Sutil

ABSTRACT

The objective of the investigation is to determine the incidence of the factors that affect the export processes of the Peruvian subtle lemon to Argentina from the company Transel S.A.C. The reason for this research is to export the "subtle lemon" produced in northern Peru to the country of Argentina in order to meet the demand required by Peruvians residing in that country, where the quality, aroma, flavor or nutritional properties are not found. and curative that this flagship product of Peru has due to the varieties in the climates of the countries of the region and also that Argentina has had production leaks due to weather conditions in recent years.

The methodology of this research is non-experimental, cross-sectional and descriptive. Due to the desire to develop a research work that involves the application of the academic knowledge received during the years of study at the César Vallejo University, the preparation of this study has been prepared, consecutively, it becomes the thesis document to opt for the professional title of Bachelor of International Business. Regarding the results obtained in the reliability analysis, which is 811 points and according to the range established by the Cronbach table of values according to the author Sampieri, it is specified that the measuring instrument is of good consistency. This means that the items are measuring the same thing that the instrument is looking for.

Based on the research carried out, it can be inferred that the factors that affect the export processes of the Peruvian subtle lemon to Argentina - TRANSEL S.A.C. - CALLAO - 2020 is favorable, so the planning and associated work at TRANSEL S.A.C. It is essential to sustain the logistics, knowledge, experience and provide quality to export, achieve attractive amounts abroad. The sister country Argentina is one of the largest consumers of subtle lemon at the regional level, the increase in shipments for natural products, makes us understand that citrus has acceptance in this market niche.

Keywords: Export, Factors, Sutil Lemon

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito Internacional, gracias a la globalización, proceso social, tecnológico económico y cultural de gran escala que une los mercados más lejanos, uniendo costumbres y tradiciones que les dan una visión mundial. El comercio internacional ha hecho que se simplifique el transporte, la logística, medios de comunicación, transferencias bancarias, etcétera, con los diversos productos que ofrecen los países. (Wikipedia, 2020)

Enfocándonos en los limones, que son frutos que gracias a su sabor ácido y variedades y formas con las que se pueden producir productos, elaborar platos típicos y bebidas en los países extranjeros, resulta atractivo iniciar la exportación de este producto. Las importaciones de estos cítricos representan un aproximado del 27 % del consumo a nivel mundial. Después de los países de Europa y Norte América, el cultivo de los limones se halla en países como lo son México, Argentina, India, Brasil, Irán, Bolivia, Jamaica y Perú. En el mercado exterior, el valor de un kilo del limón peruano es 90 centavos de dólar. Los envíos a los países con los que se comercializa se hacen en cajas, de 23 kilogramos. La variedad más solicitada es la llamada Sutil, aunque también existen demanda por los limones de variedad Tahití. A nivel latinoamericano, entre Enero y Julio del año presente (2020), Perú hizo exportaciones de 2, 143,080 Kg. de la variedad limón sutil con un FOB de \$ 1,457, 615. Los números muestran descenso relevante frente a los 3, 131,388 Kg. exportados en el mismo periodo del año 2019 por un valor de US\$ 2,508,844. El principal destino del cítrico peruano en el periodo indicado del 2020 ha sido Chile, en donde se logró ventas por US\$ 1, 057,976 (73% total de envíos nacionales). Luego, están Panamá por \$ 261,077, EE.UU. por \$ 50,803 y otros montos menores que juntos sumaron US\$ 87,759. (Agraria.pe, 2020)

En el ámbito nacional, es de conocimiento nuestro país que posee muchas riquezas. Uno de ellos, es la parte agroindustrial, el Perú, gracias a que sus suelos poseen variedad de peculiaridades ha hecho que el fruto se diferencie de los demás. Este fruto cítrico puede ser sembrado todo el año, sobre todo en el norte del Perú. Es por ello, que la empresa TRANSEL S.A.C. toma la decisión de incursionar en el mundo del “Limón Sutil” exportándolo al país hermano de

Argentina. Contactándose con los productores del norte del Perú, y los importadores en Argentina enfocándose principalmente en las colonias peruanas que hasta el último censo realizado en el año 2018 los ciudadanos peruanos que radican en Argentina son 268,109. El motivo, es porque el limón sutil peruano es más ácido, tiene propiedades curativas y el sabor es inigualable debido a los climas de nuestro país comparado con Argentina donde el limón es más dulce y que según encuestas realizadas a los peruanos en dicho país prefieren nuestro producto para así poder preparar los platos y bebidas típicas como el Cebiche y Pisco Sour. Fuente: Elaboración propia.

Formulación del Problema

2.1.1 General

¿De qué manera los factores internos y externos inciden en el proceso de exportación del limón sutil peruano a Argentina - Transel S.A.C. Callao -2020?

2.1.2 Específicos

¿De qué manera los factores internos inciden en el proceso de exportación del limón sutil peruano a Argentina – Transel S.A.C. - Callao - 2020?

¿De qué manera los factores externos inciden en el proceso de exportación del limón sutil peruano a Argentina – Transel S.A.C. - Callao - 2020?

Justificación

Justificación Teórica:

El limón es uno de los productos que no llama atención particularmente pero su consumo es regular y de mucha frecuencia especialmente en los hogares peruanos. Este fruto presenta una serie de características que en su totalidad conforman el balance adecuado para lograr cubrir las expectativas de los consumidores adoptando de esta forma que sea único en su especie y categoría.

Si bien en algunos países el limón posee cierto grado de dulzura ello depende también de la cantidad de carbohidratos que contenga y de la técnica que se emplee al sembrar, es por ello que la diferencia del limón que se producen en este lado del Hemisferio Sur (Perú) tienen predominancia en los ácidos envés que en los azúcares, he ahí el porqué de ese sabor tan especial que lo caracteriza. Los importadores de productos y bebidas en Argentina son un eslabón clave del sector, ya que permite a nuestros compatriotas mantener los sabores habituales de la sazón peruana.

Justificación Práctica:

La razón de la empresa Transel S.A.C. de exportar limón sutil peruano al país de Argentina es de hacer llegar el producto a los residentes peruanos en dicho país, para que los mismos puedan preparar y degustar platos típicos de nuestro país ya que donde están no se puede encontrar “el limón con ese nivel de acides que lo caracteriza”.

Justificación Metodológica:

Lo que se busca es determinar que procesos tienen que seguirse para lograr una operación de comercio exterior exitosa sin generar contratiempos o retrasos que perjudiquen tanto al exportador e importador con sobrecostos y gastos innecesarios.

Justificación Legal:

- Ley General de Aduanas, aprobada por Decreto Legislativo N° 1053 publicado el 27.06.2008 en adelante la Ley.
- Reglamento del Decreto Legislativo N° 1053, Ley General de Aduanas, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2009-EF publicado el 16.01.2009.
- Tabla de Sanciones aplicables a las infracciones previstas en la Ley General de Aduanas, aprobada por Decreto Supremo N° 031-2009-EF publicado el 11.02.2009.

- Ley de los Delitos Aduaneros, Ley N° 28008 publicada el 19.06.2003 y norma modificatoria.
- Reglamento de la Ley de los Delitos Aduaneros, aprobado por Decreto Supremo N° 121-2003-EF publicado el 27.08.2003 y normas modificatorias.
- RESTITUCION DE DERECHOS ARANCELARIOS – DRAWBACK.

Objetivos

2.2.1 General

- Determinar la incidencia de los factores internos y externos que afectan a los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa Transel S.A.C.

2.2.2 Específicos

- Determinar la incidencia de los factores internos en los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa Transel S.A.C.
- Determinar la incidencia de los factores externos en los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa Transel S.A.C.

2.3.1 Hipótesis General:

- Existen factores internos y externos que inciden en el proceso de exportación del limón sutil peruano a Argentina - Transel S.A.C. - Callao -2020

2.3.2 Hipótesis Específicas:

- Existen factores internos que inciden en el proceso de exportación del limón sutil peruano a Argentina - Transel S.A.C. - Callao -2020
- Existen factores externos que inciden en el proceso de exportación del limón sutil peruano a Argentina - Transel S.A.C. - Callao -2020

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito nacional, los autores (Menacho, *et.al.* 2018) desarrollaron la tesis: “Plan de Negocios: Exportación de Limón Sutil a EE.UU.” en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Con el objetivo de consolidarse como proveedores del limón sutil en Norte América, llegaron a las siguientes conclusiones:

El plan de negocio resultó ser rentable, porque Estados Unidos es el principal consumidor e importador del limón los últimos años. Trabajarán en planificar y capacitar a su personal para un proceso productivo más eficaz. La ubicación del centro de acopio se encuentra en Paita, esto permite que se reduzcan los costos de transporte internacional. La empresa no demandaría mucha inversión, por su ubicación. Concluyen también que el Perú cuenta con un clima y suelo apropiado para el cultivo y cosecha del cítrico durante todo el año, y esto puede ser aprovechado frente a la competencia que no produce limón todo el año.

El autor Angulo (2016) desarrolló la tesis: “Modelo Metodológico para Exportar Limón Sutil al mercado Norteamericano” en la Universidad Nacional de Trujillo – Con el objetivo de elaborar un modelo metodológico para exportar limón sutil al mercado Norteamericano, llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Para su modelo, lo que se debe realizar es reunir a los productores con la finalidad de distribuir gastos y costos que se puedan generar en la producción. Brindar asesoría y armar talleres de cómo iniciar un modelo de negocio para que generen ingresos económicos en la zona y generar empleos. Dar conocimiento a los productores que las herramientas que se necesitan para desarrollar la logística de sus productos.

Los Autores (Sotelo, *et.al.* 2020) desarrollaron la tesis: “Factores determinantes internos y externos que influyeron en las exportaciones del limón sutil fresco de las empresas de la región Piura en el periodo 2014-2018” en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Con su objetivo principal de Analizar los factores determinantes internos y externos: características de la empresa, competencias de la empresa, estrategia exportadora y demanda externa que influyeron en las exportaciones de limón sutil fresco de las empresas de la Región Piura, llegaron a las conclusiones y recomendaciones:

Conclusiones:

Con respecto a la hipótesis principal, se concluye que existen tres factores internos y uno externo. En relación a la hipótesis específica 1 y de acuerdo con los resultados de los encuestados, se concluye que las características de la empresa sí fueron un factor determinante interno, tal como lo afirma Horta (2012). En virtud de ello, se afirma que existen dos perfiles de empresas exportadoras. El primero, coincide que a medida que una empresa exportadora comprometa todos sus recursos y tenga una percepción favorable a la exportación, tiene éxito en la actividad exportadora. El segundo perfil, considera que, si se capacita constantemente al encargado de comercio exterior, se logra el crecimiento de las exportaciones. De esta manera, los exportadores pueden estar mejor preparados para relacionarse con nuevos mercados y así ser más eficientes, tal como lo afirman Losada, Navarro, Ruzo y Barreiro (2007) y; Espejo, Núñez y Fuentes (2016).

En relación a la hipótesis específica 2 y de acuerdo con los resultados, deducimos que competencias de la empresa sí fueron un factor determinante interno, tal como indica Horta (2012) y; Losada, Navarro, Ruzo y Barreiro (2007). Por esta razón, se afirma que existen dos perfiles de empresas exportadoras. El primero, concuerda en qué si se emplea tecnología en la producción de limón sutil fresco, se elabora una planificación correctamente estructurada de sus actividades y presenta un alto nivel de conocimiento del mercado de destino, aumenta sus posibilidades de tener éxito en sus exportaciones. El segundo perfil, asegura que, si se realiza controles de calidad del mismo fruto, ello influye de manera positiva en su actividad

exportadora. Ambos resultados confirman lo señalado por Losada, Navarro, Ruzo y Barreiro (2005) y; Espejo, Núñez y Fuentes (2016).

En relación a la hipótesis específica 3 y según los resultados de los encuestados, se concluye que la estrategia exportadora sí fue un factor determinante interno que tuvo influencia, tal como lo afirma Flor y Oltra (2010). A partir de ello, se identificó tres perfiles de empresas exportadoras. El primero, resalta tener buena cadena de suministro del cítrico (distribución), un mayor número de hectáreas destinadas para la exportación del mismo (producto) y participar en ferias internacionales (promoción). El segundo, considera tener certificados fitosanitarios del limón sutil fresco (producto) y aplicar una estrategia de precios competitiva (precio). El tercer perfil, coincide en elegir un mercado con características similares al mismo (selección del mercado). Con ello, se concluye que lo anteriormente expuesto influye en el desarrollo de las exportaciones del fruto mencionado, tal como lo indican Berbel, Ramón y Vásquez (2012) y; Czinkota, Ronkainen y Moffett, 2007).

En relación a la hipótesis específica 4 y según los resultados de los encuestados, se deduce que la demanda externa sí fue un factor determinante externo que influyó, tal como indica Bustamante (2016). Por lo tanto, se afirma que existe un perfil, el cual considera que a medida que el consumidor extranjero prefiera el alto nivel de acidez del limón sutil y la gastronomía peruana sea reconocida en otros países, las exportaciones de este fruto de la Región Piura serán más demandadas.

Recomendaciones:

Con respecto a la primera conclusión, se recomienda a las empresas que decidan exportar limón sutil fresco de Piura, monitorear y controlar el fruto desde su cultivo hasta la preparación del mismo para su exportación. Además, se sugiere organizar talleres prácticos sobre comercio exterior para el personal involucrado en la actividad exportadora. Con respecto a la segunda conclusión, se recomienda a las empresas que decidan iniciar en la exportación del fruto tener en cuenta dentro de sus competencias, alquilar el servicio de una planta procesadora especializada de la Región Piura que posea la tecnología apropiada y mejorar el manipuleo del cultivo del limón en chacra mediante el uso de abono, irrigación y el control de

plagas. Asimismo, se sugiere informarse acerca de herramientas de inteligencia comercial, con la finalidad de conocer posibles mercados potenciales.

Con respecto a la tercera conclusión, se recomienda a las empresas que decidan exportar limón sutil fresco de Piura, implementar una estrategia exportadora basada en la fijación de precios con respecto a su competencia (precio) y buscar alternativas de financiamiento para costear su participación en ferias comerciales (promoción). Igualmente, se sugiere contar con certificaciones del fruto requeridas por los mercados internacionales (producto), gestionar una adecuada logística internacional que garantice la conservación del fruto hasta el consumidor final (distribución) y entablar contacto con mercados similares al propio (selección de mercado). De tal manera que, estas empresas puedan acelerar su internacionalización. Con respecto a la cuarta conclusión, se recomienda a las empresas que decidan incursionar en este negocio, aprovechar la tendencia de consumo del limón sutil en comidas étnicas a nivel mundial. Para terminar, se sugiere profundizar la investigación desde la perspectiva de las barreras que inciden en las exportaciones de limón sutil fresco, ya que este estudio demostró que si existen factores. No obstante, se tiene en el país una menor cantidad de empresas exportadoras de este fruto, a pesar de que existe una alta demanda internacional a consecuencia de la gastronomía peruana.

Los autores (Dongo, *et.al.* 2019) desarrollaron la tesis: “Factores que influyen en el desarrollo exportador de las MYPES del Sector textil y confecciones en Lima Metropolitana” en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, con el objetivo principal de evaluar cómo las características del empresario influyen en el desarrollo exportador, llegaron a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Conclusiones:

Las MYPES peruanas según la clasificación de Westhead (2008) en su estudio sobre las teorías de internacionalización sería clasificado como las MYPES desinteresadas ya que según PRODUCE (2017) solo el 1.8% de las MYPES de Lima Metropolitana exportan. Por otro lado, el resultado de nuestra investigación se refuerza con el estudio de Requena Solvente (2005) que estudia la dinámica de

MYPES de Reino Unido y su participación en el mercado internacional, esto se debe a que indica que las características de la empresa distinguen a las MYPES que exportan y no exportan. En base al estudio realizado para la presente tesis, se ha identificado que las instituciones como PROMPERU, PRODUCE, COMEXPERU, SNI Y ADEX vienen impulsando el desarrollo exportador de las MYPES, así como, implementando el desarrollo de herramientas para que les brinden facilidades para lograr sus metas en el mercado internacional, además la venta al exterior de bienes con un elevado valor agregado con la finalidad para generar una mayor productividad, incrementando la tasa de empleo y atraer inversiones. Con respecto a nuestra hipótesis general según los resultados que arroja el SPSS y de acuerdo a los modelos utilizados en la investigación, se concluye que los factores como las características del empresario, los factores internos de la empresa y las características de sector tienen influencia.

En base a los resultados del análisis correlacional para las MYPES no exportadoras, se comprueba la hipótesis uno y se concluye que existe una influencia positiva de las variables de las características del empresario como la edad, la actitud frente al riesgo, networking y la 148 formación profesional, ya que estos atributos que posee el empresario favorecen a la temprana internacionalización de la empresa y les permite tener una mejor perspectiva para enfrentarse al mercado global. En relación al punto anterior se concluye que es importante la capacitación del empresario sobre comercio exterior y la puesta en práctica ya que, según las encuestas aplicadas a las MYPES exportadoras, la variable más relevante dentro de las características del empresario es su experiencia exportando. En cuanto a la hipótesis dos se concluye que los factores internos de la empresa también influyen positivamente. Los resultados del estudio permiten concluir que las variables de los factores internos de la empresa como el nivel de ventas, la innovación, tamaño de la empresa y la estructura organizacional son puntos claves, y factor diferenciador de la empresa para su crecimiento y aprovechar las oportunidades de desarrollarse como una empresa exportadora. Por último, según los resultados de las encuestas hacia las MYPES no exportadoras, no solo está determinado por condiciones internas sino también por condiciones externas, es así que, en base a los resultados arrojados, se concluye

sobre la hipótesis tres que el factor características del sector influye de manera positiva al desarrollo exportador de las MYPES. Así mismo, las encuestas hacia las MYPES exportadoras arrojan resultados que las variables del factor como la competencia nacional, nivel tecnológico, características de la demanda, desarrollo de clúster y beneficios tributarios como el Drawback cumplen un papel relevante en la decisión de exportar, ya que estos contribuyen a la consolidación o surgimiento de su internacionalización hacia mercados extranjeros.

Recomendaciones:

Se recomienda, a las entidades del gobierno promover capacitaciones a las MYPES con potencial para iniciar sus actividades de exportación, promoviendo y ayudando a captar oportunidades para su internacionalización y posicionamiento en el mercado objetivo siendo competitivas, así mismo, se debe utilizar las experiencias de las empresas exitosas de Lima Metropolitana que ya se han posicionado en el mercado exterior para fortalecer vínculos empresariales. Se recomienda en relación al factor características del empresario, que instituciones como PRODUCE, PROMPERU Y COMEXPERÚ promuevan programas de capacitación especializadas en el sector textil y confecciones que se dirijan a las MYPES que debido al escaso conocimiento de los empresarios de este tipo de empresas y en consecuencia de la toma de riesgo no se enfrentan a iniciar sus actividades en los mercados exteriores. En relación a los factores internos de la empresa, el punto más débil es la innovación que poseen las empresas, por lo que se recomienda invertir en tecnología e innovación para que de alguna forma puedan cumplir con las exigencias del mercado objetivo, así mismo, el sector se vuelva más competitivo.

En relación a los factores características del sector, se recomienda el apoyo de las entidades del estado para la formalización y constitución de un clúster textil y confecciones con un enfoque sistémico de gestión, así como, para la dotación de sus recursos. Así mismo, las entidades del gobierno deben poner más énfasis en promover la Asociatividad en el sector textil y confecciones de manera las empresas obtén esta estrategia para obtener mejores beneficios de manera asociativa y puedan mejorar su posicionamiento en el mercado objetivo.

Como recomendación final se sugiere realizar estudios sobre las limitantes que tienen las MYPES del sector textil y confecciones para internacionalizarse. De esta manera, nuestro estudio se complementaría para que las empresas desarrollen una visión global de ventas y tener mayor presencia en el mercado internacional.

En el ámbito internacional, los autores (Medina, *et.al.* 2020) desarrollaron la tesis: “Propuesta de Diseño del Proceso Logístico para la Exportación del Limón Tahití desde el municipio de Puerto López hacia el mercado Estadounidense” en la Universidad Piloto de Colombia – con el objetivo de Desarrollar una propuesta para los productores de Limón Tahití que responda a las necesidades logísticas y de internacionalización, llegaron a la conclusión:

El limón Tahití posee un gran atractivo en países del extranjero, encontrándose mercados puntuales con gran capacidad para la exportación del mismo, de modo que, al desarrollar la presente propuesta, se pudo determinar que a través del análisis del entorno económico, legal y logístico del mercado del limón Tahití en la Vereda Puerto Lopez, Villavicencio y transversalmente en el mercado Estadounidense, se lograron determinar elementos logísticos de Distribución Física Internacional (DFI) que permitieron recomendar la ejecución del Proceso Logístico para la exportación del cultivo en la vereda Puerto Lopez. Después de haber contrastado la información cuantitativa y cualitativa de su cultivo junto con una propuesta logística con todos los parámetros y proceso acorde al concepto de Distribución Física Internacional. Uno de los principales ejes problemáticos que justifican el presente proyecto, es la falta del conocimiento y tecnicismo demandados al interior de unos procesos y procedimientos que conllevan un ejercicio de distribución internacional dentro de la población objeto, la vereda Puerto López; y se considera que la propuesta permea al lector y puede establecer un conocimiento soportado que se pueda expandir y estandarizar, factor clave para no solo el éxito sino la permanencia de un modelo de negocio. En ese sentido se generan herramientas de carácter académico, que pueden conectarse con el entorno real de la comunidad de la vereda Puerto López, para apalancar procesos agrícolas sobre los cuales se cuenta con un amplio potencial comercial para el desarrollo más allá del mercado nacional, en donde se propugna por la optimización

de procesos que atañen la producción, distribución y comercialización del Limón Tahití en escenarios internacionales.

El autor Parra (2018) desarrolló la tesis: “Análisis de capacidad de exportación de una empresa productora de cítricos”, en la Universidad de Quintana Roo – Con el objetivo general de analizar la capacidad de exportación de la empresa Rancho los Girasoles, y objetivos particulares de describir los niveles de comercialización y producción a lo largo del año. Conocer los niveles de calidad del limón de exportación. Evaluar las habilidades y conocimientos de los empleados con respecto a los requerimientos del proceso de exportación. Evaluar la capacidad de exportación de una empresa productora de cítricos. Estimar la inversión necesaria para comenzar el proceso de exportación, y llegaron a la siguiente conclusión:

La empresa Rancho los Girasoles no solo cuenta con el potencial productivo necesario, sino que también tiene la capacidad financiera y gerencial que se requiere para este objetivo, de realizar labores de exportación hacia mercados extranjeros, ya que en los estudios realizados se obtuvo que los niveles de producción de la empresa Rancho los Girasoles si pueden alcanzar una cierta capacidad para cubrir las demandas del extranjero, esto dado por el aumento en el tamaño de su plantío. Es necesaria la implementación de una planta empacadora de cítricos en las instalaciones de la empresa mediante la cual le será posible expandir el mercado de dicha empresa hacia el extranjero. Para poder lograrlo se observó la necesidad de invertir en infraestructura y en maquinaria necesaria para la exportación, así como en la capacitación de los empleados. Se requieren planes de contingencia para los diversos aspectos de producción, selección y empaclado. El principal reto para la empresa será de buscar la manera de coordinar el mercado local con el mercado extranjero para tomar decisiones de cuando exportar para su mejor beneficio de igual manera se deberá tomar en cuenta el reto de alcanzar las metas de venta mensuales donde el mayor objetivo sería conseguir compradores que se conviertan en clientes. Se analizaron todos los pasos para poder echar a andar este negocio y se concluyó viable ya que la empresa tiene los contactos y la experiencia por sus anteriores labores de exportación que ha realizado al trabajar con empacadoras de la zona en la raíz de la empresa, siendo esta ejecución una rama más.

Los autores (Ruiz, *et.al.* 2015) desarrollaron la tesis: “Propuesta para la comercialización internacional del Limón Sutil del Sector el Bunque-Palmales de la provincia del El Oro dirigido a la ciudad de Nueva York” en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Con el objetivo de determinar la factibilidad de dirigir la oferta ecuatoriana del limón sutil del sector El Bunque – Palmales hacia el mercado importador agrícola de la ciudad de Nueva York y llegaron a la siguiente conclusión:

Conclusiones:

Se determinó que la exportación del limón sutil a la ciudad de Nueva York, resulta atractivo, ya que son los latinoamericanos que demandan el producto debido a sus propiedades curativas y gastronómicas. Asociar a los productores para que exista apoyo mutuo respecto a sus cosechas, y así ofrecer al mercado exterior un volumen de venta propicio y no desabastecerse frente a la demanda exterior. Consideran poner en funcionamiento, una planta empacadora que cumpla con los requisitos de calidad, de selección y fitosanitarios del limón el cual será exportado.

Recomendaciones:

Ampliar los horizontes para dar un mejor aprovechamiento a la planta empacadora. Contratar gente capacitada que tenga conocimientos en documentación aduanera y trámites de exportación. Así como contratar gente que domine el idioma inglés para tener mayor comunicación en el extranjero y ampliar el negocio. Solicitar préstamos a las entidades financieras, sobre todo con las que ofrezcan tasas que más le convengan a la empresa y no verse perjudicadas en un futuro. Crear asociaciones en su sector agrícola, para así aumentar la capacidad de exportación a los mercados y de alguna manera mejorar la economía del sector. Motivar e innovar en el desarrollo tecnológico de las empresas asociadas para aumentar la producción y reducir costos en maquinarias y personal.

La autora Sorokina (2012) desarrolló la tesis: "Factors influencing export performance, A study of Swedish companies exporting to Russia" en la Lulea University of Technology, con el objetivo de evaluar los factores que influyen en el rendimiento exportador de las empresas suecas en el mercado Ruso, llegaron a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Conclusiones:

Se encontró que factores a nivel interno, como la experiencia exportadora de la empresa, los negocios internacionales, la competencia, red empresarial, características y actitudes gerenciales, así como la red social, logran una conexión clara entre exportación exitosa y desempeño de exportación. Con respecto a los factores internos que la Parte AB enfatizó, fue que la red comercial puede afectar las propias redes de la empresa e influyen indirectamente en el rendimiento de las exportaciones. Las características gerenciales, capacidad para comprender diferentes culturas y nuevas ideas son requisitos previos para la exportación exitosa. En cuanto a los factores externos, ambas empresas percibieron que la situación económica actual en el mercado ruso es muy favorable para futuras exportaciones a Rusia. Se encontraron algunas similitudes interesantes entre las empresas de cómo organizan su exportación a Rusia. Tanto Liko AB como Part AB utilizan enfoques similares para facilitar la exportación que son los siguientes:

Los clientes rusos llegan a la planta y recogen la mercancía solicitada. Esto permite evitar trámites aduaneros burocráticos engorrosos. Tener un representante en un mercado extranjero es importante porque puede ayudar con procedimientos de importación, para que la empresa exportadora no tenga que pensar en todos los detalles. Se debe aprender sobre el cliente y el mercado ruso antes de comenzar a exportar. Cada país tiene peculiaridades propias, que afectarán las actividades comerciales de empresas extranjeras en ese mercado. Red comercial y social disponible en el mercado ruso. Tener redes en un extranjero. El mercado es importante porque pueden proporcionar a la empresa exportadora la información de una manera más eficaz y pueden conducir a otros contactos, contribuyendo a un desempeño exportador positivo.

Otra cosa interesante que señaló la Parte AB, es que una empresa que exporta a Rusia y que transporta su producción por medios propios debe tener un contratista de transporte ruso con un conductor ruso. Esto es para evitar retrasos administrativos y burocráticos durante los trámites aduaneros. Por lo general, los factores que construyen el entorno macro de una empresa (política, económica, cultural y tecnológica) se perciben como barreras para hacer negocios en un mercado extranjero, ya que incluyen muchos componentes que una empresa no puede controlar (Jobber, 2007). La influencia del entorno político, económico, social y cultural, así como tecnológico, se estudió en la presente investigación. Se encontró que los factores a nivel externo en su conjunto no tienen cierto impacto sobre el desempeño de las exportaciones. Sin embargo, el lenguaje como parte del entorno cultural y la burocracia, que es parte del sistema político de un país se considera un obstáculo. No es razonable generalizar los resultados de solo dos empresas suecas, pero teniendo en cuenta y considerando las similitudes en la actividad exportadora, se puede suponer que algunos puntos de este modelo pueden ser aplicados por otras empresas suecas, que exportan o tienen la intención de iniciar una actividad comercial hacia Rusia. Ambas empresas ven el mercado ruso muy atractivo para seguir exportando a dicho país.

TEORIAS QUE SOSTIENEN A LAS VARIABLES EN ESTUDIO:

La teoría administrativa que define a las variables es la Teoría Clásica (2016) Su representante es Henri Fayol. Esta teoría tiene una perspectiva estructuralista y su enfoque organizacional se centra exclusivamente en la organización formal; tiene una aproximación normativa y prescriptiva. Su concepto de organización es el de una estructura formal como conjunto de órganos, cargos y tareas. Concibe al hombre como un *homo economicus* que percibe una remuneración por sus laborales. Busca la máxima eficiencia. Lo cual señala y respalda a la variable en estudio Proceso de Exportación.

Otra de las teorías que sostiene a las variables es la Teoría Científica, el representante es Frederick Taylor, quien desarrolló esta teoría en 1903. Esta teoría tiene una perspectiva que pone énfasis en las tareas y el enfoque organizacional

se centra en la organización formal exclusivamente. El método se centra en la departamentalización. Su concepto de organización se basa en la sustitución de métodos empíricos por un método científico y se basa en tiempos y movimientos. Concibe al hombre como un homo economicus y las aportaciones son los principios básicos de la administración como: planeación, preparación, control y ejecución. El propósito de esta teoría es el aumento de la eficiencia empresarial a través del incremento de la producción. Los incentivos vienen a ser la remuneración por las labores del trabajador.

TEORIAS DE SOSTENIMIENTO DE LAS VARIABLES EN ESTUDIO

Los países que más progresan son aquellos que más exportaciones realizan, es decir, lo que se produce no sólo es consumido en el país de origen sino también en el resto del planeta. Este es el propósito que buscan los acuerdos de promoción comercial que celebran diversos Estados, como es el caso del Tratado de Libre comercio firmado entre el Perú y los Estados Unidos de América, el acrecentar una mayor actividad exportadora en ambos países. Entonces, los primeros pasos que debe realizar una empresa peruana luego de haber contactado con un cliente y acordado el precio y la forma de pago de la mercancía materia de compraventa internacional, es la de ejecutar los trámites necesarios para realizar un despacho de exportación, debiendo cumplir con todos los requisitos y documentos ante la autoridad aduanera. Legalmente se define a la exportación como el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación, eso es, nacional o nacionalizada, que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior (siempre que estos productos no sean considerados prohibidas), sin que esta operación se encuentra gravada con el Impuesto General a las Ventas. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 17

Para empezar, el exportador peruano deberá coordinar la emisión de ciertos documentos así como la entrega de la mercancía objeto de esta operación, para lo cual debe decidir si reúne los requisitos para realizar directamente el despacho al exterior o si requiere contratar un agente de aduanas ara tal efecto, de igual forma

puede contratar directamente o a través del referido agente a la empresa de transporte internacional que se encargará de remitir la mercancía al país de destino o localidad donde recibirá el cliente en el extranjero.

El despacho de Exportación

Legalmente sólo son tres personas las que pueden realizar los despachos ante Aduanas, primero los dueños, consignatarios o consignantes, es decir las personas propietarias o titulares de la mercancía; segundo, los despachadores oficiales, los cuales son agentes debidamente acreditados como representantes de un organismo del Sector Público; y tercero, los agentes de aduana que son personas naturales o jurídicas autorizadas por SUNAT para prestar servicios a terceros en toda clase de trámites aduaneros. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU.

Entonces una empresa privada cuando desea realizar un despacho aduanero debe evaluar si le resulta conveniente asumir directamente este trámite o encargarlo a un tercero. En esta evaluación debe primar si cumple con los requisitos para solicitar la autorización ante SUNAT (contar con una persona con título de agente de aduana, otorgar carta fianza bancaria, entre otros) o sí, por el contrario, le resulta más económico contratar a un agente de aduanas, ello debido a si realizarán exportaciones de manera permanente o de forma eventual.

Documentación para poder exportar:

Declaración Única de Aduanas (DUA)

También entendida como Declaración Aduanera de Mercancía, es el documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que deberá aplicarse a las mercancías y suministra los detalles que la Administración Aduanera requiera para su aplicación. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU.

El despachador de aduanas deberá solicitar por medio electrónico la destinación de la mercancía al exterior, haciendo uso de su clave electrónica proporcionada por Aduana, con lo cual se producirá la enumeración de la DUA.

Antiguamente las mercancías deben embarcarse dentro del plazo de diez (10) días, contados a partir del día siguiente de la numeración de la declaración, pudiendo prorrogarse automáticamente por diez (10) días adicionales, a solicitud del interesado, pero con la nueva Ley General de Aduanas, Decreto Legislativo N° 1053 (27.06.2008), las mercancías pueden ser embarcadas dentro del plazo de treinta (30) días calendarios contados a partir del día siguiente de la fecha de término de embarque.

En la exportación, el valor FOB de la mercancía, al igual que el valor del flete, se declara en dólares de los Estados Unidos de América. Los valores expresados en otras monedas se convertirán a dólares de los Estados Unidos de América, utilizando los factores de conversión monetaria publicados por Resolución de Superintendencia Adjunta de Aduanas de la SUNAT vigentes a la fecha de numeración de la Declaración.

El embarque de mercancías de exportación puede efectuarse por intendencia de aduanas distinta a aquella en que se numera la DUA. En estos casos, se considera como fecha de término de embarque a la fecha en que se autoriza la salida del territorio aduanero del último bulto verificado en la aduana de salida. Las mercancías amparadas en una Declaración Única de Aduanas deben cumplir con los siguientes requisitos:

Corresponder a un valor de transacción.

Corresponder a una sola operación y a un solo destinatario.

El nombre del consignante debe ser de quien haya emitido la factura al cliente domiciliado en el extranjero.

Los despachos parciales de exportación deben estar amparados en una sola DUA, siempre que se embarquen dentro del plazo establecido.

Factura Comercial (Invoice)

Cuando la empresa exportadora realiza la venta a un cliente en el extranjero corresponde emitir la respectiva factura comercial. Este documento no es un formato especial para realizar operaciones de comercio exterior, sino que corresponde a los mismos comprobantes de pagos autorizados por la SUNAT, sin requerirse de un formato especial. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 23

Muchas empresas tienen dudas si corresponde emitir una Boleta de Venta en vez de una Factura, pues el cliente en el extranjero no cuenta con R.U.C. y, como se sabe, no se puede emitir facturas cuando nuestro cliente no cuenta con dicho registro. Pero la exportación es la excepción a dicha prohibición, siendo válido emitir Factura en estos casos, aunque el comprador de la mercancía carezca de R.U.C. siempre que se encuentre en el extranjero y sea la propia empresa vendedora quien realice (directamente o a través de un agente de aduana) el despacho de exportación de la mercancía. De lo contrario, si el despacho es realizado por el comprador, será éste quien se le calificará legalmente como exportador, siendo que la empresa vendedora de la mercancía puede haber creído estar realizando una exportación, pero al no haber efectuado el despacho aduanero, lo que se ha producido, en realidad es una venta local que debió estar gravada con el Impuesto general a las Ventas.

Debe precisarse, sin embargo, que a partir de la promulgación del Decreto Supremo N° 077-2007-EF (22.06.2007), es posible realizar exportaciones con Boletas de Venta, pero sólo está permitido para sujetos acogidos al Nuevo RUS y siempre que dichas exportaciones no superen el valor de dos mil dólares americanos, pues únicamente podrán realizando presentando una Declaración Simplificada, más no una Declaración Única de Aduanas (DUA).

De otra parte, se considera que la exportación no tiene carácter comercial cuando no existe venta. En estos casos la Factura Comercial puede ser sustituida por una Declaración Jurada en la que se señale su carácter no comercial y el valor de la

mercancía, pudiendo presentarse información adicional, usualmente documentos o contratos que acreditan la devolución definitiva de una mercancía defectuosa.

Documento de Transporte

Para realizar un despacho de exportación, se requiere haber contratado previamente a un agente transportista que llevará la mercancía a un lugar acordado con el cliente en el extranjero. Las compañías de transporte pueden ser mayormente marítimas, sin embargo, también encontramos transportistas aéreos y terrestres. El contrato de transporte que se celebre en este caso, queda plasmado en un Conocimiento de Embarque si es el transportista una empresa naviera o una Carta Porte en el caso aéreo y terrestre. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 24

Conocimiento de embarque (Bill of Lading)

El conocimiento de Embarque es un título valor que contiene el contrato de transporte marítimo, lacustre o fluvial, celebrado entre el transportista o porteador y el remitente o cargador. En este instrumento se indican las condiciones en las cuales se transporta la mercancía, teniendo como efecto cambiario que el beneficiario o consignatario señalado en el título valor será el único que podrá retirar la mercancía en el puerto de destino, salvo que el referido beneficiario haya endosado el título a un tercero. Este documento también conocido en el comercio exterior como *Bill of Lading* no es más que el título valor que, por un lado, contiene las estipulaciones del contrato de transporte marítimo, mientras que por otro lado representa que las mercancías que están siendo transportadas, constituyéndose en el instrumento negociable por el cual el tenedor legítimo puede reclamarlos al transportador o porteador, quien es, a su vez el emisor de dicho título valor. Debe quedar claro que el título valor incorpora el Derecho Real de Propiedad sobre las mercancías, de tal forma que al transmitirse el documento también se transmite la propiedad de las mismas, sin necesidad de efectuar una entrega física de los bienes.

Air Way Bill

Cuando el documento de transporte de mercancías, acredita el contrato entre el embarcador y la compañía aérea, se le conoce como carta porte aérea o *air waybill*, mientras que cuando se utiliza el medio de transporte terrestre para trasladar la mercancía se le denomina carta porte terrestre. Autor Aldea Correa Vladik (2000) “El conocimiento de embarque y la carta porte, pág. 60.

Se conoce como carta de porte aéreo, conocimiento aéreo o *air waybill* o guía aérea, al principal documento empleado en el transporte de mercancías vía aérea. La Guía del Usuario del Transporte Aéreo publicada por Mincetur indica :“El transporte aéreo internacional es regulado por el Convenio para la Unificación de Ciertas Reglas para el Transporte Aéreo Internacional de 1999 “Convenio de Montreal”, el Convenio de Aviación Civil Internacional de 1944 “Convenio de Chicago”, el Convenio para la Unificación de Ciertas Reglas para el Transporte Aéreo Internacional de 1929 “Convenio de Varsovia”, aprobado mediante Resolución Legislativa 24819; la Ley de Aeronáutica Civil del Perú y su Reglamento, la Ley General de Aduanas y su Reglamento, y por lo señalado en la Regulación Aeronáutica del Perú N° 112, conocida como la RAP 112. En nuestro país, la Carta Porte Aérea tiene los alcances de un Título Valor, siendo aplicable la Ley 27287.” (PROMPERU, 2020)

El contrato de transporte aéreo de carga internacional es aquel acuerdo celebrado entre el usuario de la mercancía y una aerolínea, en virtud del cual la aerolínea se obliga a efectuar el traslado de la mercancía del usuario de un país a otro, entregándola a su respectivo destinatario. El contrato de transporte aéreo comprende la aceptación de la carga en un terminal de carga de la aerolínea en el lugar de salida, el traslado físico de la carga, las escalas realizadas por el 139 vuelo durante su viaje, así como la entrega de la carga al destinatario en un terminal de carga ubicado en el país de destino. La Carta de Porte Aéreo evidencia el contrato de transporte y su formato esta normado por IATA. (PROMPERU, 2020)

Al igual que el conocimiento de embarque, estos documentos son considerados títulos valores casuales y emitidos por el transportista a solicitud del remitente o

cargador los cuales acreditan la recepción y la formalización del contrato de transporte.

En estos documentos se consigna el monto o flete pagado del remitente al transportista. La exportación de vehículos que salen por sus propios medios no requiere de la presentación del documento de transporte para su despacho, presentándose una declaración jurada en su remplazo.

Conocimiento de embarque, guía aérea, aviso postal o carta porte, según el medio de transporte utilizado. Consigna información sobre el flete pagado o por pagar, el mismo que dependiendo del país importador formará parte de la base imponible sobre el cual se pagarán los tributos de importación. También es instrumento que acredita el contrato de transporte por vía marítima, aérea, terrestre o fluvial. Lo confecciona la compañía naviera, su agente naviero o el capitán del barco y en él consta el haber recibido la carga a bordo de la nave para ser transportada al puerto que se indicará en el mismo documento. Autor: Econ. Milagros Mónica Narciso Flores (2013) Documentos de la Gestión Aduanera.

Lista de empaque (Packing List)

En la factura se consigna como detalle la descripción de las mercancías, pero en los casos de gran volumen es la lista de empaque el documento que cumple la función de describir con mayor precisión las cantidades, calidad, marcas, series, partes, accesorios, etcétera, que contiene cada bulto, para efectos del mejor control aduanero.

Documento emitido por el exportador, contiene los datos relativos al producto para facilitar su ubicación y manipuleo. Autor: Ing. Juan Vivanco Sigvas (2013) Exportación Definitiva.

El Packing List o Lista de Empaque también se le llama Lista de Contenido y está vinculada a la Factura Comercial, es decir, existe un Packing List por cada factura y por cada expedición. El Packing List es el documento donde se detallan las características de la carga (cantidad de bultos, contenido, peso), es de especial utilidad en exportaciones donde se embarcan diferentes ítems (por ejemplo, textiles o equipamiento deportivo).

Es útil en los siguientes contextos:

El importador puede ubicar la mercadería o ítem específico en el bulto señalado. Permite una adecuada estiba en el momento de la consolidación de la carga, por ejemplo: los bultos más pesados en el nivel inferior y los menos pesados en el nivel superior.

Le permite al consolidador de carga marítima LCL o aérea agrupar los bultos de tal manera que no exista contaminación por olores.

Facilita la tarea de los especialistas de aduanas pues permite identificar fácilmente el bulto identificado como muestra aleatoria en un aforo físico.

Facilita las labores de los almacenes como el picking.

En el Perú no es obligatorio contar con este documento, pero puede ser requerido por la autoridad aduanera en caso de aforo, es recomendable que la carga siempre cuente con este documento. Se acostumbra adjuntar a los bultos el Packing List en los embarques aéreos. (PROMPERU, 2020)

El Packing List debe contener:

Datos identificativos del remitente de la expedición.

Datos identificativos del receptor e identificador de la destinación aduanera.

Descripción del contenido de cada bulto: detalle de las mercaderías a exportar. Peso, volumen y cantidad de bultos.

La descripción del contenido de cada bulto puede obviarse cuando la unidad de comercialización sea por peso o volumen y se transporte carga a granel, es decir, sin envase exterior, números y/o marcas.

El tipo de bulto debe ser específico (caja, paca, atado, cilindro, tonel, etc.). El detalle del contenido de un Packing List, una vez presentado, no puede ser modificado por el exportador o el declarante. Sólo la aduana tiene potestad de cambiarlo.

Póliza de Seguro

El exportador puede contar con una póliza de seguro de la mercancía emitida por una compañía aseguradora, salvo que el comprador en el extranjero cuente con una póliza general o, por el contrario, decida correr el riesgo por el deterioro o extravío de la misma durante la travesía, lo cual debió ser previamente acordado al momento de acordar la compraventa.

Tiene como finalidad cubrir pérdidas y/o daños de la mercadería en el tránsito. No es obligatorio, sin embargo, su uso está generalizado y es casi indispensable. Es el documento que contiene la enumeración detallada de los objetos asegurados, medio de transporte, procedencia, destino y las condiciones de garantía brindadas por los asegurados. Existen básicamente dos clases: Individual para una operación y Flotante esta se otorga a un operador frecuente. Este se compromete a utilizar determinada compañía de seguros para todas sus operaciones, recibiendo una prima preferencial. Autor: Ing. Juan Vivanco Siguas (2013) Exportación Definitiva

Este documento tiene como fin proteger una mercancía en beneficio de una persona empresa u organización, este documento ampara al beneficiario contra riesgos de transporte y otros riesgos añadidos antes y después del viaje. Según Alberto Ruibal en su libro “Gestión Logística de la Distribución Física Internacional”; “...en este documento se vinculan tres elementos: el asegurado (exportador o importador), el asegurador (compañía de seguros) y el objeto asegurado (la carga)”. La entidad aseguradora se compromete a indemnizar al asegurado o beneficiario por un límite de daños fijado previamente y a cambio el asegurador debe pagar una prima. Según dos modalidades de pólizas de seguro: póliza por viaje y póliza flotante, la primera asegura la mercancía por los riesgos que puedan ocurrir durante un viaje en concreto, la segunda asegura la mercancía por un periodo de tiempo determinado, por un número no determinado de viajes. (PROMPERU, 2020)

Certificado Fitosanitario

Cuando la mercancía que se está exportando corresponde a productos agrícolas o agropecuarios, usualmente la autoridad de aduana de destino solicita que el importador presente los Certificados Fitosanitarios en los cuales se acredite que los productos se encuentran libres de plagas.

El exportador peruano tendrá que tramitar este documento, si es que así se lo solicita el importador en el extranjero, ante el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) del Ministerio de Agricultura. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 27

Este documento es emitido por el Servicio Nacional de Saneamiento; de acuerdo con el Decreto Supremo N° 018-2008 “Reglamento de la Ley General de Sanidad Agraria”, “este documento oficial atestigua el estatus fitosanitario de cualquier envío sujeto a reglamentaciones fitosanitarias procedimientos específicos. (PROMPERU, 2020)

De acuerdo con el Artículo 15° del Decreto Supremo N° 018-2008 “Reglamento de la Ley General de Sanidad Agraria” la certificación fitosanitaria en la exportación se realizará la certificación previa inspección, de plantas y productos vegetales, insumos agrarios, destinados a la exportación. El SENASA establece los procedimientos para la certificación fitosanitaria, pudiendo tener en cuenta, de manera discrecional, entre otros aspectos, los siguientes criterios:

Las disposiciones y acuerdos contenidos en los Tratados y/o Convenios Internacionales suscritos por el país para el intercambio comercial.

Las disposiciones y acuerdos contenidos en los Convenios suscritos por el SENASA con las Organizaciones Nacional de Protección Fitosanitaria del país de destino.

Disposiciones establecidas de acuerdo a las Organización Nacional de Protección Fitosanitaria (ONPF) del país importador.

Disposiciones de SENASA que establecen que se otorgara de acuerdo a las siguientes categorías establecidas en la Resolución Directoral N° 0002-2012-AG-SENASA-DSV:

Categoría de Riesgo Fitosanitario 1: Productos de origen vegetal que, debido a su grado de procesamiento, ya no tienen capacidad para ser infestados por plagas cuarentenarias; por lo tanto, no están sujetos a control fitosanitario obligatorio por parte del SENASA. Incluye los productos sometidos a los siguientes procesos: Carbonizado, Fermentación, Cocción, Pasteurización, Confitado, Pulpaje, Congelamiento, Salado, En Almíbar, Expandido o Inflado, Tostado, Parbolizado, Encurtido, Salmuera, Esterilización, Teñido reducción a puré (licuado), Blanqueo (fibra textil), Malteado, Extracto, Hidrolizado, Estabilizado, Sulfitado, Precocido.

Categoría de Riesgo Fitosanitario 2: Productos de origen vegetal industrializados que han sido sometidos a cualquier método y grado de procesamiento pero que aún tienen capacidad de ser infestados por plagas cuarentenarias o que el método y grado de procesamiento puede no haber eliminado todas estas plagas. Incluye los productos sometidos a los siguientes procesos: Molido, Secado al Horno (Industrial), Peletizado, Sublimado, Extrusión, Presurizado, Impregnado, Tiernizado, Laminado, Machacado, Pintura (Laqueado y Barnizado).

Categoría de Riesgo Fitosanitario 3: Productos vegetales semi procesados o naturales primarios destinados a consumo, uso directo o transformación. Teniendo posibilidades de introducir o dispersar plagas cuarentenarias. Incluye los productos sometidos a los siguientes procesos: Astillado, Descuticulizado, Descortezado, Picado, Extracción Simple, (en frío), Secado, Natural, Descascarado, Prensado Simple (excepto fibra de algodón).

Categoría de Riesgo Fitosanitario 4: Semillas, plantas o sus partes destinados a la propagación.

Categoría de Riesgo Fitosanitario 5: Cualquier otro producto de origen vegetal o no vegetal no considerado en las categorías anteriores y que implica un riesgo fitosanitario demostrable de acuerdo al correspondiente Análisis del Riesgo de Plagas – ARP o sea requerido por la ONPF del país importador, para el caso de exportación.

Certificado de Origen

Cuando en el país de destino de la mercancía a exportarse otorga beneficios o preferencias arancelarias a los productos de origen peruano (ATPDA, TLC, ALADI, PRO, Comunidad Andina, etcétera.), será de obligatorio cumplimiento acreditar que el producto es de fabricación nacional. El documento que acredita el origen peruano del producto es, precisamente, el Certificado de Origen el cual es otorgado por diversas instituciones, como la Cámara de Comercio de Lima o la Sociedad Nacional de Industrias.

Si no se presenta este documento ante la aduana extranjera, simplemente el importador no domiciliado perdería la posibilidad de obtener la rebaja o franquicia aduanera, teniendo que pagar los tributos completos que gravan la importación sin derechos o beneficios. Debe tenerse presente este aspecto a fin de evitar la posible devolución de mercancías. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 28

Es el documento comercial que tiene por finalidad acreditar y garantizar el origen de las mercancías exportadas, de tal manera que permitan beneficiarse de las preferencias o reducciones arancelarias que otorgan los países en el marco de los tratados o acuerdos comerciales internacionales o regímenes preferenciales. *Los Certificados de Origen tienen como principales objetivos:*

Certificar el origen y procedencia de la mercancía.

Otorgar beneficios arancelarios en los acuerdos firmados o regímenes preferenciales.

Cumplir un requerimiento exigido por autoridades del país importador.

Autor: Andrés Mauricio Castro Figueroa, (2008) *Manual de Exportaciones: la exportación en Colombia*.

Este documento certifica el origen y lugar de manufactura del producto, con lo cual permite al importador acogerse a beneficios al momento de realizar el pago de derechos de importación en los países que son signatarios de acuerdos comerciales con el país de destino. Es preparado por el exportador, utilizando un formulario establecido por las autoridades del país importador. Este documento usualmente tiene que ser refrendado por la cámara de comercio local, embajadas o consulados del país importador. Este documento tiene que ser cuidadosamente preparado, de acuerdo a las normas establecidas por el país importador. (PROMPERU, 2020)

Trámites necesarios ante Aduanas

El exportador luego de haber concretado la contratación de un agente de aduanas y de una empresa de transporte de las mercancías, procederá a iniciar los trámites para el despacho al exterior. Para tal efecto, el agente de aduanas procederá a numerar la DUA y coordinar el ingreso de la mercancía a la zona primaria para efectos del respectivo control.

Entonces el agente de aduana ingresa a los almacenes respectivos la mercancía. El almacenista concluido la recepción total de la mercancía, llevará un registro electrónico donde se consigne la fecha y hora del ingreso total de la mercancía, así como la fecha y hora en la que el despachador de aduana presenta al almacenista la DUA para solicitar el embarque de su mercancía.

Posteriormente, transmite por vía electrónica a la intendencia de aduana respectiva, la información relativa a la recepción de la mercancía. Dicha transmisión será en el día en el que el despachador de aduana presenta la DUA al almacenista. El almacenista deberá transmitir los siguientes datos: número de la DUA asociada, número del documento de recepción del almacén, RUC del exportado, descripción genérica de la mercancía, cantidad total de bultos, peso bruto total, marca y numero

de contenedor y número del precinto de seguridad de aduanas, de corresponder. Si a la DUA se le asigna el canal rojo, son entregadas al despachador de aduana para su reconocimiento físico por el especialista u oficial en aduanas.

El reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduanas y/o su representante del almacén para los casos de terminales de almacenamiento, debiendo el despachador de aduanas presentar la DUA acompañada de las autorizaciones especiales, de corresponder. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 28

Producto del reconocimiento físico, pueden presentarse dos situaciones:

Reconocimiento Físico sin Incidencia

Practicado el reconocimiento, el especialista de aduanas u oficial de aduanas registra el resultado en el recuadro respectivo de la DUA e ingresa la información correspondiente al SIGAD en el día, bajo la responsabilidad, debiendo los oficiales de aduanas, cuando corresponda, entregar DUAs debidamente diligenciadas al área de Exportación.

Reconocimiento Físico con Incidencia

Si el especialista de aduanas u oficial de aduanas constata diferencia entre lo consignado y lo reconocido, siempre que no se trate de causal de suspensión del despacho, procede a realizar las enmiendas respectivas en la DUA con datos provisionales, anotando la situación en su diligencia y debiendo ingresar dicha información y los códigos de incidencia en el SIGAD.

Cuando la incidencia corresponde a una mercancía no declarada, se incurre en la infracción señalada en el artículo 108, inciso i) del Texto Único Ordenado de la Ley General de Aduanas.

Son causales de suspensión del trámite de despacho:

Encontrar mercancías que resulten de exportación prohibida o restringida, sin haber sido declaradas como tales.

Presunción de fraude o delito.

Diferencia de mercancías declaradas y encontrada.

En estos casos, el especialista de aduanas y oficial de aduanas formula el informe correspondiente al área de Exportación para la determinación de las acciones legales pertinentes. En caso que las incidencias sean subsanadas, éste último puede disponer la continuación del despacho, para lo cual el especialista en aduanas y oficial de aduanas deja constancia del hecho en su diligencia.

Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo máximo de treinta (30) días hábiles contados a partir del día siguiente de la fecha de numeración de la DUA con datos provisionales. En caso de haber incidencias, el oficial de aduanas mite un informe, quedando inmovilizada la mercancía que se encuentre en situación irregular mediante Acta de Inmovilización remitiéndose todo lo actuado a la intendencia de aduana respectiva para la evaluación del caso y aplicación de las acciones legales que correspondan.

Concluido el embarque de las mercancías, el oficial de aduanas entrega la DUA con datos provisionales al despachador de aduana y registra el resultado del control de embarque en el portal de la SUNAT, remitiendo fotocopia de la DUA vía fax o correo electrónico a la intendencia de aduana respectiva. El transportista debidamente autorizado, los representantes de la empresa consolidadora de la carga, o el despachador de aduana, presentan ante la intendencia de aduana de salida la DUA con datos provisionales debidamente diligenciada por la intendencia de aduana de origen, para dar inicio al embarque.

El despachador de aduana deberá regularizar el régimen de exportación, mediante la transmisión por vía electrónica de la información complementaria de la DUA y la presentación de los documentos que la sustentan a satisfacción de la autoridad aduanera, ante el área de Exportación correspondiente.

Registro de la Operación por Aduanas

El personal de la SUNAT encargado reciba la DUA y los documentos sustentatorios ingresando esta información al SIGAD para efectos de la emisión de la guía de entrega de documentos (GED), por cada DUA recibida, en original y copia, la que

contiene la siguiente información: fecha y hora de recepción, número de la DUA, número correlativo autogenerated por el sistema, código del despachador y relación de documentos recibidos.

El especialista en aduanas designado recibe la documentación procediendo en forma inmediata a la revisión documentaria, verificando:

Que la documentación que se adjunta corresponda a la información registrada en el SIGAD.

La descripción de la mercancía solicitada en la DUA sea la misma que la consignada en la factura y

Que la clasificación arancelaria de la mercancía sea la correcta.

Si es que procediera el rechazo de la DUA debe efectuarse en el día de su presentación, bajo responsabilidad del especialista en aduanas. De otra parte, si se detecta alguna inconsistencia entre lo transmitido electrónicamente y de la documentación presentada, el especialista en aduanas consigna en la GED los motivos de su rechazo, ingresando dicha información en el SIGAD.

Subsanaciones y consecuencias aduaneras

El exportador deberá subsanar las observaciones planteadas para lo cual cuenta con un plazo de treinta (30) días, de lo contrario, se incurre en la infracción tipificada en el artículo 192°, numeral 5) inciso c), de la Ley General de Aduanas. Para tal efecto, el despachador de aduana, conjuntamente con la documentación, debe presentar la autoliquidación de adeudos debidamente cancelada por la multa correspondiente, a in de que se procesa a la recepción y verificación y visado de aceptación, en señal de conformidad de los documentos.

Recibida la información el SIGAD valida los datos de la rectificación. Y de ser conforme remite la fecha de transmisión y secuencia de rectificación.

Si en la exportación oda la documentación está confirme, el especialista en aduanas registra la aceptación en el SIGAD y procede a consignar la fecha, su código, firma y sello en señal de conformidad, acción que constituye la regularización del régimen.

Mediante una resolución administrativa, la intendencia de aduana competente autoriza las modificaciones de la DUA, producto de la misión de las notas de crédito o de débito a las que se refieren el Reglamento de Comprobantes de Pago. Para tal efecto, el despachador de aduana presenta ante el área de exportación el expediente adjuntando la respectiva nota de crédito o de débito e información adicional, de ser el caso.

Vínculos con otros regímenes:

Admisión e Importación Temporal:

La Admisión Temporal para Reexportación en el Mismo Estado es el régimen que permite el ingreso al territorio aduanero de ciertas mercancías, con suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación para el consumo y recargos de corresponder, siempre que sean identificables y estén destinadas a cumplir un fin determinado en un lugar específico para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna, con excepción de la depreciación normal originada por el uso que se haya hecho de las mismas. Autor: Ing. Juan Vivanco Sigvas (2013) Exportación Definitiva

Restitución de derechos arancelarios (Drawback):

El Procedimiento de Restitución Simplificado de Derechos Arancelarios, en adelante restitución, permite obtener como consecuencia de la exportación, la devolución de un porcentaje del valor FOB del producto exportado, en razón que el costo de producción se ha visto incrementado por los derechos arancelarios que gravan la importación de insumos incorporados o consumidos en la producción del bien exportado. Autor: Ing. Juan Vivanco Sigvas (2013) Exportación Definitiva

La restitución será otorgada por un monto equivalente al cinco por ciento (5%) del valor FOB del producto exportado que figura en la Declaración Aduanera de Mercancías – Formato DUA o DS de exportación, con un tope de cincuenta por ciento (50%) de su costo de producción. A fin de determinar el monto total a ser solicitado a restitución, respecto del valor FOB debe deducirse, en el caso que hubiera, las comisiones y cualquier otro gasto deducible en el resultado final de la

operación de exportación. Autor: Ing. Juan Vivanco Sigwas (2013) Exportación Definitiva

Reposición de mercancías en franquicia

Los beneficiarios del régimen son las personas naturales o jurídicas que hubieren exportado directamente o a través de terceros, productos en los que se ha utilizado mercancías importadas. Podrá ser objeto de reposición toda mercancía que se someta a un proceso de transformación o elaboración, que se hubiera incorporado en un producto de exportación o se hubiere consumido directamente durante su proceso productivo. No pueden someterse a este régimen las mercancías que intervengan de manera auxiliar en el proceso productivo, tales como los combustibles o cualquier otra fuente energética, cuando su función sea generar calor o energía para la obtención del producto exportado. Tampoco se considerarán los repuestos y los útiles de recambio que se consuman o empleen en la obtención de estos bienes. Autor: Ing. Juan Vivanco Sigwas (2013)

Factores que inciden en los procesos exportación

Varios autores han realizado estudios acerca de los factores que influyen en la exportación, identificando factores internos y externos que impactan al desarrollo exportador de las MYPES. Sin embargo, para tomar la decisión de exportar el primer paso es analizar la oferta en el mercado de destino.

Pindyck (2009) menciona que la oferta es la producción y venta de productos en base a la cantidad de recursos y tecnología. Solo se producirá oferta cuando resulte lucrativo hacerlo, así, la Ley de oferta indica que cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofertada; siempre que los demás factores que influyen permanecen constantes.

Por otro lado, Bringas (2001) indica que existen limitantes que pueden generar un bajo nivel de exportación, así como factores que impulsen las mismas. En ese sentido, el autor detalla los factores determinantes del potencial exportador en

“estrategia internacional, organización-producto, tipo de cambio, país de origen, política oficial y demanda internacional”.

No obstante, de acuerdo a la revisión literaria desarrollada, el estudio se basa en los factores desarrollados por Escandón y Hurtado (2014) identificando tres factores principales: Características del empresario, características de la empresa y características del sector. Dichos factores se dividen en internos y externos para un mejor desarrollo.

Factores Internos:

A pesar de la importancia del sector como determinante del comportamiento exportador de las MYPES (Segura, 2019), éste no puede explicarse sin analizar el impacto de los factores internos de la empresa. Dichos factores se clasifican en características del empresario, recursos y capacidades y factores internos de la empresa.

Por otro lado, Bringas (2001) menciona que los factores propios de la empresa determinan la posibilidad de acceder a nuevos mercados exteriores. Además, Horta (2012) indica que los factores internos explican las características de la empresa y del empresario, ya que de estos dependen las estrategias y competencias.

Características del empresario

Monreal (2009) indica que es necesario contar con un empresario cuyas capacidades y/o características contribuyan a cumplir los objetivos de la empresa. Esto se complementa con el estudio de Escandón y Hurtado (2014) quien comenta que indicadores como la edad y experiencia del empresario, su actitud frente al riesgo, su nivel de educación y su networking pueden influir en el desarrollo exportador de las MYPES.

Edad y experiencia exportando

La edad del empresario es una característica importante, ya que refleja el tiempo que ha tomado el empresario en adquirir mayor experiencia en el mercado. Monreal (2009) menciona que los directivos jóvenes tienen mayores aspiraciones a internacionalizarse. Por otro lado, la experiencia

empresarial adquirida le permite al empresario enfrentar diferentes retos que traen el proceso de internacionalización. Escandón y Hurtado (2014), indican que mientras mayor sea la experiencia del empresario, mejor desempeño exportador tendrá la empresa.

Networking

Monreal (2009) refiere que este indicador es clave para la exposición internacional, ya que es necesario establecer relaciones con empresarios del rubro local e internacional. También, menciona que este indicador refleja las habilidades de establecer relaciones de los directivos con visión exportadora.

Actitud al riesgo

Monreal (2009) desarrolla la actitud frente al riesgo como una característica subjetiva del empresario, ya que es la percepción que se atribuye a la decisión del directivo a iniciar actividades nuevas como exportar.

Formación profesional

Otra característica de importancia es la educación que le da posibilidad de adquirir experiencia para ejercer su papel como empresario. Monreal (2009) y Escandón y Hurtado (2014), tienen la misma percepción de que mientras más preparado este el empresario, mejores resultados obtendrá de las actividades realizadas.

Factores internos de la empresa

Las características de la empresa este caso hace referencia a los recursos de la misma tales como su tamaño que influye solo en el caso de pequeñas y medianas empresas, a las capacidades distintivas de la compañía y al grado de expansión en el mercado local.

En cuanto a las capacidades distintivas de la empresa, el canal de distribución del producto y las ventajas competitivas son factores importantes para el proceso de

internacionalización de la empresa, así como también el incremento de las ventas ya que es equivalente a crecimiento.

Por otro lado, Horta (2012) menciona los indicadores como nivel de ventas, innovación, tamaño de la empresa y estructura organizacional ayudan a medir el nivel de internacionalización de las empresas.

Nivel de ventas

El nivel de ventas es determinante para la decisión de exportar, ya que esta decisión es tomada cuando el mercado local está saturado o se desea diversificar mercados.

Innovación

Escandón y Hurtado (2014) menciona que la innovación se puede medir con tres indicadores. El primero es la innovación del producto: originalidad o distinción de sus productos de la competencia. El segundo es la capacidad innovadora: mide el grado de innovación de la competencia directa y los productos que ofrecen a los clientes potenciales. El tercero es la innovación del sector: se mide a través del número de empresas que producen el mismo producto en el mercado.

Tamaño de la empresa

Verwaal y Donkers (2002), Aaby y Slater (1989) afirma que las empresas más grandes tienen ventajas relacionadas al tamaño por la capacidad de operar eficazmente en la exportación de productos.

Estructura organizacional

Horta (2012) manifiesta que las empresas que se comprometen con la internacionalización de sus productos invierten en la creación de áreas especializadas para el desarrollo de comercio internacional.

Factores externos

Las empresas en general, sin importar el tamaño ni años de funcionamiento, están condicionadas o influenciadas por el entorno en que se desenvuelven. Estos factores ofrecen oportunidades para crecer local e internacionalmente; no obstante, también existen restricciones o limitantes para el mismo fin.

Bringas (2001) agrupa a los factores externos en ventaja relativa del país, política oficial de promoción de exportaciones, tipo de cambio y oportunidad en un mercado de exportación concreto. Además, para analizar la capacidad exportadora de la empresa se debe realizar una investigación de mercado, confrontar dicha información con las posibilidades de la empresa, diseñar una estrategia de ingreso con características propias de ese nuevo mercado y principalmente, contar con asesoría profesional (Bringas 2001, p. 31).

Por otro lado, Monreal (2009) menciona que, a la hora de analizar el entorno, los investigadores lo dividen entre mercado doméstico e internacional. La mayoría de investigaciones se enfocan en los factores externos del mercado de destino más que en el mercado doméstico. Sin embargo, los factores locales influyen en la competitividad de las empresas y favorecen a la adopción de determinados comportamientos, convirtiéndose en estímulos al inicio de la actividad exportadora. (Monreal 2009, pp. 43-44).

Teniendo como base los factores mencionados por Bringas (2001) y Monreal (2009), a continuación, se desarrollan los factores externos que inciden en las exportaciones.

Características del sector

El sector al cual pertenece una empresa no solamente ejerce una influencia sobre la toma de decisiones estratégicas, sino que también afecta la rapidez con que las nuevas pequeñas empresas se internacionalizan (Escandón & Hurtado, 2014, p. 176). En mención a las nuevas pequeñas empresas, estas son aquellas que nacen dentro de la industria manufacturera y que tienen más probabilidades a exportar.

Además, la dinámica del sector de actividad económica de una empresa puede depender de la tradición exportadora del sector (Escandón & Hurtado, 2014, p. 176), se entiende de ello a que algunas empresas jóvenes al ver a otras empresas que inician su proceso de internacionalización a temprana edad imiten esta estrategia y sirva como impulso para que incursionen en esta actividad.

Dentro de las características del sector se considera el entorno de la industria doméstica en la que se destaca la competencia local, nivel tecnológico, nivel de Clúster, beneficios tributarios y características de la demanda.

Competencia local:

Según Monreal (2001) la competencia local la conforman empresas consideradas como competencia directa a las empresas exportadoras convirtiéndose en una amenaza u oportunidad para las mismas. Esto se debe a que pueden competir entre sí por participación del mercado o formar una alianza exportadora para ser competitivos en el exterior.

Nivel tecnológico:

El nivel de tecnología estándar que maneja el sector es importante para que las empresas se alineen a la inversión y ser más competitivos local e internacionalmente. Por consiguiente, el nivel tecnológico que caracteriza al sector sirve a las empresas como un referente para ingresar a otros mercados.

Nivel de Clúster:

Según Porter (1999) los Clúster son una concentración geográfica de empresas, instituciones y universidades que comparten el interés por un sector económico y estratégico concreto. En la realidad del sector, se puede considerar al emporio de Gamarra como un Clúster en desarrollo, por la concentración de empresas enfocadas en el sector textil.

Beneficios tributarios:

Existen beneficios tributarios enfocados hacia las MYPES para impulsar la formalización de empresas y contribuir a la economía del país. Además, existen mecanismos que impulsan la exportación como el Drawback donde su porcentaje es del 3% a partir del 1.1.2019 hasta el presente año (SUNAT, 2020).

Características de la demanda:

Monreal (2009) indica que características como el tamaño del mercado y características específicas del segmento pueden impulsar o limitar las exportaciones de una empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

Tipo de Investigación

Moreno (1987, p. 37), sostuvo que “la investigación básica, también llamada pura o fundamental tiene como propósito la aportación de elementos teóricos al conocimiento científico sin la intención de su corroboración directa en un campo concreto de aplicación orientada a lograr un nuevo conocimiento de manera sistemática metódica, con el único objetivo de ampliar el conocimiento de una determinada realidad”.

Diseño de la investigación

Los estudios de corte transversal “proporcionan información a partir de una observación hecha en una sola oportunidad y en un punto en el tiempo. (...) Son una fotografía instantánea de un problema dinámico. Los sujetos identificados como casos no son seguidos en el tiempo”. (Ruiz y Morillo, 2005, p. 198)

La “investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre cómo una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente. Trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta”. (Rodríguez, 2005, p.25)

La presente investigación es no experimental, de corte transversal y descriptiva. Según Sánchez y Reyes (2006), “es la forma más elemental de investigación a la que pueda recurrir un investigador. En este diseño el investigador busca y recoge información contemporánea con respecto a una situación previamente determinada (objeto de estudio), no presentándose la administración o control de un tratamiento. El diseño de la investigación descriptiva simple puede ser diagramado o esquematizado de la siguiente forma”:

M ----->O

Dónde:

M representa la muestra de 19 colaboradores con las cuales se trabajará el presente estudio y O representa la información importante o que nos interesa para recoger la mencionada muestra.

En este tipo de diseño nos limitamos a tomar la información que nos proporciona la brinda actual (pp.102-103).

3.2. Variables y Operacionalización

El presente estudio está comprendido por la variable 1 Exportación y la Variable 2 Factores, ambas son cuantitativas.

Definición Conceptual

Variable 1: Exportación

“Una exportación es régimen aduanero de un bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legal de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales”. **Autor: John D. Daniels, L. H. (2004). *Negocios internacionales*. Prentice Hall.**

Definición operacional de la variable 1

El proceso de exportación está conformado por lo siguiente: El Despacho de Exportación y Trámites necesarios ante aduanas.

Indicadores de la variable 1

Los indicadores son los siguientes: DUA, Factura Comercial, Documento de Transporte, Lista de Empaque (Packing List), Póliza de seguros, Certificado

Fitosanitario, Certificado de Origen, Registro de Operaciones por Aduanas, Subsanciones y Consecuencias Aduaneras.

Escala de Medición de la variable 1

La escala de medición es NOMINAL.

Variable 2: Factores

Varios autores han realizado estudios acerca de los factores que influyen en la exportación, identificando factores internos y externos que impactan al desarrollo exportador de las MYPES. Sin embargo, para tomar la decisión de exportar el primer paso es analizar la oferta en el mercado de destino.

Pindyck (2009) menciona que la oferta es la producción y venta de productos en base a la cantidad de recursos y tecnología. Solo se producirá oferta cuando resulte lucrativo hacerlo, así, la Ley de oferta indica que cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofertada; siempre que los demás factores que influyen permanecen constantes.

Por otro lado, Bringas (2001) indica que existen limitantes que pueden generar un bajo nivel de exportación, así como factores que impulsen las mismas. En ese sentido, el autor detalla los factores determinantes del potencial exportador en “estrategia internacional, organización-producto, tipo de cambio, país de origen, política oficial y demanda internacional”.

La presente investigación tiene como variable independiente a los factores que inciden en los procesos de exportación y comprobar la relación con la variable dependiente.

De acuerdo a la revisión literaria desarrollada, el estudio se basa en los factores desarrollados por Escandón y Hurtado (2014) identificando tres factores principales: Características del empresario, Características de la empresa y Características del sector. Dichos factores se dividen en internos y externos para un mejor desarrollo.

Definición operacional de la variable 2

Los factores que inciden en los procesos de exportación son los siguientes: Factores Internos que comprende de: Características del empresario y Factores Internos de la empresa y Factores Externos que comprende de Características del Sector.

Indicadores de la variable 2

Los indicadores son los siguientes:

Características del empresario: Edad y Experiencia exportando, Networking, Actitud al riesgo, Formación Profesional.

Factores Internos de la empresa: Nivel de ventas, Innovación, Tamaño de la empresa, Estructura Organizacional.

Características del sector: Competencia local, Nivel tecnológico, Nivel de Clúster, Beneficios Tributarios, Características de la demanda.

Escala de Medición de la variable 2

La escala de medición es NOMINAL.

3.3 Población, Muestra y Muestreo

Población

La población según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.174) es: “el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones”. La población de la presente investigación está conformada por 68 trabajadores en la empresa Transel S.A.C.

Muestra

“La muestra es un subgrupo de la población que nos interesa, del cual se recolectarán la información, y que tiene que definirse y delimitar con precisión y deberá ser representativo de la población”. Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.173). Para el presente trabajo de investigación la muestra es de 19 colaboradores

del área de operaciones en la empresa TRANSEL S.A.C. situado en la provincia constitucional del Callao; siendo ésta una muestra censal.

Para el estudio de la investigación se hizo uso de la teoría de muestreo, utilizando para tal efecto la teoría del muestreo aleatorio simple, cuya fórmula de estimación es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot n}{e^2(n - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n= Tamaño de la Población = 19

z= El valor de la variable normal estándar = 1.96

p= La prevalencia favorable a la variable en estudio = 0.5

q= A la prevalencia no favorable a la variable en estudio = 0.5

e= Al error de precisión = 0.05

Reemplazando por los valores numéricos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 20}{0.05^2(20 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 19$$

El tamaño de la muestra fue estimado de 19 colaboradores en la empresa TRANSEL S.A.C.

Muestreo

Para la aplicación del muestreo, se utilizó a los colaboradores pertenecientes a la empresa TRANSEL S.A.C. concordante con la teoría de muestreo.

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se usará la técnica de la encuesta y el instrumento: El cuestionario.

Según el autor Sánchez y Reyes (2008, p.35) “no hay manipulación directa de las variables de estudio siendo el método de evaluación sumaria o escala psicométrica de Rensis Likert utilizando encuestas donde especifica el grado nunca y siempre a un reactivo o pregunta”.

Para Hernández Fernández y Batista, P (2010, p 245) consiste en un ítem de preguntas.

3.5 Procedimientos

Se tomará prueba piloto a 19 colaboradores que posean igual característica de la muestra. “La confiabilidad es el grado de consistencia de los puntajes recolectados por un grupo en una serie de mediciones empleando el mismo instrumento”. Sánchez y Reyes (2008, p.123).

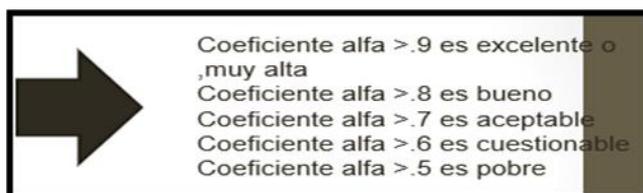
También la validación de instrumento por juicio de expertos y se empleará el estadístico alfa de CronBach para la confiabilidad de la institución.

3.5.1 Confiabilidad:

La confiabilidad representa el nivel de seguridad que tiene el cuestionario medido con alfa de Crobach.

Tabla 1 Nivel de confiabilidad de la Variable 1 y la Variable 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	31



Interpretación: Respecto a los resultados obtenidos en el análisis de confiabilidad que es ,811 puntos y de acuerdo al rango establecido mediante la tabla de valores de Cronbach según el autor Sampieri, se concreta que el instrumento de medición es de consistencia BUENA.

Esto quiere decir que los ítems si están midiendo lo mismo que está buscando el instrumento.

3.6 Métodos de análisis de datos

En la presente investigación, se elaboró una encuesta, cuya definición se basa en 31 preguntas que hacen referencia a las variables, dimensiones e indicadores, las cuales han sido medidas para la investigación (Hernández y Mendoza, 2018). En cada pregunta se empleó la escala de Likert del 1 al 5, este tipo de escalas evalúa si el colaborador está de acuerdo o en desacuerdo con cada pregunta. Por último, la encuesta fue respondida por 19 colaboradores del área de operaciones de la empresa TRANSEL S.A.C.

La presente investigación utilizó el paquete estadístico SPSS 25.

La presente investigación se aplicó en dos etapas:

1. Se describió los datos mediante las tablas y figuras.
2. Se realizó la prueba inferencial o también denominado prueba de hipótesis.

3.7 Aspectos éticos

Todos los colaboradores que respondieron al cuestionario fueron informados del procedimiento y se realizó bajo su consentimiento. Como parte de las políticas de la empresa TRANSEL S.A.C., la prueba piloto se realizó fuera del horario laboral, para así, no interrumpir con las labores y desempeño de cada uno de los colaboradores. Por último, los documentos fueron revisados por el autor y sus superiores con la finalidad de dar más fuerza a la investigación. Fuente: Elaboración propia.

IV. RESULTADOS

4.1 Prueba de normalidad

Una distribución muestral es un conjunto de valores sobre una estadística calculada de todas las muestras posibles de un determinado tamaño de una población. (Hernández 2014).

La determinación de la distribución de datos recolectados, se realizará a través del estadístico de Kolmogorov - Smirnov - para más de 50 personas encuestadas y Shapiro-Wilk para menos de 50 personas encuestadas.

4.1.1. Normalidad entre la Variable 1 y Variable 2

H0: Existe normalidad entre la Variable 1 y la Variable 2 de los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina - TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020.

H1: No existe normalidad entre la Variable 1 y la Variable 2 de los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina – TRANSEL S.A.C.- Callao – 2020.

Tabla 2: Prueba de normalidad: Variable 1 y Variable 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	,215	19	,021	,924	19	,134
V2	,127	19	,200*	,946	19	,331

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

V1	$V1 = 0,134 > 0,05 =$	Si Es Mayor Datos Son Normales
----	-----------------------	--------------------------------

V2	$V2 = 0,331 > 0,05 =$	Si Es Mayor Datos Son Normales
----	-----------------------	--------------------------------

4.2 Prueba de Hipótesis

Por lo tanto, para efectuar las pruebas de hipótesis se confirmó que las variables y dimensiones en esta investigación, tienen una distribución normal.

Tabla para medir la correlación

- -0.90 = Correlación negativa muy fuerte.
- -0.75 = Correlación negativa considerable.
- -0.50 = Correlación negativa media.
- -0.25 = Correlación negativa débil.
- -0.10 = Correlación negativa muy débil.
- 0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.
- +0.10 = Correlación positiva muy débil.
- +0.25 = Correlación positiva débil.
- +0.50 = Correlación positiva media.
- +0.75 = Correlación positiva considerable.
- +0.90 = Correlación positiva muy fuerte.
- +1.00 = Correlación positiva perfecta

4.2.1 Hipótesis entre Variable 1 y Variable 2

H0: No Existe relación entre la Variable 1 y la Variable 2 en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina -TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020.

H1: Existe relación entre la Variable 1 y la Variable 2 en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina – TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020.

Tabla 3: Correlación: Variable 1 y Variable 2

		Correlaciones	
		V1	V2
V1	Correlación de Pearson	1	,376
	Sig. (bilateral)		,112
	N	19	19
V2	Correlación de Pearson	,376	1
	Sig. (bilateral)	,112	
	N	19	19

La Variable 1 y Variable 2, tiene como sig.: 0,112.

Coefficiente de correlación ,376

De acuerdo con la correlación de PEARSON, la cual es 0,376, lo que representa una correlación positiva baja entre ambas variables no alcanzando significación estadística.

Prueba de Normalidad e Hipótesis: V1D1 con V1

H0: No Existe relación entre la V1D1 con V2 en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina – TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020.

H1: Existe relación entre la V1D1 con V2 en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina – TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020.

Tabla 4: Prueba de normalidad: Variable1 Y V1D1 (Dimensión 1 de la Variable 1)

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	,215	19	,021	,924	19	,134
V1D1	,191	19	,067	,893	19	,036

a. Corrección de significación de Lilliefors

V1	0,134 > 0,05 =	Si Es Mayor Datos Son Normales
V1D1	0,036 < 0,05 =	Si Es Menor Datos No Son Normales

Conclusión: Para la prueba de hipótesis o correlación se debe aplicar SPEARMAN, debido a que, en las variables analizadas, una es menor y la otra mayor al 0,05, en la prueba de Shapiro-Wilk ya que el tamaño de la muestra aplicada es menor a 50 personas.

Tabla 5: Correlación: Variable1 Y V1D1 (Dimensión 1 de la variable 1)

		Correlaciones		
			V1	V1D1
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000	,938**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	19	19
	V1D1	Coeficiente de correlación	,938**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	19	19

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La Variable 1 Y V1D1 (Dimensión 1 de la variable 1) tiene como sig.: $0,000 < 0,05$, esto significa que, si hay correlación, por lo tanto, se acepta la hipótesis de mi investigación.

Coeficiente de correlación ,938

La Variable 1 se relaciona de manera significativa con la V1D1 (Dimensión 1 de la variable 1), en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina – TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020, de acuerdo con la correlación de SPEARMAN, la cual es 0,938, lo que representa una correlación positiva muy fuerte entre la Variable1 Y V1D1 (Dimensión 1 de la variable 1) y una significancia igual a 0,000, esto significa que se acepta la hipótesis de investigación y la hipótesis nula se rechaza.

Prueba de Normalidad e Hipótesis: V1D1 con V2

HE0: No Existe relación entre la V1D1 con V2 en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020.

H1: Existe relación entre la V1D1 con V2 en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020.

Tabla 6: Prueba de normalidad: V1D1 con V2

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V2	,127	19	,200*	,946	19	,331

V1D1 ,191 19 ,067 ,893 19 ,036

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

V2	0,331 > 0,05 =	Si Es Mayor Datos Son Normales
V1D1	0,036 < 0,05 =	Si Es Menor Datos No Son Normales

Conclusión: para la prueba de hipótesis o correlación se debe aplicar SPEARMAN, debido a que, en las variables analizadas, una es menor y la otra mayor al 0,05, en la prueba de Shapiro-Wilk ya que el tamaño de la muestra aplicada es menor a 50 personas.

Tabla 7: Correlación: Variable 2 Y V1D1 (Dimensión 1 de la variable 1)

Correlaciones				
		V2		V1D1
Rho de Spearman	V2	Coeficiente de correlación	1,000	,368
		Sig. (bilateral)	.	,122
		N	19	19
	V1D1	Coeficiente de correlación	,368	1,000
		Sig. (bilateral)	,122	.
		N	19	19

La Variable 2 Y V1D1 (Dimensión 1 de la variable 1) tiene como sig.: 0,122 Coeficiente de correlación ,368 de acuerdo con la correlación de SPEARMAN, la cual es 0,368, lo que representa una correlación positiva débil entre la Variable 2 Y V1D1 (Dimensión 1 de la variable 1) y una significancia igual a 0,122.

Prueba de Normalidad e Hipótesis: Variable 2 Y V1D2 (Dimensión 2 de la variable 1)

HE0: No Existe relación entre la Variable 2 Y V1D2 (Dimensión 2 de la variable 1) en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020. Los datos siguen una distribución normal.

H1: Existe relación entre la Variable 2 Y V1D2 (Dimensión 2 de la variable 1) en los factores que inciden en los procesos de exportación de limón sutil peruano a Argentina TRANSEL S.A.C. - Callao – 2020. Los datos no siguen una distribución normal.

Tabla 8: Prueba de normalidad: Variable 2 Y V1D2 (Dimensión 2 de la variable 1)

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V2	,127	19	,200*	,946	19	,331
V1D2	,251	19	,003	,882	19	,023

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

V2	0,331 > 0,05 =	Si Es Mayor Datos Son Normales
V1D2	0,023 < 0,05 =	Si Es Menor Datos No Son Normales

Conclusión: Para la prueba de hipótesis o correlación se debe aplicar SPEARMAN, debido a que, en las variables analizadas, una es menor y la otra mayor al 0,05, en la prueba de Shapiro-Wilk ya que el tamaño de la muestra aplicada es menor a 50 personas.

Tabla 9: Correlación: Variable 2 Y V1D2 (Dimensión 2 de la variable 1)

Correlaciones							
		V2			V1D2		
Rho de Spearman	V2	Coeficiente de correlación	1,000	,362			
		Sig. (bilateral)	.	,128			
		N	19	19			
	V1D2	Coeficiente de correlación	,362	1,000			
		Sig. (bilateral)	,128	.			
		N	19	19			

La Variable 2 Y V1D2 (Dimensión 2 de la variable 1) tiene como sig.: 0,128
Coeficiente de correlación ,362

De acuerdo con la correlación de SPEARMAN, la cual es 0,362, lo que representa una correlación positiva débil entre ambas variables y una significancia igual a 0,362

V. DISCUSIÓN

Para la discusión de la presente investigación, se han confrontado los resultados de los Autores (Sotelo, *et.al.* 2020) que desarrollaron la tesis: “Factores determinantes internos y externos que influyeron en las exportaciones del limón sutil fresco de las empresas de la región Piura en el periodo 2014-2018” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – donde su objetivo principal fue de Analizar los factores determinantes internos y externos como lo son las características de la empresa, las competencias de la empresa, la estrategia exportadora y la demanda externa que influyeron en las exportaciones de limón

sutil fresco de las empresas de la Región Piura. En donde los resultados fueron los siguientes:

Con respecto a su hipótesis principal, concluyen que existen tres factores internos y uno externo. En relación a su hipótesis específica 1 y de acuerdo con los resultados de sus encuestados, concluyen que las características de la empresa sí fueron un factor determinante interno. Por ende, afirman que existen dos perfiles de empresas exportadoras. El primero, coincide que a medida que una empresa exportadora comprometa todos sus recursos y tenga una percepción favorable a la exportación, tiene éxito en la actividad exportadora y el segundo perfil, considera que, si se capacita constantemente al encargado de comercio exterior, se logra el crecimiento de las exportaciones.

En relación a su hipótesis específica 2 y de acuerdo con sus resultados, deducen que las competencias de la empresa sí fueron un factor determinante interno. Por esta razón, se afirman que existen dos perfiles de empresas exportadoras. El primero, concuerda en qué si se emplea tecnología en la producción de limón sutil fresco, se elabora una planificación correctamente estructurada de sus actividades y presenta un alto nivel de conocimiento del mercado de destino, aumenta sus posibilidades de tener éxito en sus exportaciones y el segundo perfil, asegura que, si se realizan controles de calidad del mismo fruto, ello influye de manera positiva en su actividad exportadora.

En relación a la hipótesis específica 3 y según los resultados de sus encuestados, concluyen que la estrategia exportadora sí fue un factor determinante interno que tuvo influencia. A partir de ello, se identificó tres perfiles de empresas exportadoras. El primero, resalta en tener buena cadena de suministro del cítrico, un mayor número de hectáreas destinadas para la exportación del mismo y participar en ferias internacionales. El segundo, consideran tener certificados fitosanitarios del limón sutil fresco y aplicar una estrategia de precios competitiva. El tercer perfil, coincide en elegir un mercado con características similares al mismo.

En relación a la hipótesis específica 4 y según los resultados de sus encuestados, deducen que la demanda externa sí fue un factor determinante externo que influyó en sus exportaciones. Por lo tanto, afirman que existe un perfil, el cual considera que a medida que el consumidor extranjero prefiera el alto nivel de acidez del limón sutil y la gastronomía peruana sea reconocida en otros países, las exportaciones de este fruto de la Región Piura serán más demandadas.

Es por ello que, en base a la similitud de su investigación y a sus resultados, se ha elegido dicha tesis para la confrontación con la presente, por lo cual se valida similitud entre la investigación de los autores con nuestro objetivo general, sobre determinar la incidencia de los factores que afectan a los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa TRANSEL S.A.C., según los estudios estadísticos realizados y de acuerdo a los modelos utilizados en la investigación, se concluye que los factores como las características del empresario, los factores internos de la empresa y las características de sector tienen influencia en el desarrollo exportador de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

En base a la investigación realizada, se puede colegir que:

Los factores que inciden en los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina – TRANSEL S.A.C. – CALLAO - 2020 es favorable, por lo que la planificación y el trabajo asociado en la TRANSEL S.A.C. es elemental para sostener la logística, conocimiento, experiencia y brindar calidad a exportar, logrando montos llamativos en el exterior. El país hermano Argentina es uno de los

mayores consumidores de limón sutil a nivel regional, el aumento de los despachos por productos naturales, nos hace entender que el cítrico tenga aceptación en este nicho de mercado.

1. Con respecto a nuestro objetivo general, sobre determinar la incidencia de los factores que afectan a los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa TRANSEL S.A.C., según los estudios que arroja el SPSS y de acuerdo a los modelos utilizados en la investigación, se concluye que los factores como las características del empresario, los factores internos de la empresa y las características de sector tienen influencia en el desarrollo exportador de la empresa.
2. En base a los resultados del análisis, se comprueba el objetivo específico uno, de determinar la influencia de los factores internos en los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa TRANSEL S.A.C. y se concluye que existe una influencia positiva de la dimensión: características del empresario como la edad, networking la actitud frente al riesgo y la formación profesional, ya que estos atributos que posee el empresario favorecen a la temprana internacionalización de la empresa y les permite tener una mejor perspectiva para enfrentarse al mercado global. En relación al punto anterior se concluye que es importante la capacitación del empresario sobre comercio exterior y la puesta en práctica ya que, según las encuestas aplicadas, el indicador más relevante dentro de las características del empresario es su experiencia exportando. En cuanto a la dimensión Factores Internos de la Empresa, se concluye que también influyen positivamente en el desarrollo exportador. Los resultados del estudio permiten concluir que los indicadores de los factores internos de la empresa como el nivel de ventas, la innovación, tamaño de la empresa y la estructura organizacional son puntos claves, y factor diferenciador de la empresa para su crecimiento y aprovechar las oportunidades de desarrollarse como una empresa exportadora.
3. Por último, en cuanto al objetivo específico dos, de determinar la influencia de los factores externos en los procesos de exportación del limón sutil peruano a Argentina de la empresa TRANSEL S.A.C., según los resultados

de las encuestas, el desarrollo exportador no solo está determinado por condiciones internas sino también por condiciones externas que rodean a la empresa TRANSEL S.A.C., es así que, en base a los resultados arrojados, se deduce que la dimensión Características del sector incide positivamente al desarrollo exportador en la empresa TRANSEL S.A.C. Así mismo, las encuestas arrojan resultados que los indicadores de la dimensión características del sector, como la competencia local, nivel tecnológico, nivel de cluster, características de la demanda y beneficios tributarios como el drawback cumplen un papel relevante en la decisión de exportar, ya que estos contribuyen a la consolidación o surgimiento de su internacionalización hacia mercados extranjeros.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo a la investigación realizada, las entidades públicas y privadas deben organizar actividades de capacitación y asesorías respecto a temas de como formar empresas, sector o nicho de mercado a enfocarse, como solicitar préstamos bancarios, comercio exterior, logística internacional, para MYPES que deseen iniciar un negocio e internacionalizarse a medida que crezcan y se desarrollen en un mercado objetivo.

En relación a características del empresario, que tanto los institutos y/o universidades dispongan de cursos especializados que ayuden a formar al estudiante con visión de empresario, ya que, según los estudios realizados en la presente investigación, los encuestados consideran que la formación académica del empresario es un factor influyente al momento de tomar decisión y empezar las negociaciones.

Con relación a los factores internos de la empresa, el punto más débil es la innovación que poseen las empresas, por lo que se recomienda invertir en tecnología e innovación para dar mejor competencia a las empresas y así puedan cumplir con las exigencias del mercado objetivo, así mismo, el sector se vuelva más competitivo, ya que, según los estudios realizados en la presente investigación, los encuestados consideran que la tecnología con la que debe contar la empresa es un factor influyente para internacionalizarse.

En relación al factor de características del sector, debe haber mayor apoyo de las entidades del estado para una mejor formalización de las MYPES, y así establecer un mercado y competencia local con precios competitivos de los productos que se ofrezcan al exterior. Se recomienda también, que haya capacitaciones para las empresas exportadoras que utilicen productos nacionales o nacionalizados al momento de producir sus productos a exportar, para un mejor aprovechamiento del DRAWBACK.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Acuerdo de Complementación Económica N° 58 suscrito entre los gobiernos de la república Argentina, de la república federativa de Brasil, de la república del Paraguay y la república oriental del Uruguay, Estados partes del MERCOSUR y el gobierno de la república del Perú, obtenido de: <https://bit.ly/3mdKnTy>

- Aduanet. (2019). Convenios Internacionales. En Aduanet. Recuperado de <https://bit.ly/2JP8Fqc>
- Agraria (22 de septiembre del 2016). Piura produce 120 mil toneladas de limón al año. Agraria. Recuperado de <https://bit.ly/346Kmuw>
- Agraria (7 de noviembre del 2018). Exportaciones peruanas de limón crecieron 40% en lo que va del año. Agraria. Recuperado de <https://bit.ly/37QnYqg>
- Albino, N., Ramírez, A., Gochez, A., y Lombardo, E. (2018). Economía del limón en el nordeste argentino en la campaña 2018. In EEA Bella Vista – INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria). Recuperado de <https://bit.ly/348aFAx>
- Araujo, R., et al (2009). El derecho aduanero en el siglo XXI. Bogotá: Legis.
- Araya, A. (2009). El Proceso de internacionalización de empresas. TEC Empresarial, 3, 18– 25.
- Baldeon, S., & Roman, R. (2016). Rebaja del Drawback y su impacto en el sector exportador durante el año 2015 (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Callao, Facultad de Ciencias Contables. Lima, Perú). Recuperado de <https://bit.ly/37dS5c4>
- Bringas, G. (2001). Decisión de exportar, recomendaciones para el empresario PYME. Córdova: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Brenan, L., & Garvey, D. (2009). The role of knowledge in internationalization. Research in International Bussines and Finance, 23(2), 120-133. Recuperado de <https://bit.ly/37eoyzk>
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2018). Memoria Anual 2017. Recuperado de <https://bit.ly/37VnfUR>
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2018). Caracterización del departamento de Piura. Recuperado de <https://bit.ly/37W6ARg>
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2018). Estadística del PBI por sectores productivos del Perú. Recuperado de Perú. <https://bit.ly/3gEKu9l>

- Barrientos, P. (2018). La agricultura peruana y su capacidad de competir en el mercado internacional. *Equidad y Desarrollo*, (32), 143–179. <https://bit.ly/2KgLQeT>
- Berbel, J., Ramón, M., y Vásquez, R. (2012). La selección de mercados preferentes como clave en la internacionalización empresarial. *Tec Empresarial*, Abril 2012, Vol 6 (1), 21-33. doi: 10.18845/te.v6i1.582
- British Broadcasting Corporation (BBC Mundo). (2017). Qué es "El Niño costero" que está afectando a Perú y Ecuador y por qué puede ser el indicador de un fenómeno meteorológico a escala planetaria. Recuperado de <https://bbc.in/3oJwVZs>
- Cabello, M.; y Cabello, J. (2013). *Procesamientos aduaneros I. conceptos básicos*. España: Taric.
- Cámara de Comercio de Lima (CCL). (2018). Los TLC impulsan el desarrollo del Perú. *La Cámara: la revista de la CCL*, 819, Recuperado de <https://bit.ly/3nh1h56>
- Castro, G., A & Pérez, M. (2018). Como impacta el Drawback en el desempeño exportador de las empresas peruanas. *Economía y sociedad*, 44 - 53. Recuperado de <https://bit.ly/2IHnZV4>
- Certificados de origen Lima Lima: CLL. Recuperado de <https://bit.ly/3gStl7n>
- Congreso de la República del Perú. (2003). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. (Ley n. ° 30056). Recuperado de <https://bit.ly/2LuMUMK>
- Consortio Clúster Development (2013). *Elaboración de un mapeo de Clúster en el Perú*. Recuperado de <https://bit.ly/345v1dV>
- El autor Angulo (2016) desarrolló la tesis: "Modelo Metodológico para Exportar Limón Sutil al mercado Norteamericano" en la Universidad Nacional de Trujillo.

El autor Parra (2018) desarrolló la tesis: “Análisis de capacidad de exportación de una empresa productora de cítricos”, en la Universidad de Quintana Roo. <https://bit.ly/3gHT5Zk>

Espejo, A., Núñez, J. y Fuentes, F. (2016). Factores determinantes del éxito exportador: causas internas empresariales. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*1, 1(11), 190-207. Recuperado de <https://bit.ly/2W6vo3t>

Exportaciones de limón sutil llegaron a valores de US\$2.9 millones en los primeros ocho meses del año, obtenido de: <https://bit.ly/347z6xZ>

Fernández, M., Peña, I. y Hernández, F. (2006). Factores determinantes del éxito exportador, el papel de la estrategia exportadora en las empresas de economía social Recuperado de <https://bit.ly/3nigP8Q>

Gestión (4 de marzo del 2019). ProCitrus: Exportación de cítricos peruanos crecería un 8% este año. *Gestión*. Recuperado de <https://bit.ly/3gEPJGk>

Hernández, R. Fernández C., Baptista P. (1991). *Metodología de la investigación* México: Mcgraw-Hill.

Informe económico y comercial –EUVU. Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Washington Actualizado a julio 2013.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (Enero 2014). Boletín de Información oportuna del sector alimentario Numero 338

Juan Vivanco Sigvas (2013) Exportación Definitiva.

Kaplan, R. S. y Norton, D. P. (2008) Fundamentos de estrategia. España: Pearson.

Los autores Menacho; Oscanoa y Viza (2018) desarrollaron la tesis: “Plan de Negocios: Exportación de Limón Sutil a EE.UU.” en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://bit.ly/3oMTwo4>

LEY PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. (2002). SEGOB. Obtenido de SEGOB: <https://bit.ly/37cLIWx>

Los Autores Sotelo y Tafur (2020) desarrollaron la tesis: “Factores determinantes internos y externos que incluyeron en las exportaciones del limón sutil fresco de las empresas de la región Piura en el periodo 2014-2018” en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://bit.ly/3nfawCS>

Los autores Medina y Martínez (2020) desarrollaron la tesis: “Propuesta de Diseño del Proceso Logístico para la Exportación del Limón Tahití desde el municipio de Puerto Lopez hacia el mercado Estadounidense” en la Universidad Piloto de Colombia. <https://bit.ly/3a4jmjb>

Los autores Ruiz y Wang (2015) desarrollaron la tesis: “Propuesta para la comercialización internacional del Limón Sutil del Sector el Bunque-Palmales de la provincia del El Oro dirigido a la ciudad de Nueva York” en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <https://bit.ly/37WQMgT>

La autora Viktoria Sorokina desarrolló la tesis: “Factors influencing export Performance” recuperado de <https://bit.ly/3oGhpgM>

Manejo integrado del cultivo del limón – Agro banco- Universidad Agraria La Molina Año 2011.

Milagros Mónica Narciso Flores (2013) Documentos de la Gestión Aduanera.

MINAGRI (Junio, 2017) Boletín informe del limón.

MINCETUR. (2009). Estudio para la Elaboración de un Proyecto Productivo de Producción y Comercialización Limón Tahití. En los Departamentos de Tumbes, Piura y Lambayeque.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Unidad de Comunicaciones para el TLC Perú-Estados Unidos. (2005) TLC y Agro.

Oportunidades de mercado -Estudios Económicos Subsecretaria de Fomento a los Agro negocios-Gobierno Federal Estados Unidos Mexicanos. Año 2011.

PROMPERU. Partida arancelaria del limón-Exportación de los últimos años...Recuperado de: <https://bit.ly/3gIPfio>

Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 17

IX. ANEXOS

Anexo N° 1 Matriz de Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	
EXPORTACIÓN	<p>Legalmente se define a la exportación como el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación, eso es, nacional o nacionalizada, que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior (siempre que estos productos no sean considerados prohibidas), sin que esta operación se encuentra gravada con el Impuesto General a las Ventas. Autor: Vládik Aldea Correa, Junio Benites Ramírez, Jorge Castillo Guzmán, Alex Rodríguez Ortiz (2009) Manual Práctico de Importación y Exportación TLC PERÚ – EE.UU. Pág. 17</p>	<p>En la empresa TRANSEL S.A.C. se harán todas las coordinaciones oportunamente, en su momento para que no exista retrasos que puedan ocasionar gastos o costos adicionales, esto se cumplirá siguiendo al pie de la letra el proceso de exportación teniendo conocimiento de la documentación y de las operaciones a realizarse posteriormente.</p>	El Despacho de Exportación	DUA	NOMINAL	
				Factura Comercial		
				Documento de Transporte		
				Lista de Empaque (Packing List)		
				Póliza de Seguros		
				Certificado Fitosanitario		
			Trámites necesarios ante Aduanas	Certificado de origen	NOMINAL	
				Registro de Operaciones por Aduanas		NOMINAL
				Subsanaciones y consecuencias aduaneras		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
FACTORES	<p>Varios autores han realizado estudios acerca de los factores que influyen en la exportación identificando factores internos y externos que impactan al desarrollo exportador de las MYPES. Sin embargo, para tomar la decisión de exportar el primer paso es analizar la oferta en el mercado de destino. No obstante, de acuerdo a la revisión literaria desarrollada, el estudio se basa en los factores desarrollados por Escandón y Hurtado (2014) identificando tres factores principales: Características del empresario, Factores Internos de la empresa y Características del sector. Dichos factores se dividen en internos y externos para un mejor desarrollo.</p>	<p>En la empresa TRANSEL S.A.C. se pretende analizar estos tres factores que inciden en los procesos de exportación del Limón Sutil peruano. Esto se cumplirá siguiendo al pie de la letra el proceso de exportación teniendo conocimiento de la documentación, así como de los factores que nos ayudarán a lograr nuestro objetivo.</p>	Características del Empresario	Edad y Experiencia exportando	NOMINAL
				NetWorking	
				Actitud al Riesgo	
				Formación Profesional	
			Factores Internos de la Empresa	Nivel de Ventas	NOMINAL
				Innovación	
				Tamaño de la empresa	
				Estructura Organizacional	
			Características del Sector	Competencia Local	NOMINAL
				Nivel Tecnológico	
				Nivel de Clúster	
				Beneficios Tributarios	
				Características de la Demanda	

Anexo N° 2 Instrumento de recolección de datos

Variable: Exportación						
ITEM	DIMENSION 1: El Despacho de Exportación	1	2	3	4	5
1	¿Completa el liquidador los datos del formato de la declaración única de aduanas con facilidad?					
2	¿Conoce el sectorísta los requisitos que deben cumplir las mercancías amparadas en una declaración única de aduanas?					
3	¿Utiliza el sectorísta un formato especial de factura comercial para la exportación?					
4	¿La factura comercial puede ser sustituida por una declaración jurada?					
5	¿El documento de transporte es indispensable para el transporte de mercancías a nivel internacional?					
6	¿Conoce Ud. los tipos de documento de transporte?					
7	¿Es necesaria la lista de empaque en una exportación?					
8	¿Es necesaria la póliza de seguro en una exportación?					
9	¿Conoce Ud. las clases de póliza de seguro?					
10	¿Es indispensable el certificado fitosanitario para el transporte de mercancías a nivel internacional?					

11	¿El certificado fitosanitario sólo corresponde a mercancías agrícolas o agropecuarias?					
12	¿El importador en destino (extranjero) entrega con frecuencia el certificado de origen?					

ITEM	DIMENSION 2: Trámites necesarios ante aduanas	1	2	3	4	5
13	¿Realiza el jefe de exportaciones el registro de operaciones por aduanas?					
14	¿Efectúa el auxiliar de despacho el reconocimiento físico de mercancías?					
15	¿Ha tenido Ud. observaciones por un funcionario aduanero en su labor?					
16	¿Subsana el representante legal las notificaciones hechas por el funcionario aduanero dentro del plazo establecido?					
17	¿Presenta Ud. autoliquidación de adeudos (multas) a diario?					

VARIABLE: FACTORES						
ITEM	DIMENSION 3: Características del Empresario	1	2	3	4	5
18	¿Considera usted que la edad del empresario al iniciar un negocio influye en el desarrollo exportador?					
19	¿Considera usted que la experiencia del empresario exportando es relevante al incursionar en un mercado exterior?					
20	¿Considera usted que la cantidad de contactos en el sector y/o rubro del empresario influye en las exportaciones? (Se consideran clientes, proveedores y agentes logísticos)					

21	¿Considera usted que la actitud frente al riesgo es determinante para comenzar la internacionalización de su empresa, es decir toma la decisión de buscar nuevos mercados en el exterior sin tener la certeza de tener éxito?					
22	¿Considera usted que el nivel educativo del empresario influye en la internacionalización de la empresa? (Se consideran los siguientes niveles: Primaria, Secundaria, Bachiller, Licenciado, Master, Doctor)					
ITEM	DIMENSION 4: Factores Internos de la Empresa	1	2	3	4	5
23	¿Considera usted que el nivel de ventas locales anuales influyen en la decisión de explorar nuevos mercados extranjeros?					
24	¿Considera usted que la innovación en sus productos para diferenciarse de la competencia influye en la decisión de exportar?					
25	¿Considera usted que el tamaño de la empresa es decisivo para poder internacionalizarse?					
26	¿Considera usted que su estructura organizacional de su empresa es la adecuada para tener ventas en un mercado extranjero?					
ITEM	DIMENSION 5: Características del Sector	1	2	3	4	5
27	¿Considera usted que la competencia local en el sector agrícola de la zona norte del país influye en su decisión de exportar?					
28	¿Considera usted que la tecnología actual de su empresa es la adecuada para iniciar a exportar?					
29	¿Considera usted que el Clúster de la zona norte del país incentiva el desarrollo exportador de las empresas? Clúster: Agrupación o conjunto de empresas relacionadas entre sí que pertenecen al mismo sector y se encuentran próximas geográficamente.					
30	¿Considera usted que la recuperación de las exportaciones del sector agrícola de la zona norte del país se debe a los mecanismos de estímulo a las exportaciones como el Drawback? (Drawback: Es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de la mercancía, obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de los insumos contenidos en los bienes exportados o consumidos durante su producción)					
31	¿Considera usted que la necesidad de conocer las características de la demanda (necesidades, gustos y preferencias del consumidor) es importante para poder internacionalizarse?					

Cálculo del tamaño de la muestra

La muestra es un subgrupo de la población que nos interesa, del cual se recolectarán los datos, y que tiene que definirse y delimitar con precisión y deberá ser representativo de la población. Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.173). Para el presente trabajo de investigación la muestra es de 19 colaboradores del área de operaciones en la empresa TRANSEL S.A.C. Ubicado en el distrito del Callao; siendo ésta una muestra censal.

Para el estudio de la investigación se hizo uso de la teoría de muestreo, utilizando para tal efecto la teoría del muestreo aleatorio simple, cuya fórmula de estimación es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot n}{e^2(n - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n= Tamaño de la Población = 20

z= El valor de la variable normal estándar = 1.96

p= La prevalencia favorable a la variable en estudio = 0.5

q= A la prevalencia no favorable a la variable en estudio = 0.5

e= Al error de precisión = 0.05

Reemplazando por los valores numéricos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 20}{0.05^2(20 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 19$$

El tamaño de la muestra fue estimado de 19 colaboradores en la empresa TRANSEL S.A.C.

Anexo N° 3 CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: FACTORES QUE INCIDEN EN LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN DE LIMÓN SUTIL PERUANO A ARGENTINA – TRANSEL S.A.C. – CALLAO – 2020

Nº	DIMENSIONES / ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: El Despacho de Exportación							
1	¿Completa el liquidador los datos del formato de la declaración única de aduanas con facilidad?					x		
2	¿Conoce el sectorísta los requisitos que deben cumplir las mercancías amparadas en una declaración única de aduanas?			x				
3	¿Utiliza el sectorísta un formato especial de factura comercial para la exportación?	x						
4	¿La factura comercial puede ser sustituida por una declaración jurada?			x				
5	¿El documento de transporte es indispensable para el transporte de mercancías a nivel internacional?	x						
6	¿Conoce Ud. los tipos de documento de transporte?					x		
7	¿Es necesaria la lista de empaque en una exportación?	x						
8	¿Es necesaria la póliza de seguro en una exportación?	x						
9	¿Conoce Ud. las clases de póliza de seguro?					x		

10	¿Es indispensable el certificado fitosanitario para el transporte de mercancías a nivel internacional?	x						
11	¿El certificado fitosanitario sólo corresponde a mercancías agrícolas o agropecuarias?			x				
12	¿El importador en destino (extranjero) entrega con frecuencia el certificado de origen?					x		
	DIMENSIÓN 2: Trámites necesarios ante ADUANAS	Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿Realiza el jefe de exportaciones el registro de operaciones por aduanas?	x						
14	¿Efectúa el auxiliar de despacho el reconocimiento físico de mercancías?					x		
15	¿Ha tenido Ud. observaciones por un funcionario aduanero en su labor?					x		
16	¿Subsana el representante legal las notificaciones hechas por el funcionario aduanero dentro del plazo establecido?			x				
17	¿Presenta Ud. autoliquidación de adeudos (multas) a diario?			x				
	DIMENSIÓN 3: Características del empresario	Si	No	Si	No	Si	No	
18	¿Considera usted que la edad del empresario al iniciar un negocio influye en el desarrollo exportador?					x		

19	¿Considera usted que la experiencia del empresario exportando es relevante al incursionar en un mercado exterior?	x						
20	¿Considera usted que la cantidad de contactos en el sector y/o rubro del empresario influye en las exportaciones? (Se consideran clientes, proveedores y agentes logísticos)	x						
21	¿Considera usted que la actitud frente al riesgo es determinante para comenzar la internacionalización de su empresa, es decir toma la decisión de buscar nuevos mercados en el exterior sin tener la certeza de tener éxito?	x						
22	¿Considera usted que el nivel educativo del empresario influye en la internacionalización de la empresa?(Se consideran los siguientes niveles: Primaria, Secundaria, Bachiller, Licenciado, Master, Doctor)			x				
	DIMENSIÓN 4: Factores Internos de la Empresa	Si	No	Si	No	Si	No	
23	¿Considera usted que el nivel de ventas locales anuales influyen en la decisión de explorar nuevos mercados extranjeros?	x						
24	¿Considera usted que la innovación en sus productos para diferenciarse de la competencia influye en la decisión de exportar?			x				

25	¿Considera usted que el tamaño de la empresa es decisivo para poder internacionalizarse?	x						
26	¿Considera usted que su estructura organizacional de su empresa es la adecuada para tener ventas en un mercado extranjero?	x						
	DIMENSIÓN 5: Características del Sector	Si	No	Si	No	Si	No	
27	¿Considera usted que la competencia local en el sector agrícola de la zona norte del país influye en su decisión de exportar?			x				
28	¿Considera usted que la tecnología actual de su empresa es la adecuada para iniciar a exportar?	x						
29	¿Considera usted que el Clúster de la zona norte del país incentiva el desarrollo exportador de las empresas? Clúster: Agrupación o conjunto de empresas relacionadas entre sí que pertenecen al mismo sector y se encuentran próximas geográficamente.					x		
30	¿Considera usted que la recuperación de las exportaciones del sector agrícola de la zona norte del país se debe a los mecanismos de estímulo a las exportaciones como el Drawback? (Drawback: Es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de la mercancía,					x		

	obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de los insumos contenidos en los bienes exportados o consumidos durante su producción)							
31	¿Considera usted que la necesidad de conocer las características de la demanda (necesidades, gustos y preferencias del consumidor) es importante para poder internacionalizarse?					x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia en la cantidad de ítem):

Aplicable _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Nombres y Apellidos del juez validador Dr. Mg: Mg

Yadit Rocca Carvajal.....**DNI:46460382**.....

Especialidad del validador: MBA Administración de Negocios

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, preciso y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Lima, 28 de Octubre del 2020

Anexo N° 4 CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: FACTORES QUE INCIDEN EN LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN DE LIMÓN SUTIL PERUANO A ARGENTINA – TRANSEL S.A.C. – CALLAO – 2020

Nº	DIMENSIONES / ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: El Despacho de Exportación							
1	¿Completa el liquidador los datos del formato de la declaración única de aduanas con facilidad?					X		
2	¿Conoce el sectorísta los requisitos que deben cumplir las mercancías amparadas en una declaración única de aduanas?			X				
3	¿Utiliza el sectorísta un formato especial de factura comercial para la exportación?	X						
4	¿La factura comercial puede ser sustituida por una declaración jurada?			X				
5	¿El documento de transporte es indispensable para el transporte de mercancías a nivel internacional?	X						
6	¿Conoce Ud. los tipos de documento de transporte?					X		
7	¿Es necesaria la lista de empaque en una exportación?	X						
8	¿Es necesaria la póliza de seguro en una exportación?			X				
9	¿Conoce Ud. las clases de póliza de seguro?					X		

10	¿Es indispensable el certificado fitosanitario para el transporte de mercancías a nivel internacional?	X						
11	¿El certificado fitosanitario sólo corresponde a mercancías agrícolas o agropecuarias?			X				
12	¿El importador en destino (extranjero) entrega con frecuencia el certificado de origen?					X		
	DIMENSIÓN 2: Trámites necesarios ante ADUANAS	Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿Realiza el jefe de exportaciones el registro de operaciones por aduanas?	X						
14	¿Efectúa el auxiliar de despacho el reconocimiento físico de mercancías?					X		
15	¿Ha tenido Ud. observaciones por un funcionario aduanero en su labor?			X				
16	¿Subsana el representante legal las notificaciones hechas por el funcionario aduanero dentro del plazo establecido?			X				
17	¿Presenta Ud. autoliquidación de adeudos (multas) a diario?					X		
	DIMENSIÓN 3: Características del empresario	Si	No	Si	No	Si	No	
18	¿Considera usted que la edad del empresario al iniciar un negocio influye en el desarrollo exportador?					X		

19	¿Considera usted que la experiencia del empresario exportando es relevante al incursionar en un mercado exterior?			X				
20	¿Considera usted que la cantidad de contactos en el sector y/o rubro del empresario influye en las exportaciones? (Se consideran clientes, proveedores y agentes logísticos)	X						
21	¿Considera usted que la actitud frente al riesgo es determinante para comenzar la internacionalización de su empresa, es decir toma la decisión de buscar nuevos mercados en el exterior sin tener la certeza de tener éxito?	X						
22	¿Considera usted que el nivel educativo del empresario influye en la internacionalización de la empresa?(Se consideran los siguientes niveles: Primaria, Secundaria, Bachiller, Licenciado, Master, Doctor)			X				
	DIMENSIÓN 4: Factores Internos de la Empresa	Si	No	Si	No	Si	No	
23	¿Considera usted que el nivel de ventas locales anuales influyen en la decisión de explorar nuevos mercados extranjeros?			X				
24	¿Considera usted que la innovación en sus productos para diferenciarse de la competencia influye en la decisión de exportar?	X						

25	¿Considera usted que el tamaño de la empresa es decisivo para poder internacionalizarse?	X						
26	¿Considera usted que su estructura organizacional de su empresa es la adecuada para tener ventas en un mercado extranjero?	X						
	DIMENSIÓN 5: Características del Sector	Si	No	Si	No	Si	No	
27	¿Considera usted que la competencia local en el sector agrícola de la zona norte del país influye en su decisión de exportar?			X				
28	¿Considera usted que la tecnología actual de su empresa es la adecuada para iniciar a exportar?			X				
29	¿Considera usted que el Clúster de la zona norte del país incentiva el desarrollo exportador de las empresas? Clúster: Agrupación o conjunto de empresas relacionadas entre sí que pertenecen al mismo sector y se encuentran próximas geográficamente.					X		
30	¿Considera usted que la recuperación de las exportaciones del sector agrícola de la zona norte del país se debe a los mecanismos de estímulo a las exportaciones como el Drawback? (Drawback: Es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de la mercancía,			X				

	obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de los insumos contenidos en los bienes exportados o consumidos durante su producción)							
31	¿Considera usted que la necesidad de conocer las características de la demanda (necesidades, gustos y preferencias del consumidor) es importante para poder internacionalizarse?	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia en la cantidad de ítem): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

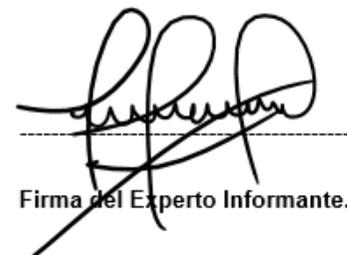
Nombres y Apellidos del juez validador Dr./Mg: Panche Rodríguez Beatriz, DNI: 09586832.

Especialidad del validador: Administradora.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso,



Firma del Experto Informante.

Lima, 28 de Octubre del 2020

Anexo N° 5 CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: FACTORES QUE INCIDEN EN LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN DE LIMÓN SUTIL PERUANO A ARGENTINA – TRANSEL S.A.C. – CALLAO – 2020

Nº	DIMENSIONES / ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: El Despacho de Exportación							
1	¿Completa el liquidador los datos del formato de la declaración única de aduanas con facilidad?					X		
2	¿Conoce el sectorísta los requisitos que deben cumplir las mercancías amparadas en una declaración única de aduanas?			X				
3	¿Utiliza el sectorísta un formato especial de factura comercial para la exportación?	X						
4	¿La factura comercial puede ser sustituida por una declaración jurada?			X				
5	¿El documento de transporte es indispensable para el transporte de mercancías a nivel internacional?	X						
6	¿Conoce Ud. los tipos de documento de transporte?					X		
7	¿Es necesaria la lista de empaque en una exportación?	X						
8	¿Es necesaria la póliza de seguro en una exportación?			X				
9	¿Conoce Ud. las clases de póliza de seguro?					X		

10	¿Es indispensable el certificado fitosanitario para el transporte de mercancías a nivel internacional?	X						
11	¿El certificado fitosanitario sólo corresponde a mercancías agrícolas o agropecuarias?			X				
12	¿El importador en destino (extranjero) entrega con frecuencia el certificado de origen?					X		
	DIMENSIÓN 2: Trámites necesarios ante ADUANAS	Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿Realiza el jefe de exportaciones el registro de operaciones por aduanas?	X						
14	¿Efectúa el auxiliar de despacho el reconocimiento físico de mercancías?					X		
15	¿Ha tenido Ud. observaciones por un funcionario aduanero en su labor?			X				
16	¿Subsana el representante legal las notificaciones hechas por el funcionario aduanero dentro del plazo establecido?			X				
17	¿Presenta Ud. autoliquidación de adeudos (multas) a diario?			X				
	DIMENSIÓN 3: Características del empresario	Si	No	Si	No	Si	No	
18	¿Considera usted que la edad del empresario al iniciar un negocio influye en el desarrollo exportador?					X		

19	¿Considera usted que la experiencia del empresario exportando es relevante al incursionar en un mercado exterior?					X		
20	¿Considera usted que la cantidad de contactos en el sector y/o rubro del empresario influye en las exportaciones? (Se consideran clientes, proveedores y agentes logísticos)	X						
21	¿Considera usted que la actitud frente al riesgo es determinante para comenzar la internacionalización de su empresa, es decir toma la decisión de buscar nuevos mercados en el exterior sin tener la certeza de tener éxito?	X						
22	¿Considera usted que el nivel educativo del empresario influye en la internacionalización de la empresa?(Se consideran los siguientes niveles: Primaria, Secundaria, Bachiller, Licenciado, Master, Doctor)			X				
	DIMENSIÓN 4: Factores Internos de la Empresa	Si	No	Si	No	Si	No	
23	¿Considera usted que el nivel de ventas locales anuales influyen en la decisión de explorar nuevos mercados extranjeros?			X				
24	¿Considera usted que la innovación en sus productos para diferenciarse de la competencia influye en la decisión de exportar?	X						

25	¿Considera usted que el tamaño de la empresa es decisivo para poder internacionalizarse?			X				
26	¿Considera usted que su estructura organizacional de su empresa es la adecuada para tener ventas en un mercado extranjero?	X						
	DIMENSIÓN 5: Características del Sector	Si	No	Si	No	Si	No	
27	¿Considera usted que la competencia local en el sector agrícola de la zona norte del país influye en su decisión de exportar?			X				
28	¿Considera usted que la tecnología actual de su empresa es la adecuada para iniciar a exportar?	X						
29	¿Considera usted que el Clúster de la zona norte del país incentiva el desarrollo exportador de las empresas? Clúster: Agrupación o conjunto de empresas relacionadas entre sí que pertenecen al mismo sector y se encuentran próximas geográficamente.					X		
30	¿Considera usted que la recuperación de las exportaciones del sector agrícola de la zona norte del país se debe a los mecanismos de estímulo a las exportaciones como el Drawback? (Drawback: Es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de la mercancía,			X				

	obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de los insumos contenidos en los bienes exportados o consumidos durante su producción)							
31	¿Considera usted que la necesidad de conocer las características de la demanda (necesidades, gustos y preferencias del consumidor) es importante para poder internacionalizarse?			x				

Observaciones (precisar si hay suficiencia en la cantidad de ítem): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos del juez validador Dr./Mg: Rafael Arturo López Landauro.

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso,

Lima, 28 de Octubre del 2020

Gráfico N° 1 - Declaratoria única de aduanas

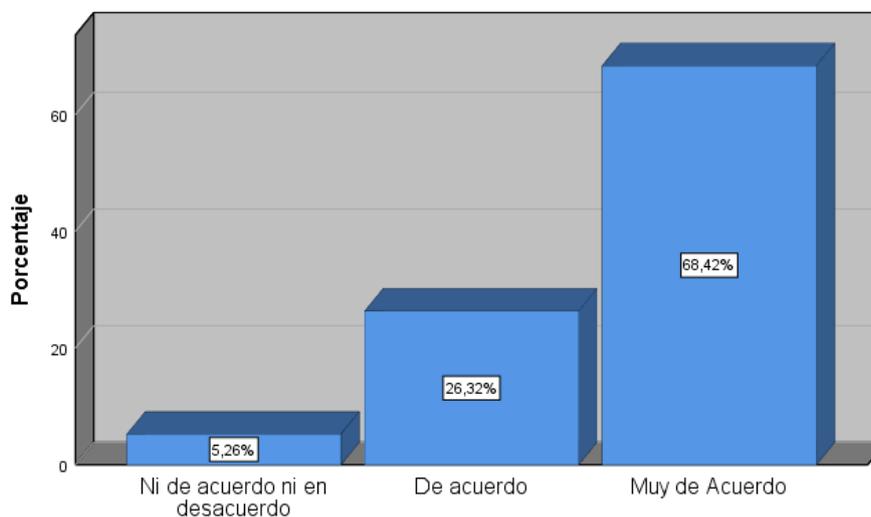
Anexo N° 6: Gráficos Estadísticos

Declaratoria única de aduanas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	5	26,3	26,3	31,6
	Muy de Acuerdo	13	68,4	68,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado

Declaratoria unica de aduanas



Declaratoria unica de aduanas

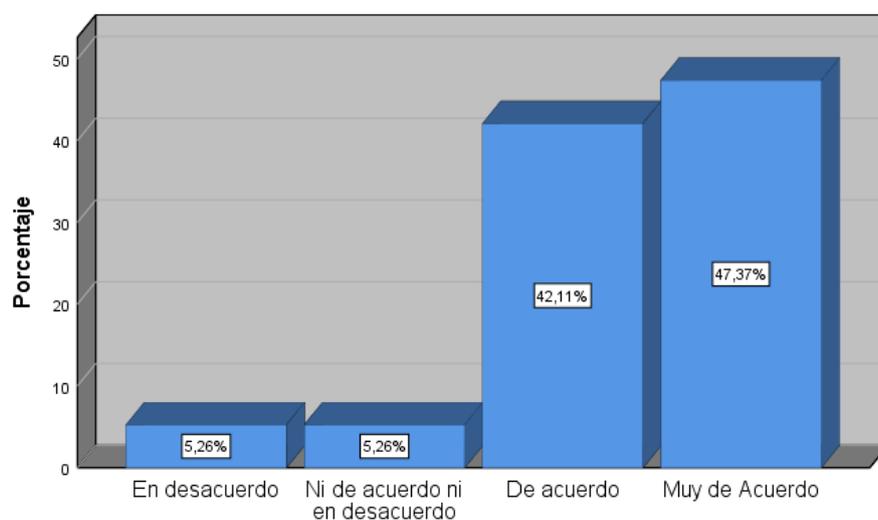
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que el liquidador completa los datos en los formatos de la declaración única de aduana, el 26.32 % indica que están “De acuerdo”, y el 68.42% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 2 - Conoce Sectorista Requisitos

Conoce Sectorista Requisitos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	10,5
	De acuerdo	8	42,1	42,1	52,6
	Muy de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Conoce Sectorista Requisitos



Conoce Sectorista Requisitos

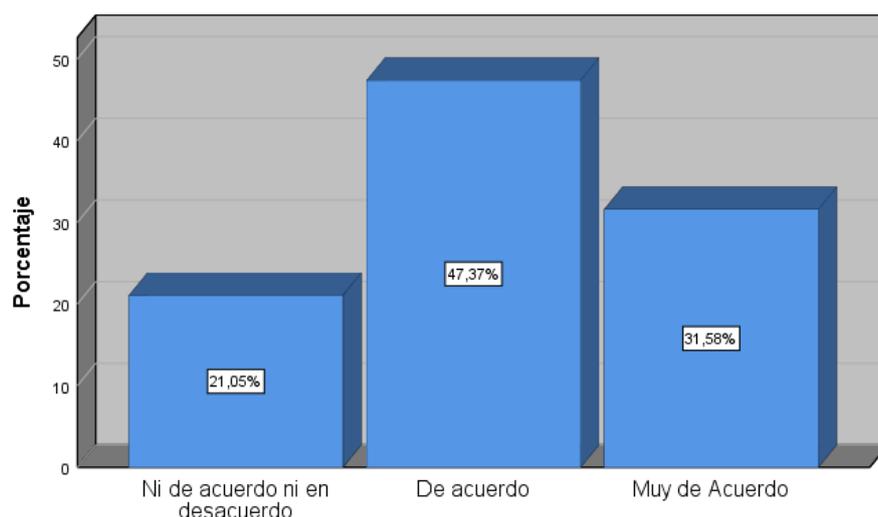
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “En desacuerdo”, al consultar si el sectorista conoce los requisitos que deben cumplir las mercancías amparadas en una declaración única de aduanas, el 5.26% indica que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, el 42.11% indica que están “De acuerdo”, y el 47.37% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 3 - Usa sectorista formato especial.

Usa sectorista formato especial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	21,1	21,1	21,1
	De acuerdo	9	47,4	47,4	68,4
	Muy de Acuerdo	6	31,6	31,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Usa sectorista formato especial



Usa sectorista formato especial

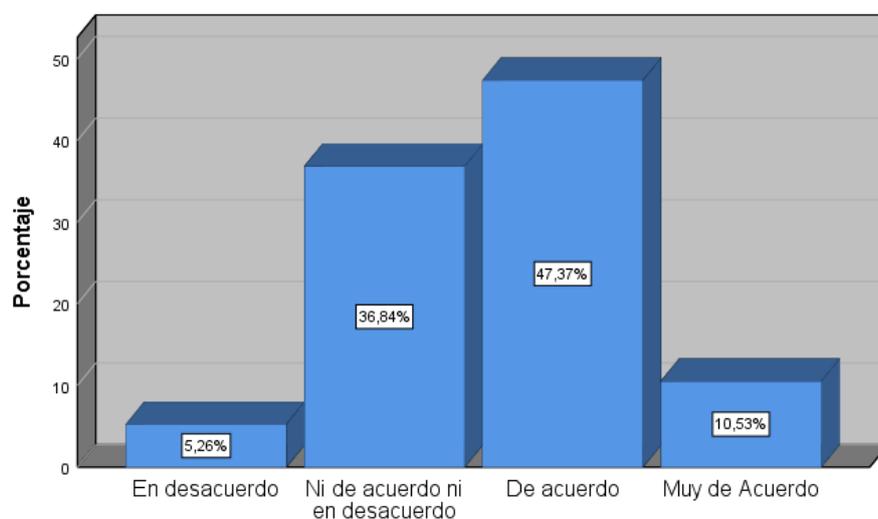
Interpretación: Según los resultados, el 21.05% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que el sectorista utiliza un formato especial de factura comercial para la exportación, el 47.37% indica que están “De acuerdo”, y el 31.58% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 4 - Factura puede ser sustituida por DD.JJ.

Factura puede ser sustituida por DD.JJ.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	36,8	36,8	42,1
	De acuerdo	9	47,4	47,4	89,5
	Muy de Acuerdo	2	10,5	10,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Factura puede ser sustituida por DD.JJ.



Factura puede ser sustituida por DD.JJ.

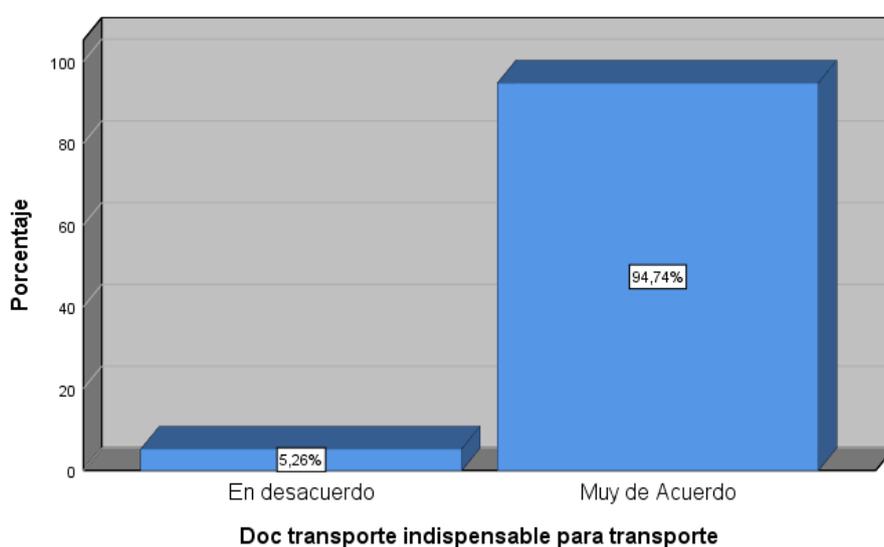
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “En desacuerdo”, al consultar si la factura comercial puede ser sustituida por una declaración jurada, el 36.84% indica que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, el 47.37% indica que están “De acuerdo”, y el 10.53% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 5 - Documento transporte indispensable para transporte

Documento transporte indispensable para transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Muy de Acuerdo	18	94,7	94,7	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Doc transporte indispensable para transporte



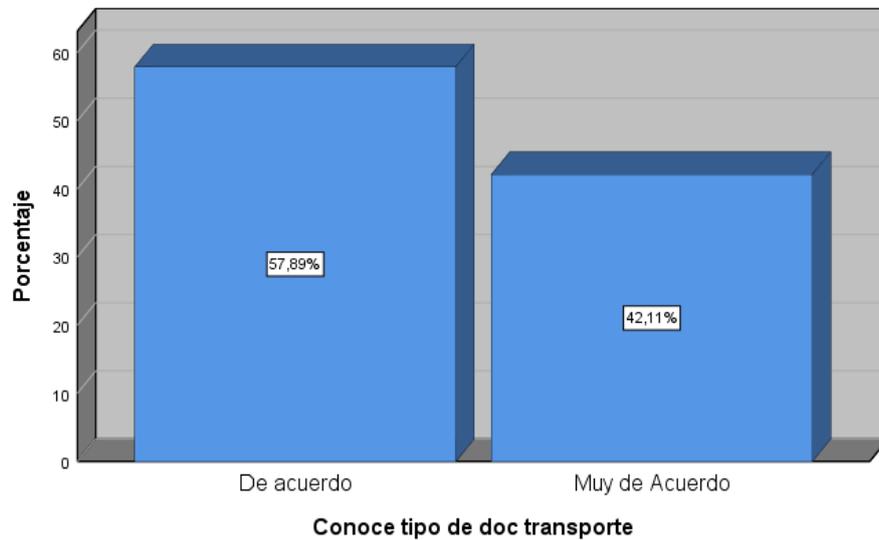
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “En desacuerdo”, al consultar si es que el documento de transporte es indispensable para el transporte de mercancías a nivel internacional, y el 94.74% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 6 - Conoce tipo de documento transporte

Conoce tipo de documento transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	11	57,9	57,9	57,9
	Muy de Acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Conoce tipo de doc transporte



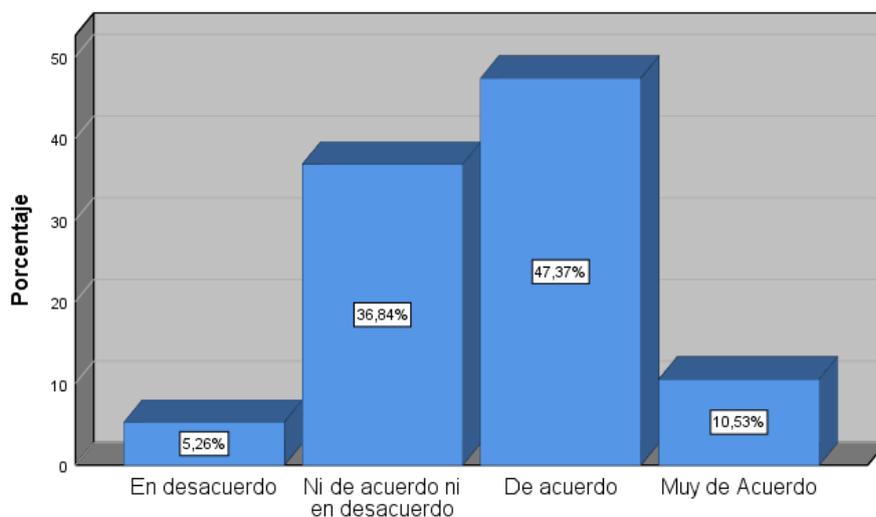
Interpretación: Según los resultados, el 57.89% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que si conocen los tipos de documento de transporte, y el 42.11% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 7 - Necesaria lista de empaque

Necesaria lista de empaque

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	36,8	36,8	42,1
	De acuerdo	9	47,4	47,4	89,5
	Muy de Acuerdo	2	10,5	10,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Necesaria lista de empaque



Necesaria lista de empaque

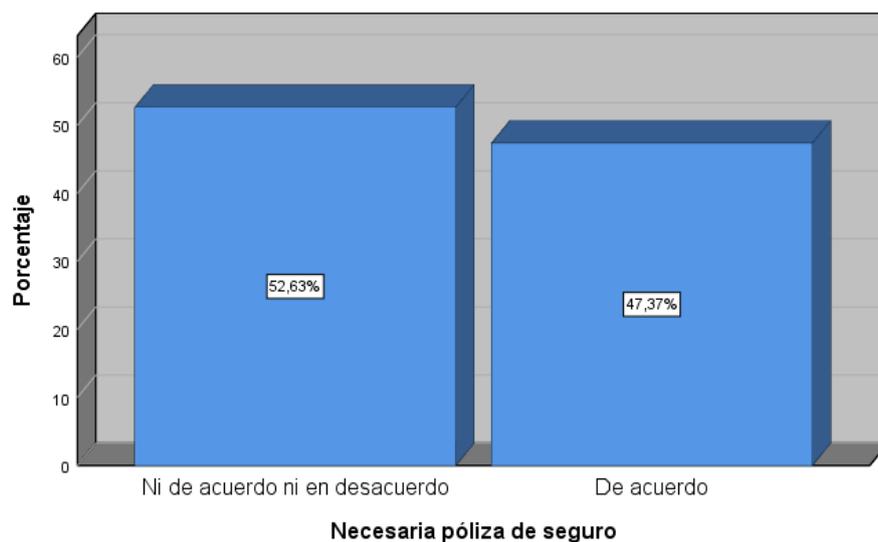
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “En desacuerdo”, al consultar si es necesaria la lista de empaque en una exportación, el 36.84% indica que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, el 47.37% indica que están “De acuerdo”, y el 10.53% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 8 - Necesaria póliza de seguro

Necesaria póliza de seguro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	52,6	52,6	52,6
	De acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Necesaria póliza de seguro



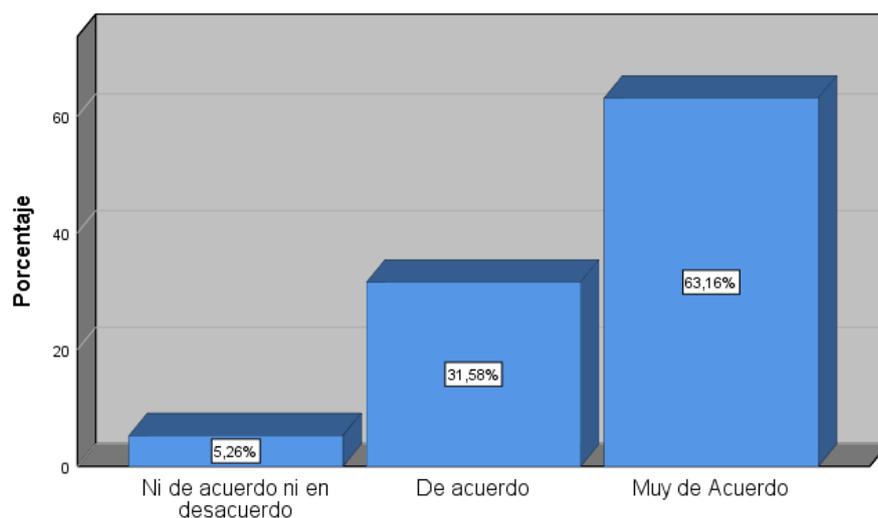
Interpretación: Según los resultados, el 52.63% manifiestan que están “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que es necesaria la póliza de seguro en una exportación, y el 47.37% indica que están “De acuerdo”.

Gráfico N° 9 - Conoce las clases de póliza seguro

Conoce las clases de póliza seguro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	6	31,6	31,6	36,8
	Muy de Acuerdo	12	63,2	63,2	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Conoce las clases de poliza seguro



Conoce las clases de poliza seguro

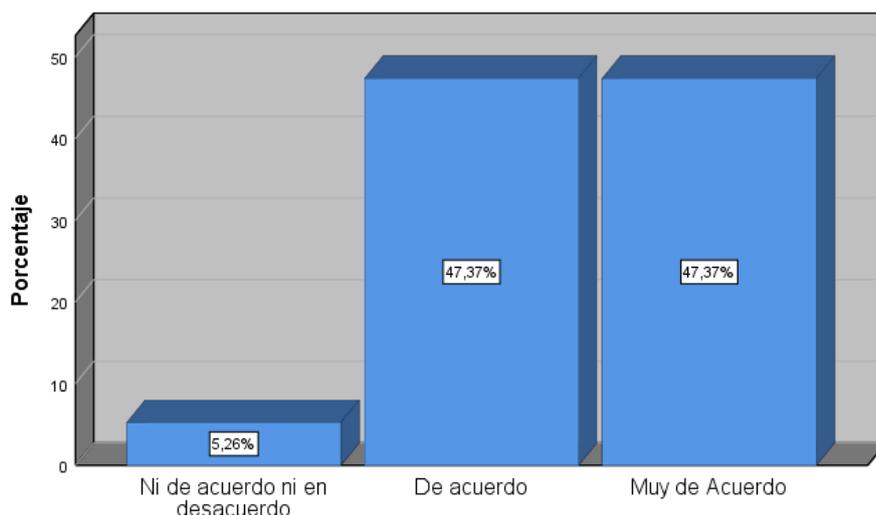
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que conocen las clases de póliza de seguro, el 31.58% indica que están “De acuerdo”, y el 63.16% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 10 - Certificado sanitario para transporte de mercancías

Certificado sanitario para transporte de mercancías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	9	47,4	47,4	52,6
	Muy de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Certificado sanitario para transporte de mercancías



Certificado sanitario para transporte de mercancías

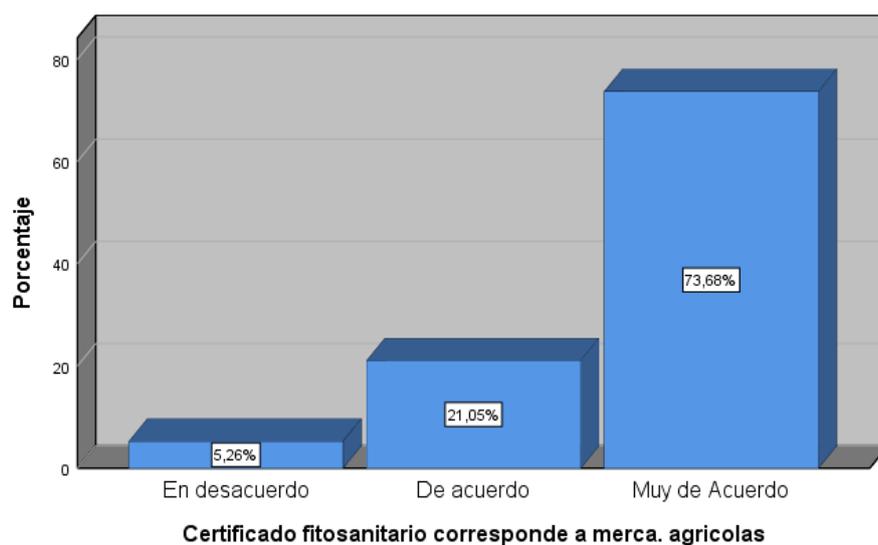
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que es indispensable el certificado fitosanitario para el transporte de mercancías a nivel internacional, el 47.37% indica que están “De acuerdo”, y el 47.37% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 11 - Certificado fitosanitario corresponde a merca. agrícolas

Certificado fitosanitario corresponde a merca. agrícolas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	4	21,1	21,1	26,3
	Muy de Acuerdo	14	73,7	73,7	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Certificado fitosanitario corresponde a merca. agrícolas



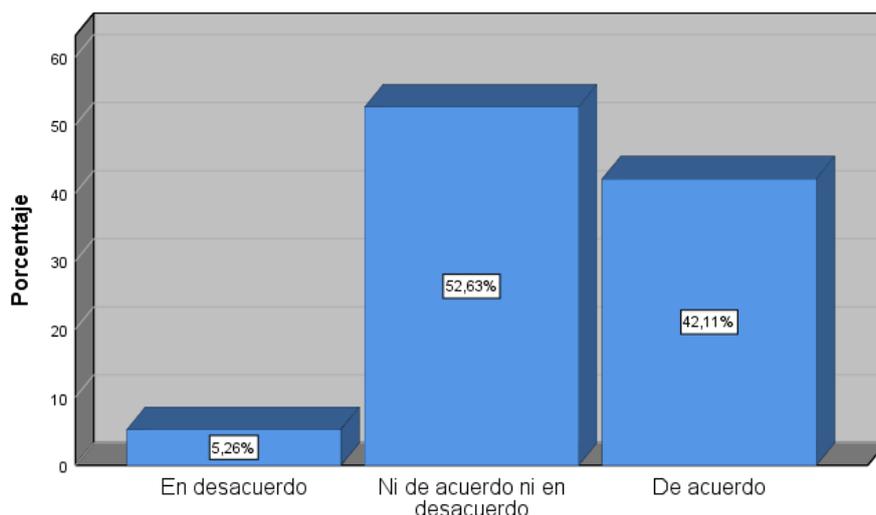
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “En desacuerdo”, al consultar si es que el certificado fitosanitario sólo corresponde a mercancías agrícolas o agropecuarias, el 21.05% indica que están “De acuerdo”, y el 73.68% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 12 - El destinatario entrega certificado. de origen

El destinatario entrega certificado de origen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	52,6	52,6	57,9
	De acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

El destinatario entrega cert. de origen



El destinatario entrega cert. de origen

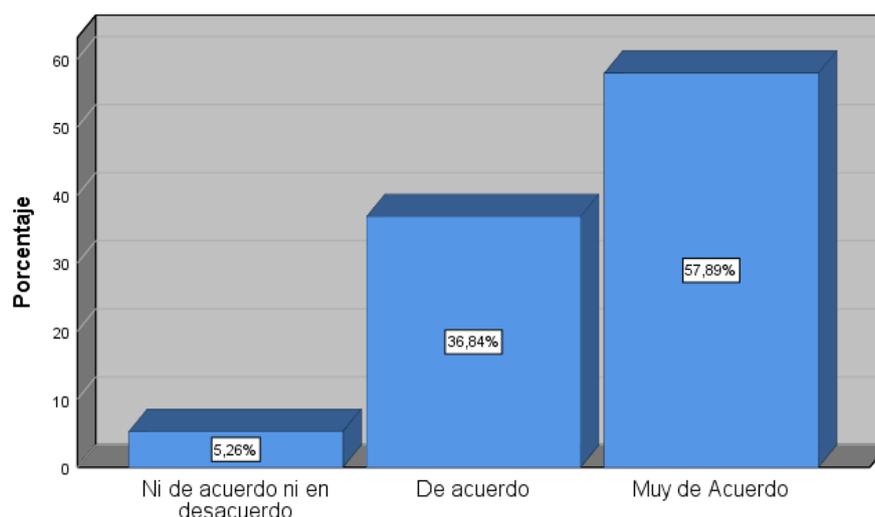
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “En desacuerdo”, al consultar si es que el importador en destino (extranjero) entrega con frecuencia el certificado de origen, el 52.63% indica que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, y el 42.11% indica que están “De Acuerdo”.

Gráfico N° 13 - El jefe de exportación realiza registro de operaciones

Jefe de exportación realiza registro de operaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	7	36,8	36,8	42,1
	Muy de Acuerdo	11	57,9	57,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Jefe de export. realiza registro de operaciones



Jefe de export. realiza registro de operaciones

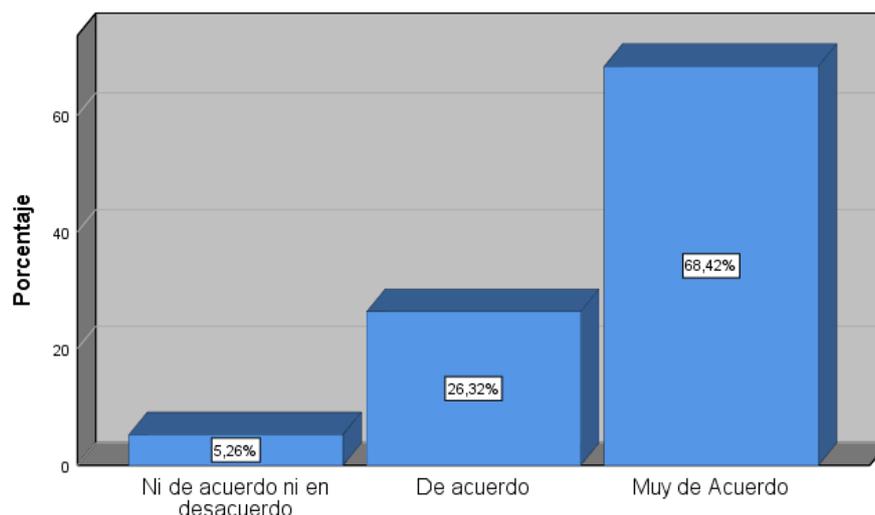
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que el jefe de exportaciones realiza el registro de operaciones por aduanas, el 36.84% indica que están “De acuerdo”, y el 57.89% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 14 - Auxiliar despacho realiza reconocimiento físico

Auxiliar despacho realiza reconocimiento físico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	5	26,3	26,3	31,6
	Muy de Acuerdo	13	68,4	68,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Auxiliar despacho realiza recono. fisico



Auxiliar despacho realiza recono. fisico

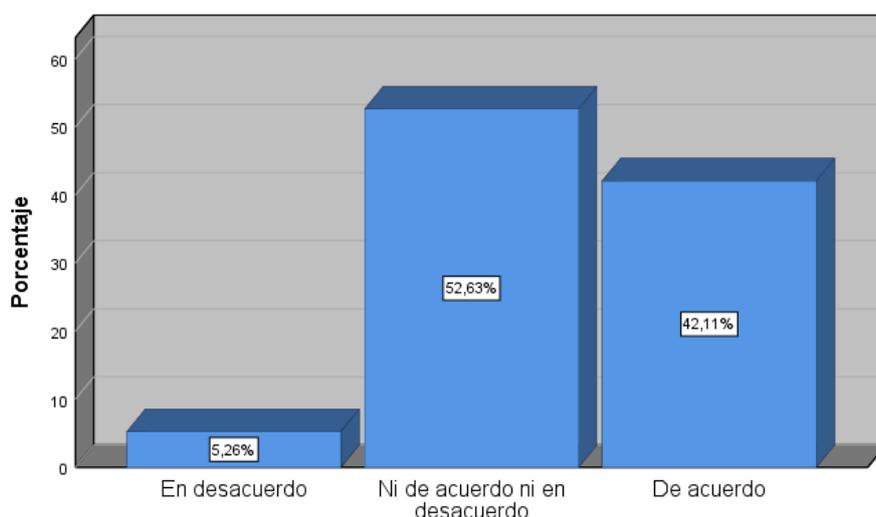
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que el auxiliar de despacho efectúa el reconocimiento físico de mercancías, el 26.32 % indica que están “De acuerdo”, y el 68.42% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 15 - Observaciones por funcionario aduanero

Observaciones por funcionario aduanero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	52,6	52,6	57,9
	De acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Observaciones por funcionario aduanero



Observaciones por funcionario aduanero

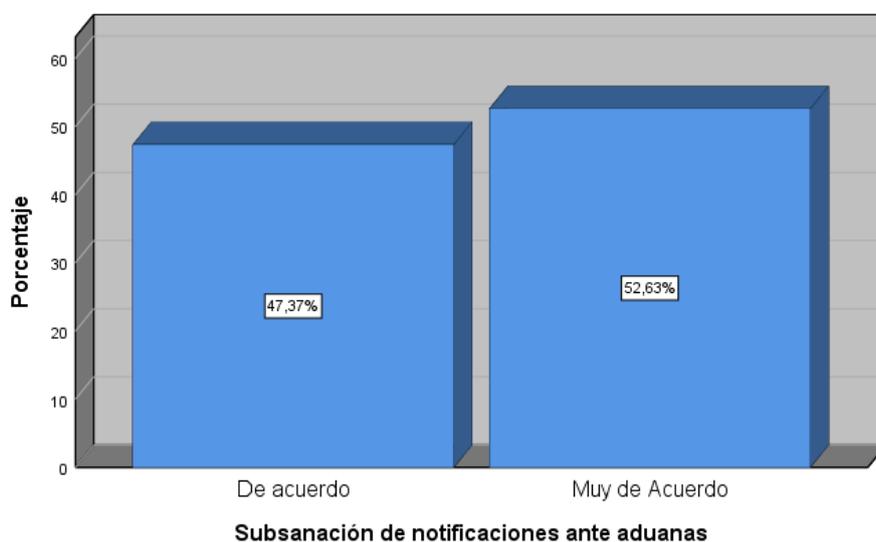
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “En desacuerdo”, al consultar si es que han tenido observaciones por un funcionario aduanero en su labor, el 52.63% indica que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, y el 42.11% indica que están “De Acuerdo”.

Gráfico N° 16 - Subsanción de notificaciones ante aduanas

Subsanción de notificaciones ante aduanas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	9	47,4	47,4	47,4
	Muy de Acuerdo	10	52,6	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Subsanción de notificaciones ante aduanas



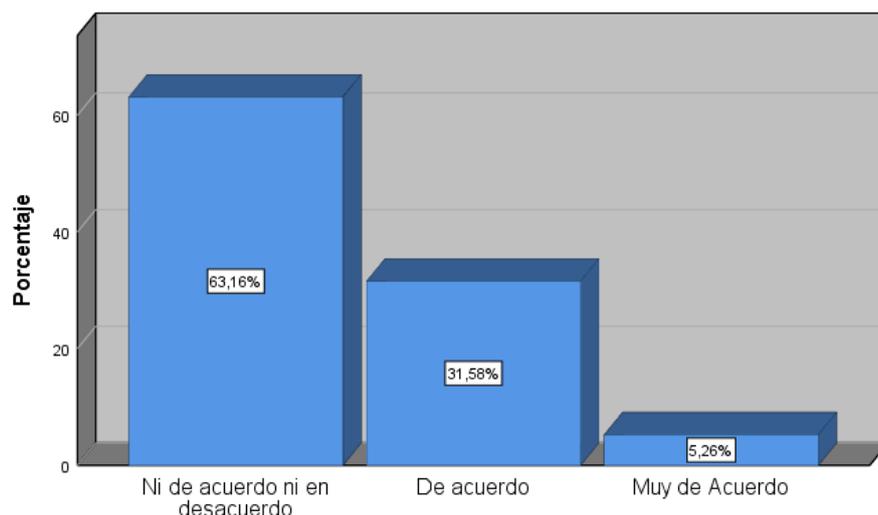
Interpretación: Según los resultados, el 47.37% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que el representante legal subsana las notificaciones hechas por el funcionario aduanero dentro del plazo establecido y el 52.63% indica que están “Muy de acuerdo”.

Gráfico N° 17 - Presenta autoliquidación de adeudos

Presenta autoliquidación de adeudos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	63,2	63,2	63,2
	De acuerdo	6	31,6	31,6	94,7
	Muy de Acuerdo	1	5,3	5,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Presenta autoliquidacion de adeudos



Presenta autoliquidacion de adeudos

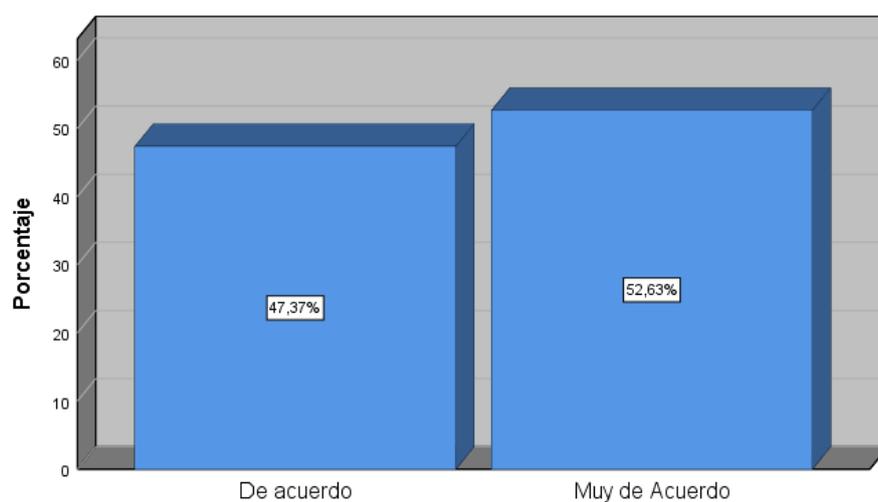
Interpretación: Según los resultados, el 63.16% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que presenta autoliquidación de adeudos (multas) a diario, el 31.58% indica que están “De acuerdo”, y el 5.26% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 18 - La edad del empresario influye en el desarrollo exportador

La edad del empresario influye en el desarrollo exportador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	9	47,4	47,4	47,4
	Muy de Acuerdo	10	52,6	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

La edad del empresario influye en el desarrollo exportador



La edad del empresario influye en el desarrollo exportador

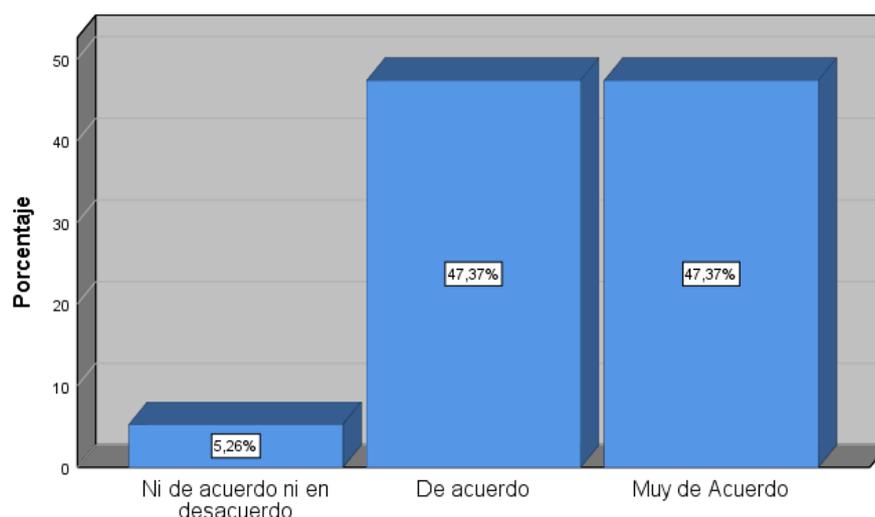
Interpretación: Según los resultados, el 47.37% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que la edad del empresario al iniciar un negocio influye en el desarrollo exportador y el 52.63% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 19 - Experiencia del empresario es relevante

Experiencia del empresario es relevante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	9	47,4	47,4	52,6
	Muy de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Experiencia del empresario es relevante



Experiencia del empresario es relevante

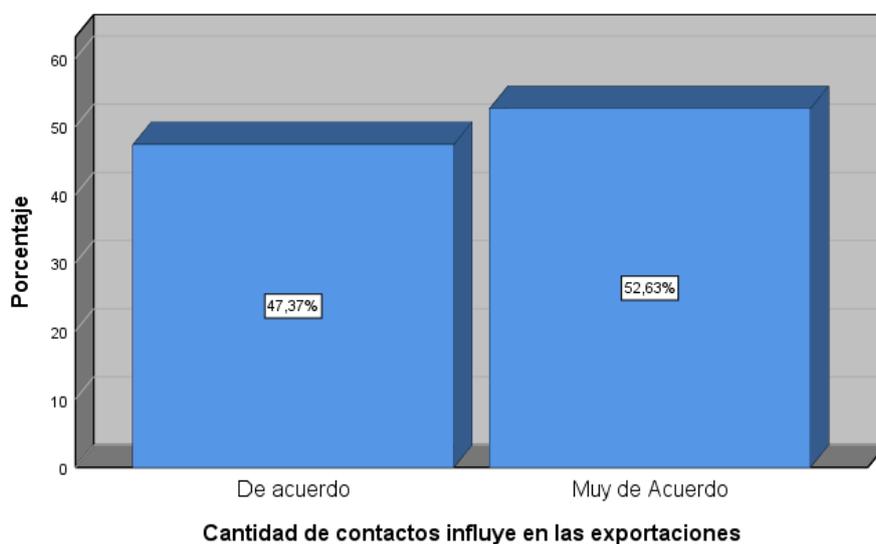
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que la experiencia del empresario exportando es relevante al incursionar en un mercado exterior, el 47.37% indica que están “De acuerdo”, y el 47.37% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 20 - Cantidad de contactos influye en las exportaciones

Cantidad de contactos influye en las exportaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	9	47,4	47,4	47,4
	Muy de Acuerdo	10	52,6	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Cantidad de contactos influye en las exportaciones



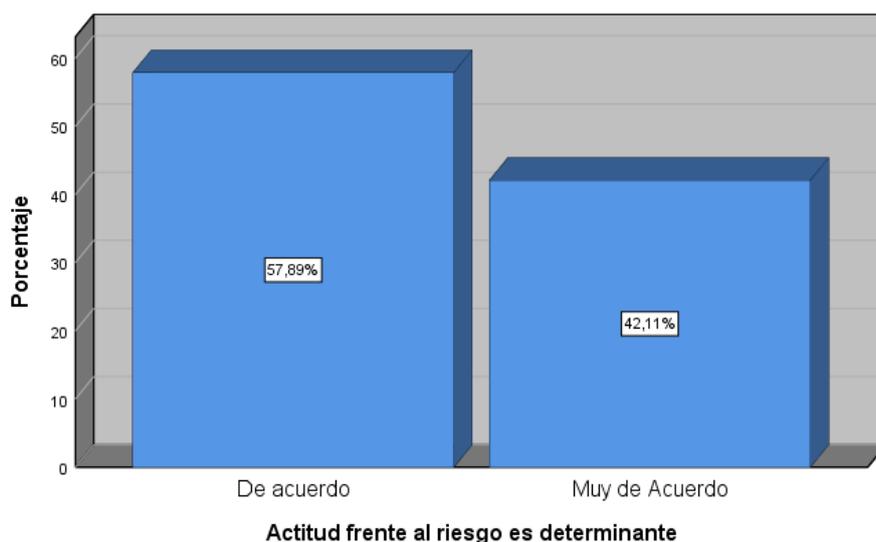
Interpretación: Según los resultados, el 47.37% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que la cantidad de contactos en el sector y/o rubro del empresario influye en las exportaciones? (Se consideran clientes, proveedores y agentes logísticos), y el 52.63% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 21 - Actitud frente al riesgo es determinante

Actitud frente al riesgo es determinante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	11	57,9	57,9	57,9
	Muy de Acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Actitud frente al riesgo es determinante



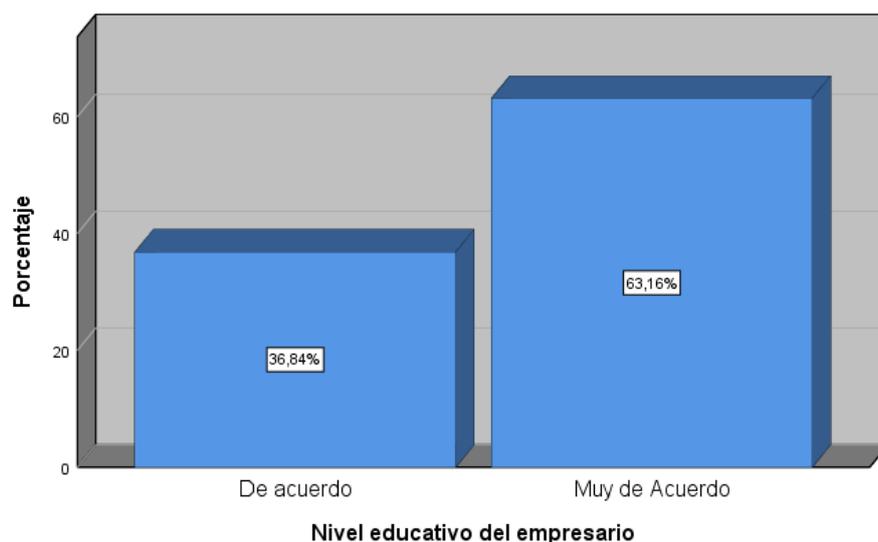
Interpretación: Según los resultados, el 57.89% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que la actitud frente al riesgo es determinante para comenzar la internacionalización de su empresa, es decir toma la decisión de buscar nuevos mercados en el exterior sin tener la certeza de tener éxito, y el 42.11% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 22 - Nivel educativo del empresario

Nivel educativo del empresario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	7	36,8	36,8	36,8
	Muy de Acuerdo	12	63,2	63,2	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Nivel educativo del empresario



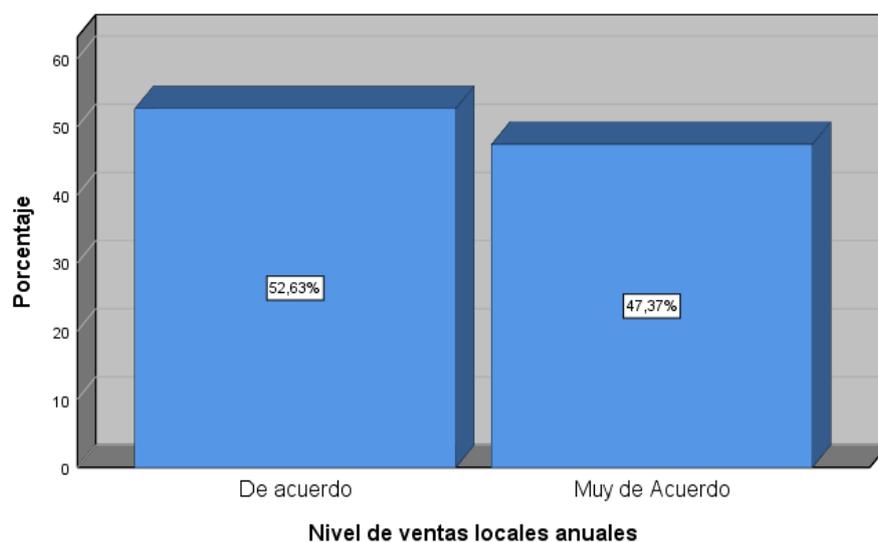
Interpretación: Según los resultados, el 36.84% manifiestan que están “De acuerdo”, ¿al consultar si es que el nivel educativo del empresario influye en la internacionalización de la empresa? (Se consideran los siguientes niveles: Primaria, Secundaria, Bachiller, Licenciado, Master, Doctor), y el 63.16% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 23 .- Nivel de ventas locales anuales

Nivel de ventas locales anuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	52,6	52,6	52,6
	Muy de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Nivel de ventas locales anuales



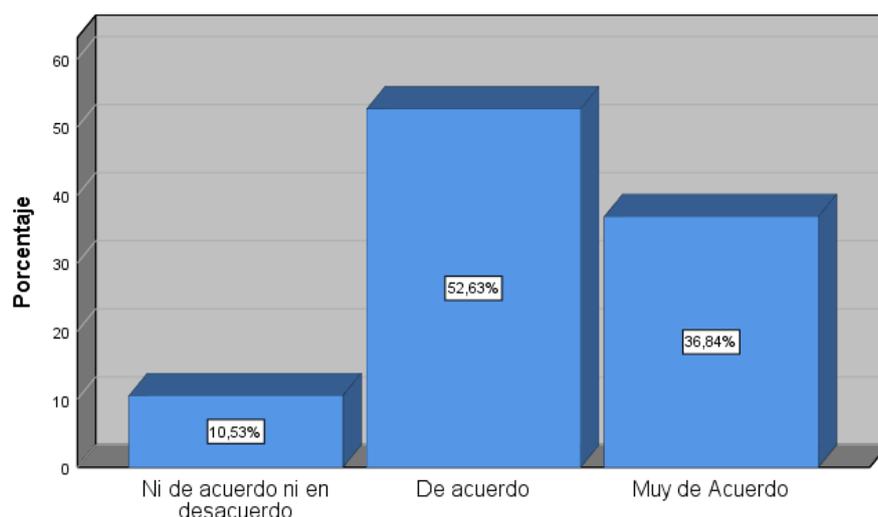
Interpretación: Según los resultados, el 52.63% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que el nivel de ventas locales anuales influye en la decisión de explorar nuevos mercados extranjeros, y el 47.37% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 24 .- Innovación de productos para diferenciar de las competencias

Innovación de productos para diferenciar de las competencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	10,5	10,5	10,5
	De acuerdo	10	52,6	52,6	63,2
	Muy de Acuerdo	7	36,8	36,8	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Innovacion de productos para diferenciar de las competencias



Innovacion de productos para diferenciar de las competencias

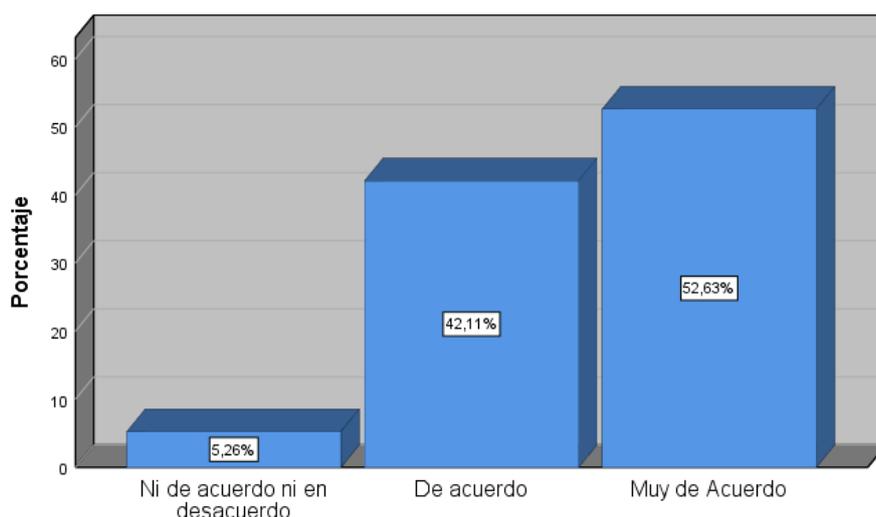
Interpretación: Según los resultados, el 10.53% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que la innovación en sus productos para diferenciarse de la competencia influye en la decisión de exportar, el 52.63% indica que están “De acuerdo”, y el 36.84% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 25 - Tamaño de la empresa es decisivo para internacionalizarse

Tamaño de la empresa es decisivo para internacionalizarse

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	8	42,1	42,1	47,4
	Muy de Acuerdo	10	52,6	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Tamaño de la empresa es decisivo para internacionalizarse



Tamaño de la empresa es decisivo para internacionalizarse

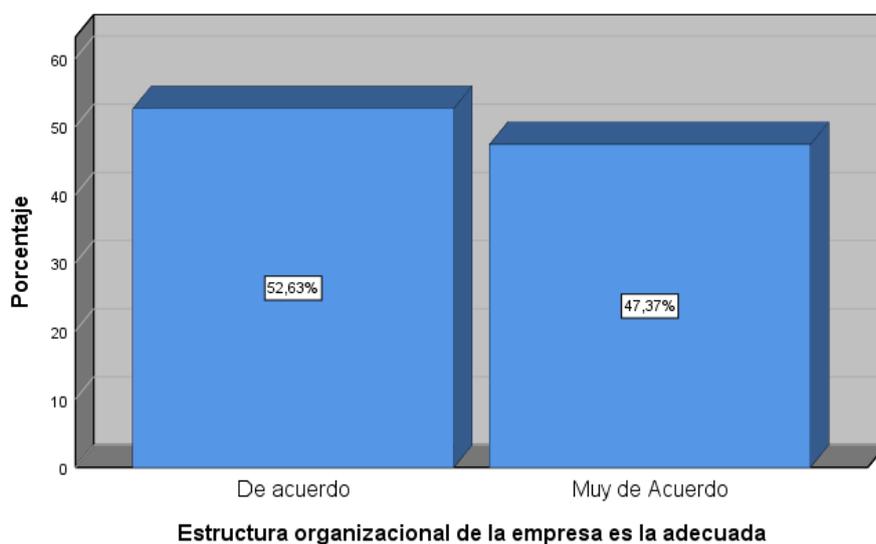
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que el tamaño de la empresa es decisivo para poder internacionalizarse, el 42.11% indica que están “De acuerdo”, y el 52.63% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 26 - Estructura organizacional de la empresa es la adecuada

Estructura organizacional de la empresa es la adecuada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	52,6	52,6	52,6
	Muy de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Estructura organizacional de la empresa es la adecuada



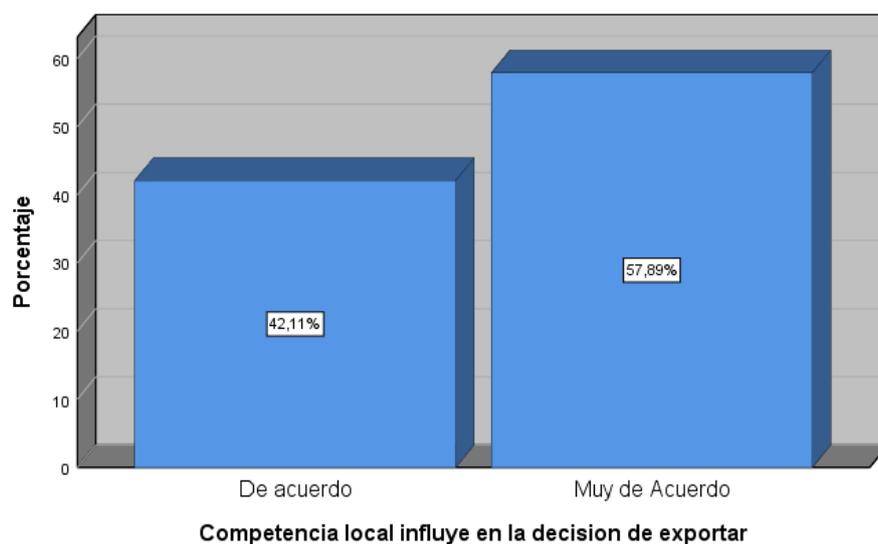
Interpretación: Según los resultados, el 52.63% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que la estructura organizacional de la empresa es la adecuada para tener ventas en un mercado extranjero, y el 47.37% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 27 - Competencia local influye en la decisión de exportar

Competencia local influye en la decisión de exportar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	8	42,1	42,1	42,1
	Muy de Acuerdo	11	57,9	57,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Competencia local influye en la decisión de exportar



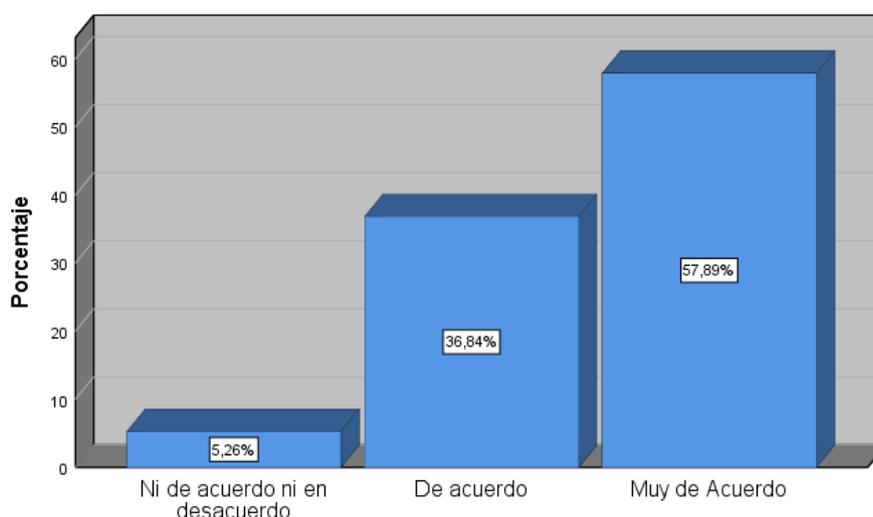
Interpretación: Según los resultados, el 42.11% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que la competencia local en el sector agrícola de la zona norte del país influye en su decisión de exportar, y el 57.89% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 28 .- Tecnología actual de la empresa es la adecuada para exportar

Tecnología actual de la empresa es la adecuada para exportar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	7	36,8	36,8	42,1
	Muy de Acuerdo	11	57,9	57,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Tecnología actual de la empresa es la adecuada para exportar



Tecnología actual de la empresa es la adecuada para exportar

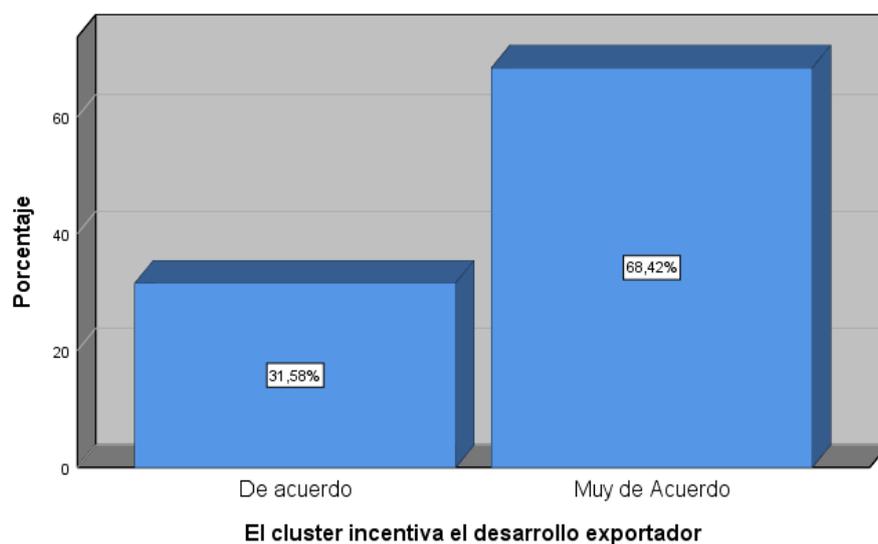
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que la tecnología actual de su empresa es la adecuada para iniciar a exportar, el 36.84% indica que están “De acuerdo”, y el 57.89% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 29.- El clúster incentiva el desarrollo exportador

El clúster incentiva el desarrollo exportador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	6	31,6	31,6	31,6
	Muy de Acuerdo	13	68,4	68,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

El cluster incentiva el desarrollo exportador



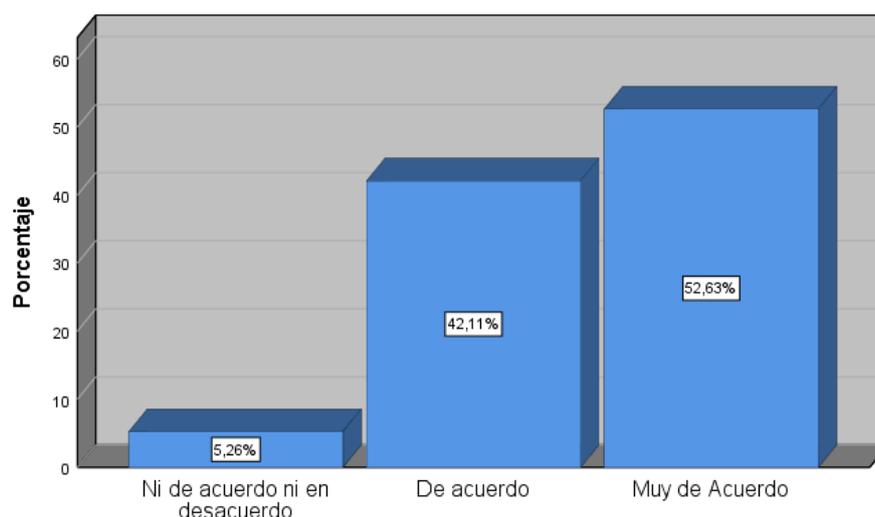
Interpretación: Según los resultados, el 31.58% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que el Clúster de la zona norte del país incentiva el desarrollo exportador de las empresas, y el 68.42% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 30 - Mecanismos de estímulo a las exportaciones-Drawback

Mecanismos de estímulo a las exportaciones-Drawback

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De acuerdo	8	42,1	42,1	47,4
	Muy de Acuerdo	10	52,6	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Mecanismos de estímulo a las exportaciones-Drawback



Mecanismos de estímulo a las exportaciones-Drawback

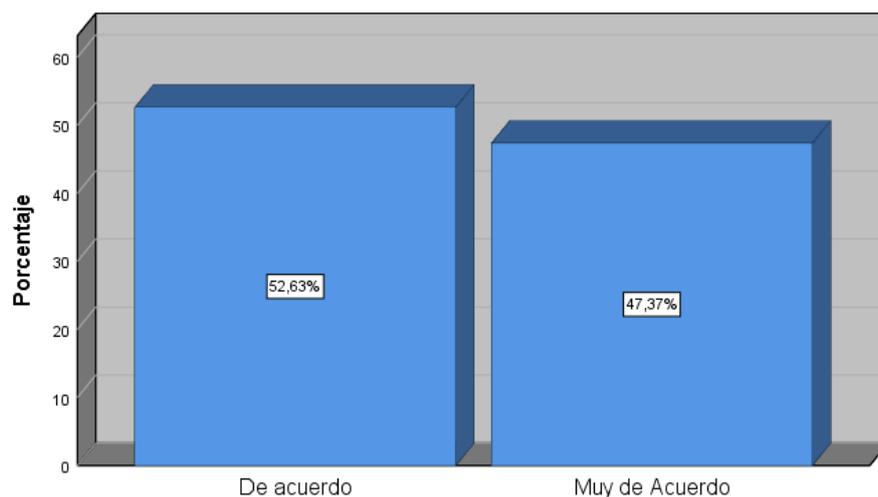
Interpretación: Según los resultados, el 5.26% manifiestan que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, al consultar si es que la recuperación de las exportaciones del sector agrícola de la zona norte del país se debe a los mecanismos de estímulo a las exportaciones como el Drawback, el 42.11% indica que están “De acuerdo”, y el 52.63% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Gráfico N° 31.- Conocer las características de la demanda para internacionalizarse

Conocer las características de la demanda para internacionalizarse

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	52,6	52,6	52,6
	Muy de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
Total		19	100,0	100,0	

Conocer las características de la demanda para internacionalizarse

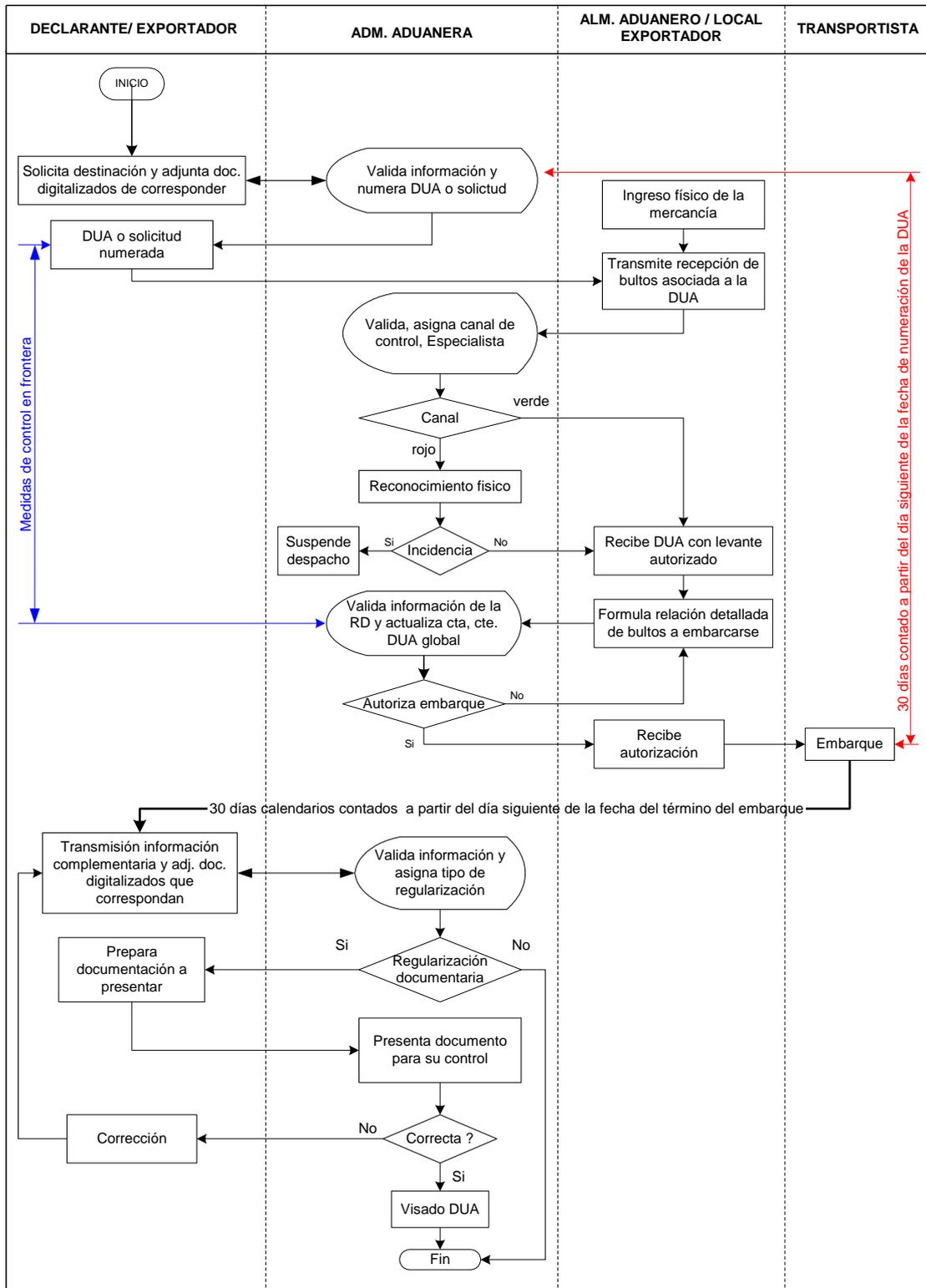


Conocer las características de la demanda para internacionalizarse

Interpretación: Según los resultados, el 52.63% manifiestan que están “De acuerdo”, al consultar si es que la necesidad de conocer las características de la demanda (necesidades, gustos y preferencias del consumidor) es importante para poder internacionalizarse, y el 47.37% indica que están “Muy de Acuerdo”.

Anexo N° 7 PROCESO DE EXPORTACION DEFINITIVA

PROCESO DE EXPORTACION DEFINITIVA



Anexo N° 8 FORMATO A - DECLARACION UNICA DE ADUANAS

ADUANA		CODIGO		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)				2 REGISTRO DE ADUANA	
N° ORDEN		Destinación		Modalidad		Tipo Despacho		N° Orden de Embarque	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador							
1.2 Código y Documento de Identificación		1.3 Dirección de Importador/Exportador							
3 TRANSPORTE		3.1 Empresa Transporte		Código		3.2 N° Manifiesto		3.3 Via Transporte	
3.4 Fecha Término de Embarque		3.5 Empresa Transporte (Transito, Reembarque)		Código		3.4 Unidad Transporte (Transito, Reembarque)		3.3 Aduana Salida / Destino	
4 ALMACEN		4.1 Terminal de Almacenamiento		Código		4.2 Depósito Aduanero Autorizado		Código	
5 TRANSACCION		5.1 Entidad Financiera		Código		5.2 Modalidad		Código	
6 VALORADUANA		6.1 FOB/Valor Clausula venta		6.2 Flete/Combust. Exterior		6.3 Seguro/Otros Gastos Deducibles		6.4 Totales Justos	
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 N° Serie / Total		7.2 Items/Ejemplar "B"		7.3 Número Declaración Precedente		7.4 Número Certificado de Repetición	
1.4 Puerto de Embarque		Código		1.3 Fecha Emb.		1.2 Documento Transporte		Detalle	
1.12 Cantidad Bultos		1.11 Clase		1.14 Peso Neto Kilos		1.15 Peso Bruto Kilos		1.14 Cantidad Unidad Física	
1.13 Subpartida Nacional		DU		1.2 Tipo		1.2 Subpartida NALAD		SARABANDINA	
1.23 FOB Moneda Transacción		Código		1.3 FOB US\$		1.3 Flete US\$		1.32 Seguro US\$	
1.25 Descripción Mercancías		1.1							
1.25		2.							
1.25		3.							
1.25		4.							
1.25		5.							
1.34 N° Factura Comercial		Fecha		N°		Fecha		N°	
1.31 Información Complementaria		1.3 Observaciones							
8 DECLARANTE		8.1 Código		8.2 Nombre o Razón Social					
9 N° CONTENEDORES/PRECINTOS		9.1 Fecha							
10 DILIGENCIA ADUANERA		10.1 Código Especialista							
10.2 Fecha Vencimiento		10.3 Plazo Autorizado							
10.4 Fecha		FIRMA Y SELLO							
11 CONTROL OFICIAL DE ADUANAS		11.1 Código							
11.2 Fecha		12 REGULARIZACION CONTROL DE EMBARQUE O TRANSGUÍA							
11.1 Código		12.1 Código							
11.2 Fecha		12.2 Fecha							
13 DEPOSITO ADUANERO ZONA PRIMARIA		13.1 Fecha Término de Recepción							
13.2 Cantidad y Clase de Bulto		14 TRANSPORTISTA							
13.3 Peso Bruto en Kilos		14.1 Fecha Término de Recepción							
15 VALIDACION DE DATOS		15.1 Clave de Validación							

Anexo N° 9 FORMATO A1 - DECLARACION UNICA DE ADUANAS

ADUANA		COR ISO		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)					2 REGISTRO DE ADUANA		
N° ORDEN		Destinación		Medianidad	Tipo de despacho	N° Orden de Embarque		N° Declaración:			
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador							Fecha Numer.:		
1.2 Código y Documento de Manifestación		1.3 Dirección de Importador/Exportador							Sujeto:		
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		1.1 N° Serie / Total	1.2 BsmEjemplar "B"	1.3 Número Declaración Precedente		Serie	1.4 Número Certificado de Reposición	Bsm	1.5 Cod Apl. Utr.		
1.4 Puerto de Embarque		Código	1.3 Fecha Embar.	1.7 Documento Transporte	Detalle	1.8 N° Certificado Origen	Fecha	1.14 Cant. Unidad Comercial	1.11 Inbr. Verificación / Cód. Exoneración		
1.12 Cantidad Bultos		1.13 Clase	1.14 Peso Neto Kilos	1.15 Peso Bruto Kilos	1.14 Cantidad Unidad Física	Unidad	1.11 Cantidad Unidad Equiv. Prod.	Unidad	1.14 BsmOP		
1.19 Subpartida Nacional		DU	1.24 Tipo	1.2 Subpartida NALAD ISANABND INR	1.22 TM	1.23 TPI	1.24 TPN	1.25 Cod Lib.	1.24 País Origen	1.21 País de Dest.	1.24 Reg. Aplic.
1.23 FOB Moneda Transacción		Código	1.3 FOB US\$	1.3 Flete US\$	1.33 Seguro US\$	Tipo Sep	1.33 Ajuste Valor US\$	1.34 Valor Aduana US\$			
1.25 Descripción Mercancías		1. 2. 3. 4. 5.									
1.34 N° Factura Comercial		Fecha	N°	Fecha	N°	Fecha					
1.31 Información Complementaria		1.34 Observaciones 1.35 Tipo Observación									
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		1.1 N° Serie / Total	1.2 BsmEjemplar "B"	1.3 Número Declaración Precedente		Serie	1.4 Número Certificado de Reposición	Bsm	1.5 Cod Apl. Utr.		
1.4 Puerto de Embarque		Código	1.3 Fecha Embar.	1.7 Documento Transporte	Detalle	1.8 N° Certificado Origen	Fecha	1.14 Cant. Unidad Comercial	1.11 Inbr. Verificación / Cód. Exoneración		
1.12 Cantidad Bultos		1.13 Clase	1.14 Peso Neto Kilos	1.15 Peso Bruto Kilos	1.14 Cantidad Unidad Física	Unidad	1.11 Cantidad Unidad Equiv. Prod.	Unidad	1.14 BsmOP		
1.19 Subpartida Nacional		DU	1.24 Tipo	1.2 Subpartida NALAD ISANABND INR	1.22 TM	1.23 TPI	1.24 TPN	1.25 Cod Lib.	1.24 País Origen	1.21 País de Dest.	1.24 Reg. Aplic.
1.23 FOB Moneda Transacción		Código	1.3 FOB US\$	1.3 Flete US\$	1.33 Seguro US\$	Tipo Sep	1.33 Ajuste Valor US\$	1.34 Valor Aduana US\$			
1.25 Descripción Mercancías		1. 2. 3. 4. 5.									
1.34 N° Factura Comercial		Fecha	N°	Fecha	N°	Fecha					
1.31 Información Complementaria		1.34 Observaciones 1.35 Tipo Observación									
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		1.1 N° Serie / Total	1.2 BsmEjemplar "B"	1.3 Número Declaración Precedente		Serie	1.4 Número Certificado de Reposición	Bsm	1.5 Cod Apl. Utr.		
1.4 Puerto de Embarque		Código	1.3 Fecha Embar.	1.7 Documento Transporte	Detalle	1.8 N° Certificado Origen	Fecha	1.14 Cant. Unidad Comercial	1.11 Inbr. Verificación / Cód. Exoneración		
1.12 Cantidad Bultos		1.13 Clase	1.14 Peso Neto Kilos	1.15 Peso Bruto Kilos	1.14 Cantidad Unidad Física	Unidad	1.11 Cantidad Unidad Equiv. Prod.	Unidad	1.14 BsmOP		
1.19 Subpartida Nacional		DU	1.24 Tipo	1.2 Subpartida NALAD ISANABND INR	1.22 TM	1.23 TPI	1.24 TPN	1.25 Cod Lib.	1.24 País Origen	1.21 País de Dest.	1.24 Reg. Aplic.
1.23 FOB Moneda Transacción		Código	1.3 FOB US\$	1.3 Flete US\$	1.33 Seguro US\$	Tipo Sep	1.33 Ajuste Valor US\$	1.34 Valor Aduana US\$			
1.25 Descripción Mercancías		1. 2. 3. 4. 5.									
1.34 N° Factura Comercial		Fecha	N°	Fecha	N°	Fecha					
1.31 Información Complementaria		1.34 Observaciones 1.35 Tipo Observación									

Anexo N° 10 MODELO FACTURA DE EXPORTACION

Giro: PRODUCCION, ELABORACION,
 COMERCIALIZACION, IMPORTACION Y
 EXPORTACION DE PRODUCTOS DE MADERA
 CASA MATRIZ, FABRICA Y VENTAS:
 AVDA. LIB. BDO. O'HIGGINS 3637
 CENTRAL TELEFONICA: (56) 42 - 261001 - FAX: 261003
 CHILLAN VIEJO - CHILE

R.U.T.: 96.544.850-0
FACTURA DE EXPORTACION

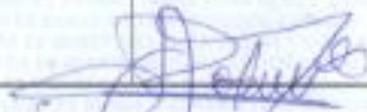
N° 002083

S.I.I. - CHILLAN

CHILLAN VIEJO, DE 29 DE November DE 2004
 SEÑORES: INTERNATIONAL MILL SALES, INC. R.U.T.:
 DIRECCION: 5225 N. CONSET HIGHWAY, SUITE 43 CIUDAD: PORT JEFFERSON STATION,
 FONDO: CONDICIONES:
 GUIA DE DESPACHO N°: ORDEN DE COMPRA N°: 3268

Por lo siguiente:

CANTIDAD	DETALLE		P. UNITARIO	TOTAL
	RADIATA FINE FINGERJOINTED BOARDS.			
1344	PCS	(390)23/32" x 7 1/4" x 192"	US\$ 9,8160 /PCS	13.192,70
1120	PCS	(390)23/32" x 7 1/4" x 192"	US\$ 9,8160 /PCS	10.993,92
			C&F US\$	24.186,62
<p>THIS MERCHANDISE IS IN ACCORDANCE WITH PURCHASE ORDER N° 3268 "THIS SOLID WOOD PACKING MATERIALS ARE TOTALLY FREE OF BARK AND APPARENTLY FREE FROM LIVE PLANT PESTS".</p> <p>COUNTRY OF ORIGIN : CHILE</p>				


 MADERAS RADIATA S.A.
 RUT: 96.544.850 - 0
 Avda. O'Higgins 3637
 Fono: 430310 Fax: 430318
 Casilla 353 - Chillan

Anexo N° 11 MODELO BILL OF LADING (CONOCIMIENTO DE EMBARQUE)



CMS LOGISTICS GROUP CO.,LTD.

BILL OF LADING

Shipper SHENYANG C&A MACHINERY I/E CO.,LTD. ROYAL CLUB NO.19WENYI ROAD SHENYANG P.R.CHINA TEL.86-24-3130 6396 FAX:86-24-3130 6811		Booking No.	BL No. CMS08110801
Consignee or Order (if "Order" State Notify Party) TO ORDER		Forwarding Agent References UNITED LOGISTICS GMBH ABC-STR.19.ABC BOGEN 20354 HAMBURG GERMANY	
Notify Party MR KART. SCHWEIGHOFER STEFANSHART 55 ARDJAGGER AUSTRIA TEL.0043699 10282266		Point And Country of Origin AUSTRIA FAX:49-4041919151	
Place of Receipt SHANGHAI	Port of Loading SHANGHAI	Onward Inland Routing	
Port of Discharge HAMBURG	Place of Delivery AMSTETIEN	Final Destination (For the Merchants Use)	
Vessel CMA CGM RIGOLETTO	Voyage V.FA237W		

Undermentioned particulars as declared by Shipper, but not acknowledged by the Carrier

Containers No./ Seal No. Mark And Numbers	No. of Containers or Other Pkgs	Description of Packages and Goods	Gross Weight	Measurement
NO 1-4 P081028	4PKCS	PELLET PRESS CRUSHER BRIQUETTE PRESS GOODS AS PER PROFORMA INVOICE NO.P9081028 CFS/DOOR	1850 000KGS	3.850CHM

SHIPPED ON BOARD
27 NOV 2008

ORIGINAL

FREIGHT PREPAID

Total Number of Containers or Packages (in words) SAY FOUR PACKAGES ONLY

Shipment by the carrier for goods as specified above is subject to general order and conditions unless otherwise stated, to be inserted in each place as agreed, authorized or permitted herein and subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this bill of lading to which the vessel carrier agrees by accepting this bill of lading, any bills of lading and customs declarations. The particulars given herein are added by the shipper.
Weight, contents and value of the goods are unknown to the carrier.
It is hereby acknowledged the number of original bills of lading stated above have been signed, all of this form and date, one of which being acknowledged, the others to be void. The vessel embarked by or contained in the bill of lading is governed by the law of China and its rules or decrees and its registration, to which it is subject, as well as that determined by the courts in China and its ally coast.

Freight And Charges	Prepaid	Collect	Prepaid at	Laden on board the vessel
Revenue Tons Rate Per			Signed as agent for the Carrier THE LOGISTICS GROUP (SHENYANG) CO., LTD. 	
Optional Declared value for increased Freight			NUMBER OF ORIGINALS: THREE	Authorized Signature

Anexo N° 12 CERTIFICADO FITOSANITARIO



REGISTRO DE AGRICULTURA Y RIEGO



CERTIFICADO FITOSANITARIO
PHYTOSANITARY CERTIFICATE

Nº 00541593

EXP. 1406-2213

ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DEL
PLANT PROTECTION ORGANIZATION OF
PERU

A : ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA
TO : PLANT PROTECTION ORGANIZATION
DE(OF) : REPUBLICA DOMINICANA

DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO - DESCRIPTION OF CONSIGNMENT		
Nombre y dirección del exportador - Name and address of exporter <u>CORPORACION FORESTAL CLAUDITA SAC</u> <u>Mza G lote 1-A Urbanización: Tobaco de Lón - Villa el Salvador - Lima - Perú.</u>		
Nombre y dirección declarados del destinatario - Declared name and address of consignee <u>MADERAS DECORATIVAS S.A</u> <u>Av. Isobel Aguilar 60 Zona Industrial Herrera Santo Domingo, Republica Dominicana.</u>		
Número y descripción de bultos - Number and description of packages <u>22 BULTOS CON 1,103 piezas, 42.915 m3</u>		Marcas distintivas - distinguishing marks
Lugar de Origen - Place of Origin <u>MADRE DE DIOS</u>	Medios de transportes declarados Declared means of conveyance <u>MARITIMO</u>	Punto de entrada declarado Declared point of entry <u>CAJEDO</u>
Cantidad declarada y nombre del Producto Name of product and declared quantity <u>55.880 TM. Shihuahuaco (GMSR)</u> <u>AD</u>		Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants <u>Caumaroua odorata</u>

Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen con los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.

This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and fulfill with the in force phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.

TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN Y/O DESINFECCIÓN - DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT	
Fecha - Date	Tratamiento - Treatment
Producto químico (Ingrediente activo) - Chemical Product (active ingredient)	
Duración y temperatura - Duration and temperature	Concentración - Concentration

DECLARACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL DECLARATION

INFORMACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL INFORMATION	
Nombre del funcionario autorizado Name of authorized official <u>Bla. Monelle P. Schmeysr Ubillos</u>	
Lugar y Fecha de expedición Place and date of issuance <u>Lima 12 Mayo 2014.</u>	
<u>Fecha Inspección: 05 Mayo 2014.</u>	

EL SENASA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.

Este certificado ha sido adoptado por el Perú por Resolución Legislativa N° 21175 concordante a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO

MERCADO DEL LIMON

El cultivo de limón alude uno de los cultivos permanentes de mayor importancia en el área de Piura, su producción se centra específicamente en el Valle San Lorenzo y para lo cual los pobladores (productores) de esta región se han agrupado formando así "**La Asociación de Productores de Limón**", una organización que rige la actividad productora de este fruto pues genera un importante ingreso económico para el pequeño productor de la zona. Estos pequeños productores de limón están sujetos a afrontar retos grandes pues sembrar y cosechar no es un trabajo fácil al contrario se torna una labor tediosa y muchas veces sacrificada, por mencionar alguna de ellas tenemos:

- Inspeccionar los riesgos que pueden afectar su producción y sus ingresos actuales a causa de la presencia de plagas y enfermedades en sus plantaciones afectando su producción, inversión, ingreso y esfuerzo como productor.
- Incremento y competencia de las plantaciones de limón.
- Falta de presupuesto y dependencia en la estacionalidad y fenómenos naturales de la zona.
- Menos vulnerabilidad ante la fluctuación de precios
- Niveles de Rentabilidad

La producción nacional del limón se centra destacadamente en las haciendas Hualcará, Casuarinas, las cuales fueron impedidas de producir durante la Reforma Agraria que sufrió nuestro país, en los años de 1968 y 1978, hecho que para la década del noventa fue fundamental en cuanto se refiere a la introducción de nuevas variedades de semillas y se podría decir que es allí cuando se inicia la citricultura moderna en el país.

Con respecto al limón en las localidades de Chulucanas, Tambogrande, Sullana y Piura (Cieneguillo) se sabe que la estacionalidad de estas zonas provocó la entrada de limón Sutil peruano en el mercado interno nacional durante la época de escasez. Posicionando a Tambogrande como el valle con mejores rendimientos en cuanto a calidad y cantidad, seguido por Cieneguillo, Sullana y Chulucanas; abasteciendo de esta manera a todo el mercado nacional a lo largo y ancho del país.

Partida Arancelaria:

En la siguiente tabla figuran las partidas arancelarias del Limón y sus derivados según nuestro Arancel de Aduanas:

CÓDIGO DE PARTIDA ARANCELARIA DEL LIMÓN Y DERIVADOS

Anexo N° 13 PARTIDAS ARANCELARIAS DEL LIMON

N° Partida	Cadena	Producto	Notas	Designación de la Mercancía
0805.50.10.00	Limón	Frescos o secos	Citrus limón, Citrus limonum	Limonos (Citrus limón, Citrus limonum)
0805.50.21.00	Limón	Frescos o secos	Limón sutil	Limón (limón sutil, limón común, limón criollo) (Citrus aurantifolia)
0805.50.22.00	Limón	Frescos o secos	Lima Tahití	Lima Tahiti (limón Tahití) (Citrus latifolia)
0814.00.10.00	Limón	Cáscara de limón	Otros	De limón (limón sutil, limón común, limón criollo) (Citrus aurantifolia)
2009.39.10.00	Limón	Jugos	De limón sutil	De limón de la subpartida 0805.50.21
3301.13.00.00	Limón	Aceite esencial	Limón	De limón

Fuente: **SUNAT**
Elaboración: **AMPEX**

Variedades del limón:

Citrus aurantifolia Swingle: Es el limón criollo, sutil o lima mexicana. Los frutos son pequeños, corteza fina y lisa, numerosas semillas y un jugo extremadamente ácido.

Citrus latifolia Tanaka: Es el conocido limón persa, Tahití o lima ácida. El fruto es grande, de color verde (solo se pone amarillo cuando está sobre madurado), sin semilla y ácido. Se le reconoce en el grupo de las limas ácidas grandes.

Citrus meyeri Tanaka: Se conoce como limón meyer. A pesar de ser una lima se puede utilizar como sustituto del verdadero limón.

Propiedades Nutritivas: El Limón ocupa un primer lugar dentro los frutos curativos, preventivos y de aporte vitamínico, por ser un gran eliminador de toxinas y poderoso bactericida. Posee vitamina C en abundancia que refuerza las defensas del organismo para evitar enfermedades, sobre todo de las vías respiratorias que van desde un simple catarro, ronquera, amigdalitis, hasta pulmonías, bronquitis,

congestiones, gripe, pleuresías, asma etc. La vitamina C o ácido ascórbico posee gran poder desinfectante y tiene además una acción antitóxica frente a los venenos microbianos y medicamentosos. Junto a la vitamina C se encuentra la vitamina P que ayuda a tonificar los capilares y vasos sanguíneos. Es llamada también vitamina de la permeabilidad capilar ya que sin ella los capilares sanguíneos se vuelven frágiles y peligran romperse con facilidad, provocando pequeñas hemorragias. Ayuda a cicatrizar heridas de todo tipo, aplicándolo interior y exteriormente. El limón es muy rico en minerales entre los que se destacan potasio, magnesio, calcio y fósforo (contiene también sodio, hierro y flúor). Cuenta con algunas vitaminas del complejo B (B1, B2, B3, B5, B6, PP). Es un fruto que podríamos definir como medicinal por excelencia ya que actúa como curativo en más de 150 enfermedades. Es un gran consumidor de microbios y el mejor protector contra las enfermedades infecciosas. En los casos de fiebre ayuda a eliminarla, oxidando y excretando los tóxicos que no han sido debidamente neutralizados y eliminados, A excepción de la fiebre reumática. El limón es bueno en casos de hipertensión, arteriosclerosis y enfermedades cardiovasculares (activando la circulación de la sangre), en casos de diabetes colabora en evitar complicaciones relacionadas con las arterias. Previene la formación de cálculos renales y puede llegar a disolverlos lentamente.

Valores Nutritivos del Limón (100 gr)	
Calorías	6
Carbohidratos	0,6 gr
Potasio	96 mg
Sodio	1 mg
Vitamina A	< 2 gr
Vitamina C	34 mg
Acido fólico	6 mg
Calcio	2 %
Hierro	2 %

Fuente: **PROCITRUS**
Elaboración: **AMPEX**

PRINCIPALES 10 PAISES IMPORTADORES

FUENTE: COMTRADE

Nº	País	%Var 12-11	%Part 12	Total Imp. 2012 (million US\$)
1	Estados Unidos	-7%	12%	261.35
2	Federación Rusa	-5%	10%	219.75
3	Alemania	-4%	9%	185.16
4	Países Bajos	16%	9%	151.14
5	Francia	13%	8%	137.50
6	Reino Unido	6%	6%	109.09
7	Polonia	8%	4%	78.98
8	Japón	5%	4%	80.09
9	Canadá	10%	4%	70.40
10	España	60%	4%	44.12
1000	Otros Países (128)	-13%	30%	682.28

PRINCIPALES 10 PAISES EXPORTADORES

Nº	País	%Var 12-11	%Part 12	Total Exp. 2012 (million US\$)
1	España	18%	25%	421.00
2	México	2%	14%	269.92
3	Turquía	-25%	13%	354.28
4	Argentina	17%	10%	172.19
5	Países Bajos	19%	9%	156.40
6	Estados Unidos	7%	7%	136.62
7	Sudáfrica	-17%	6%	133.23
8	Brasil	-9%	3%	65.81
9	Chile	-23%	2%	50.41
10	China	136%	1%	9.77
1000	Otros Países (104)	-26%	9%	254.91

FUENTE: COMTRADE

País a Exportar: Argentina

Características Generales:

Demografía:

Población:	43,024,374 Habitantes (Julio 2014)
Estructura de Edad:	0-14 años: 25,4% (hombres 5.429.488/mujeres 5.181.289) 15-64 años: 63,6% (hombres 13.253.468/mujeres 13.301.530) 65 años y más: 11% (hombres 1.897.144/mujeres 2.706.807)
Media de edad:	Total: 31.2 años Hombres: 30.1 años Mujeres: 32.3 años
Porcentaje de crecimiento:	0.95% (2014)
Tasa de natalidad:	16.88 nacimientos/1,000 población
Tasa de mortandad:	7.34 muertes/1,000 población
Tasa de migración neta:	0 emigrantes (s)/1,000 población
Grupos Étnicos:	La actual composición étnica de la población de la Argentina es el resultado directo de la descendencia de la gran ola de inmigración, principalmente de europeos mayoritariamente italianos y españoles, sucedida entre 1850 y 1955, que se sumó a la población local cuantitativamente menor que estaba instalada previamente a la independencia de Argentina, integrada por una base indígena originaria y africana presente desde la conquista española, fuertemente mestizadas entre sí con sus distintas variaciones (mestizos, mulatos, zambos) y con una relativamente pequeña población de colonizadores españoles. Desde entonces la composición étnica estuvo básicamente influenciada por las grandes migraciones internas del campo a la ciudad y del norte hacia el litoral, y la inmigración proveniente de países sudamericanos, principalmente Paraguay y Bolivia.

Adicionalmente la Argentina cuenta con considerables minorías, como las que integran las comunidades alemana, árabe, judía, armenia, peruana, uruguaya, japonesa, china, y coreana, entre otras.

Idiomas: El español es el idioma oficial y lo habla la totalidad de los argentinos. El inglés, francés y el italiano son idiomas difundidos en mayor o menor medida dentro del país. En algunas zonas se habla el guaraní y otras lenguas propias de las minorías indígenas.

Fuente: CIA World Factbook