



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PALTA HASS AL
MERCADO DE SINGAPUR PARA LA EMPRESA
AGROINDUSTRIAL PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autor:

**Bach. Cumpa Vieyra Daniel Abraham
(ORCID: 0000-0003-4787-2845)**

Asesor:

**Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo
(ORCID: 0000-0002-1555-7851)**

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

**Pimentel – Perú
2021**

APROBACIÓN DEL JURADO

Mg. Reyes Arroyo Carlos André

Asesor metodólogo

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Presidente del Jurado de Tesis

Dr. Espinoza Rodriguez Hugo Redib

Secretario de Jurado de Tesis

Mg. Reyes Arroyo Carlos André

Vocal de Jurado de Tesis

DEDICATORIAS

Dedico esta investigación a mi familia que siempre me brindan su amor y apoyo constante e incondicional. A mi hermano mayor que siempre está ahí para mí, dándome consejos, para no darme por vencido y avanzar, encaminándome más a la vida profesional. A mi papá que en paz descanse, lo cual desearía que estuviera presente para que viera hasta donde voy llegando y ver lo que lograre más adelante en lo que me propongo.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mi familia que siempre está ahí para mí. Agradecer mucho al docente involucrado que me asesoro para salir adelante correctamente en esta investigación, al Gerente de Jayanca Fruits - PROSERLA, ya que gracias a él, se pudo realizar la propuesta del plan de exportación, por la información y su tiempo que me dio.

RESUMEN

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PALTA HASS AL MERCADO DE SINGAPUR PARA LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021

Cumpa Vieyra Daniel Abraham

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: proponer un Plan de Exportación para Palta Hass al mercado de Singapur para la empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C., por lo cual se analizó el proceso de exportación de la empresa siendo esencial para la palta, pero tiene límite que no genera su ampliación para comercializar a otros mercados, por motivo de que no llegue a tiempo el fruto en condiciones óptimas o la venta no resulte, por lo que fue necesario proponer un plan de exportación para Palta al mercado de Singapur para la empresa. Metodológicamente el estudio desarrolló una investigación de tipo descriptiva-propositiva con un diseño no experimental bajo un enfoque cuantitativo, en la cual se seleccionó al Gerente de Jayanca Fruits - PROSERLA y 3 especialistas en temas de exportación de alimentos agroindustriales los cuales se les aplicó instrumentos de entrevista para la recolección de datos expresados en los resultados de la investigación. Los resultados arrojaron que la palta abarca factores que influyen mucho en el comercio internacional, siendo positivo para el mercado al que se quiere exportar. Finalmente, el estudio concluyó con el potencial exportador que cuenta la empresa siendo el adecuado para cubrir la demanda en el mercado Singapurense, contando con productividad potencial y un sistema que gestiona todos los procesos para comercializar la palta, además de concluir con las tendencias por el consumo de productos saludables que el mercado opta por lo cual se identifica la viabilidad de este plan de exportación.

PALABRAS CLAVE: *Plan de Exportación, Palta Hass, Mercado, Comercializar, Tendencias, Singapur.*

ABSTRAC

EXPORT PLAN FOR PALTA HASS TO THE SINGAPORE MARKET FOR THE COMPANY AGROINDUSTRIAL PROSERLA S.A.C. 2019-2021

Cumpa Vieyra Daniel Abraham

The objective of this research work was to propose an Export Plan for Hass Avocado to the Singapore market for the Agroindustrial company PROSERLA SAC, for which reason the company's export process was analyzed, being essential for avocado, but it has a limit that It does not generate its expansion to market to other markets, due to the fact that the fruit does not arrive in time in optimal conditions or the sale does not result, so it was necessary to propose an export plan for Avocado to the Singapore market in the company. Methodologically, the study developed a descriptive-propositive investigation with a non-experimental design under a quantitative approach, in which to the Manager of Jayanca Fruits - PROSERLA and 3 specialists in agroindustrial food export issues was selected to which interview instruments were applied to the collection of data expressed in the results of the investigation. The results showed that the avocado encompasses factors that greatly influence international trade, being positive for the market to which it wants to export. Finally, the study concluded with the export potential that the company has, being adequate to cover the demand in the Singaporean market, with potential productivity and a system that manages all the processes to market the avocado, in addition to concluding with the trends for the consumption of healthy products that the market opts for which the viability of this export plan is identified.

KEYWOORD: *Export Plan, Hass Avocado, Market, Marketing, Trends, Singapore.*

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL JURADO	II
DEDICATORIAS	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
RESUMEN	V
ABSTRAC	VI
ÍNDICE.....	VII

ÍNDICE DE TABLAS.....	X
----------------------------------	----------

ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
-----------------------------------	-----------

I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática.....	12
1.2. Trabajos Previos	17
1.3. Teorías Relacionadas al Tema.....	27
1.3.1 Plan de Exportación	27
1.3.2 Tipos de exportación.....	28
1.3.3 Acceso al mercado	32
1.3.4 Distribución física internacional	34
1.4. Formulación del problema.....	36
1.5. Justificación e Importancia del estudio	36
1.6. Hipótesis	37

1.7. Objetivos.....	37
1.7.1. Objetivo General.....	37
1.7.2. Objetivos Específicos.....	37
II. MATERIAL Y MÉTODO	38
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	38
2.1.1. Tipo de investigación.....	38
2.1.2. Diseño de investigación.....	38
2.2. Población y muestra.....	39
2.2.1. Población.....	39
2.2.2. Muestra.....	39
2.3. Variable, Operacionalización	39
2.3.1. Variable: Plan de Exportación.....	39
2.3.2. Operacionalización.....	40
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	41
2.4.1. Técnica.....	41
2.4.2. Instrumento	41
2.5. Procedimientos de análisis de datos	41
2.6. Aspectos éticos	41
2.7. Criterios de Rigor Científico	42
III.....	RESULTADOS
43	
3.1. Tablas y Figuras.....	43
3.1.1. Resultados de la aplicación de la guía de entrevista al Gerente o encargado en la Empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C.	43
3.1.2. Resultados de la aplicación de la guía de entrevista a los especialistas en exportación de productos agro.	46
3.2. Discusión de Resultados.....	55

3.3. Aporte Científico (Propuesta).....	57
3.3.1. Introducción	57
3.3.2. Descripción del Producto	59
3.3.3. Tipo de Exportación.....	61
3.3.4. Acceso al Mercado.....	61
3.3.5 Distribución Física Internacional (DFI).....	66
3.3.6. Resultados del diseño de plan de exportación de Palta Hass al mercado de Singapur.	77
 IV..... CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
78	
4.1. Conclusiones	78
4.2. Recomendaciones.....	78
 REFERENCIAS.....	79
 ANEXOS.....	
.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Ficha técnica de entrevista 1	32
Tabla N°2. Ficha técnica de entrevista 2	35
Tabla N°3. Ficha técnica de entrevista 3	37
Tabla N°4. Ficha técnica de entrevista 4	39
Tabla N°5. Tabla Nutricional. Valores nutritivos y energéticos	48
Tabla N°6. Variedades de la Palta	48
Tabla N°7. Capítulo de la partida del producto	50
Tabla N°8. Partida arancelaria de la Palta	50
Tabla N°9. Barreras arancelarias para el ingreso del fruto al mercado de Singapur	51
Tabla N°10. Principales certificaciones solicitadas en Singapur y otras adecuadas para la exportación de la palta Hass	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1. Importaciones y Consumo de Fruta en Singapur.....	47
Figura N°2. Estacionalidad del fruto	49
Figura N°3. Envase referencial.....	56
Figura N°4. Etiquetado referencial.....	56
Figura N°5. Empaque referencial	57
Figura N°6. Embalaje referencial del fruto	58
Figura N°7. Proceso de Producción de la Palta antes de llegar al almacén.....	59
Figura N°8. Distribución de frutas y verduras frescas en Singapur	61
Figura N°9. Líneas Navieras	64
Figura N°10. Mapa de una de las Rutas Marítimas.....	64
Figura N°11. Puerto de Singapur Parte 1	65
Figura N°12. Puerto de Singapur Parte 2	65
Figura N°13. Validación por el Mg. Jean Michell Carrión Mezones.....	76
Figura N°14. Validación por el MBA. Cesar Ricardo Rocero Salazar	78
Figura N°15. Validación por la Mg. Betsy Arrunategui Huamán.....	80
Figura N°16. Evidencia de entrevista al Gerente de Jayanca Fruits – PROSERLA	84
Figura N°17. Evidencia de entrevista al Especialista 1	84
Figura N°18. Evidencia de entrevista a la Especialista 2	85
Figura N°19. Evidencia de entrevista al Especialista 3	85

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A nivel Internacional

Chirinos (2018) refiere que Singapur es uno de los mercados con más oportunidades para la exportación, puesto que, forma parte de los centros principales del comercio mundial; además, tiene una dinámica de crecimiento sostenido y estable, así como también, posee un clima de negocios muy atractivo, es por ello que tiene el segundo lugar en la clasificación Doing Business, respecto a la facilidad para efectuar negocios. Asimismo, informa que Singapur por su ubicación geográfica, sus facilidades logísticas y ser líder de la Comunidad Económica de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático - ASEAN, proporciona la entrada a diferentes países como Malasia, Filipinas, Indonesia y China, entre otros.

Es así que, entre diferentes sectores que tiene Singapur, cabe destacar el sector agroalimentario, dada a las características geográficas de este país hacen que su tasa de autosuficiencia alimentaria sea baja, es por ello que, la mayor parte de los alimentos son importados, teniendo mayor acogida los productos gourmet, exóticos y artesanales, así como, los orgánicos (Chirinos, 2018).

Casilda (2015) refirió que el país asiático Singapur puede favorecer a diferentes empresas extranjeras por su economía, siendo una región de las más abiertas al exterior y donde es más fácil hacer negocios. Es así que, este ejerce de impulsor en la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático- ASEAN, además, da cara a las compañías extranjeras y supone una buena puerta de entrada para acceder a los grandes países como India y China. Bajo ese contexto, podemos afirmar que, al paso de los años, en el sector agroalimentario de Singapur, va ganando peso por la comercialización de los países exportadores en el mismo.

Al respecto, (Export Helpdesk, 2012, como se citó en López y Ruiz, 2016) afirmó que en los países europeos y asiáticos existen crecientes requisitos en cuanto al tema de calidad y requerimiento del fruto, primordialmente, en los importadores de palta, convirtiéndose en mercados sólidos que crecen diariamente. Siendo así, estos países destacan mucho en la calidad de vida donde ejercitarse y alimentarse adecuadamente

no es suficiente, debido a que, la tendencia mundial de esto último implica que las adquisiciones de estos frutos deriven de una adecuada producción, donde el ámbito denotado sea rico y diversificado.

En ese sentido, en palabras de TradeMap (2016) a nivel mundial se presentó un incremento en la exportación de palta, obteniendo altas demandas internacionales. En el 2014 la exportación de este fruto tuvo un alcance de 1'409,140 millones de toneladas teniendo un significado en FOB de 3'028,866 millones de dólares. Es así que, países como Perú, México, España, Chile, Estados Unidos, Holanda, Sudáfrica y Nueva Zelanda, son reconocidos en el mundo como los más grandes productores de palta, donde la producción de este fruto asciende a más del 70%. Aunado a ello, cabe precisar que, la mayor importación de este fruto a nivel mundial se encuentra registrada para países como Francia, Países Bajos, Estados Unidos, Canadá, Alemania y Japón. Asimismo, en Estados Unidos el consumo por el fruto aumenta, pero los cultivos disminuyen. Y, en el caso de California, se advirtió escasez de agua notable y el vacío entre los bienes y servicios fue cubierto por el país de México quien abasteció con lo necesario.

ProChile (2006) por su parte nos indica que las oportunidades para productos alimentarios como el fruto de la palta son muy grandes para países asiáticos siendo los próximos en ser los principales importadores a nivel mundial, que irán escalando hasta posicionarse como los primeros, gracias a los comercializadores, productores, proveedores de insumos, etc.

Siendo así, el Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX,2015) refirió que el primer país exportador de palta o aguacate fue México, quien exportó a una gran cantidad de países, en los cuales se encuentra como sus máximos compradores a Japón, Costa Rica, Estados Unidos, Francia, Honduras y Canadá. Los mexicanos son quienes se dedican a tener una gran expansión de sus tierras para cosechar palta, representando el 27% total del mundo, 130 mil hectáreas. México (2014), su cosecha del fruto fue de 1'100,000 toneladas métricas, la cual represento más del 50% de producción en el mundo, oscilando en torno a 2'100,000 toneladas métricas. El país mexicano cuenta con sus primordiales estados en la que producen

palta hass (aguacate). Michoacán (150 mil hectáreas) siendo el más reconocido, Jalisco (20 mil hectáreas) y Nayartin (5 mil hectáreas).

A nivel Nacional

Asociación de Exportadores (ADEX, 2019) refirió que exportaciones del fruto de palta no se detienen, un claro ejemplo es que, durante el período comprendido entre enero y noviembre del 2018 se obtuvo 720'745,000 dólares lo cual representó un aumento del 22.7%. Siendo así, la palta Hass peruana en ese mismo año, llegó a ser exportada a 30 mercados como Países Bajos alcanzando 265'009,000 de dólares; y, en Estados Unidos, Reino Unido, China, España y Chile se registraron 175'639,000 dólares en ganancias. Lo cual ha sido indicador que sus exportaciones a diferentes países incrementaron en el siguiente año terminando con 300'126,000 dólares, es decir, con 63% más que en el año anterior. Y, en el 2017 tuvo un alcance de 588'238,00 dólares.

Asimismo, se afirmó que uno de los obstáculos fundamentales para exportadores fue no contar con estudios adecuados que permitan una buena exportación y ello a su vez les genere incremento en la competitividad y productividad, toda vez que, son diversas empresas que experimentan comercializando a otros países, sin tener un conocimiento apropiado del mercado a que desean llegar (ADEX, 2015)

Asociación de Productores de Palta Hass del Perú (ProHass, 2019) informó que trabajó severamente para lograr que en el 2019 se pudiera exportar palta hass peruana a países del Sudeste Asiático, en la cual las exportaciones alcanzaron las 335,000 toneladas, importe similar a las exportaciones de la campaña del año anterior. Esta exportación del 2019 se realizó debido a que la producción del fruto fue igual al año 2018, explicando una baja de rédito de cultivos, así como, acrecentamientos provechosos efectuando para ello un estudio en su productividad.

No obstante, en palabras de D. Bustamante, esta producción del 2019 fue más amplia gracias a las recientes plantaciones que se instalaron en ese entonces en la parte norte del país, quienes produjeron con anterioridad, lo que género que tengan un idéntico

tamaño pero distribuido en más semanas (comunicación personal, 03 de marzo de 2019).

Por su parte, la Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2019) informó que las transacciones de este fruto como la palta peruana en el año 2018 tuvo una cifra no muy vista de 800 millones de dólares, representando un crecimiento del 26% a comparación del año 2017. El fruto llegó a 35 mercados compradores esenciales, en el caso de Países Bajos tuvo un registro de 275,9 millones de dólares, en Estados Unidos alcanzó 191,1 millones de dólares; y, en España 111,8 millones de dólares. En el caso de Camposol, señaló que, en el año 2018 las exportaciones de palta peruana hacia el país de China se triplicarían en el período del mes de octubre de ese año.

Finalmente, indicó que, si se comparan los 309 contenedores del último período, el incremento de este llegó al 173.79%, casi tres veces el tamaño del período pasado, razón por la que, se esperaba que 846 contenedores de aguacates sean enviadas hacia China los últimos días del mes de octubre (D. Bustamante., comunicación personal, 03 de marzo de 2019).

A nivel Local

La empresa PROSERLA se encuentra situada en Jayanca - Lambayeque, dedicada a la producción en alimentos agroindustriales, teniendo como superficie 145 de uva de mesa, con semillas como Red Globe y sin semilla como Thompson Seedless y Crimson Seedless. Asimismo, cuenta con una superficie de 78 de mango Kent y 65 de Palta Hass que en estos últimos años ha sido incorporada en sus productos de agroexportación, dada la gran demanda de las mismas. Estos cultivos poseen métodos idóneos y una tecnología avanzada y notoria en su producción. Asimismo, cuenta con empresas de manufacturación a su disposición a efectos de potenciar su mercado.

Esta empresa cuenta con los patrones establecidos que determinan la certificación GLOBAL GAP para una producción responsable con la sociedad y el medio ambiente, además de tener otras certificaciones que le permiten entrar a mercados de

como WALMART o también Tesco que son las dos comercializadoras más grandes de Estados Unidos.

La empresa exporta Palta Hass a mercados como China, Rusia y algunos países de Europa (no especifica); tiene una producción anual de palta de 40 a 60 FCL (Full Container Load), en cajas de 8 y 10 kg, muy buena producción. Sin embargo, no visualiza el aprovechamiento de la gran demanda de exportación del fruto a nuevos mercados como lo es Singapur, siendo un mercado no satisfecho por empresas peruanas en sector agro. La empresa tiene una deficiencia para explotar la exportación de la palta en el país mencionado, por falta de conocimiento del mercado y por temor a explorarlo siendo así que no resulte, llegando a limitar su comercialización internacional y generando un incremento en la competencia internacional.

Con respecto a la Palta Hass hay una gran oportunidad con este fruto puesto que es muy demandado en muchos países, por su valor nutricional, siendo saludable para las personas, y sabiendo que el fruto que produce esta empresa tiene una excelente calidad e inocuidad se le propone hacer un plan de exportación para un nuevo mercado como Singapur.

En 2019, Asociación de Exportadores (ADEX) informó en lo que concierne a los importadores de palta Hass, los Países Bajos alcanzaron 265 millones de dólares, continuando por Estados Unidos, con 175 millones de dólares. Otros países importadores de igual forma han estado potenciando el aguacate o palta peruana en estos últimos años, como ha sido el caso de Singapur, Irlanda, Portugal, Brasil, Colombia y Uruguay.

Asociación de Exportadores (ADEX, 2019) informó que exportaciones de productos agroalimentarios en los meses de enero - noviembre al país de Singapur, Indonesia y Tailandia subieron a 72'472,000 dólares, creciendo un 7.3% al año anterior. Esto fue debido a las altas preferencias de productos frescos y saludables del consumidor asiático, disponiendo a probar cada vez más alimentos nuevos.

La Oficina Comercial de Perú en Indonesia (OCEX, 2019) refirió que el país singapurense es fundamental para que los exportadores fortifiquen su comercialización en el sudeste asiático, toda vez que, cuenta con una alta economía que no les impide importar. Además, al contar con un TLC ello facilita su actividad comercial.

1.2. Trabajos Previos

A nivel Internacional

Albán & Alencastri (2015) en su tesis titulada: “*Plan de exportación de pulpa de pitahaya al mercado de Berlín en Alemania a través de un Comercio Justo*”, realizada en Guayaquil, Ecuador. Su principal objetivo fue elaborar un proyecto de transacción de pulpa de pitahaya hacia Berlín mediante una acción internacional que implique justicia en todos los aspectos. La realidad problemática se avoca a que los productores de pitahaya de este país no cubren mucho la demanda de mercados interesados como U.S.A. y Alemania; en razón a ello, la empresa exportadora PITAH SOL S.A. ofrece la ayuda a pequeños productores de Ecuador, brindándole la oportunidad de desarrollarse y planifiquen adecuadamente el cultivo de la fruta como explotar el potencial, y así , obtener una mejor producción; sin embargo, no cuenta con la inversión necesaria para realizarlo; por lo tanto, fue indispensable un plan de exportación así como determinar estrategias y obtener un resultado favorable. La investigación es descriptiva y exploratoria; con un diseño de enfoque cualitativo. Como técnica se tuvo la entrevista, conformada por una serie de preguntas para expertos sobre el tema, dirigida a una empresa que produce y comercializa pitahaya roja.

Se concluyó que la capacidad de producción de la fruta es muy factible para ser destinada a la exportación, incluso podría incrementar más esta producción a diferencia del año anterior. La investigación resultó rentable ya que su Tasa Interna de Retorno es mayor al Costo Promedio Ponderado del Capital; además por la demanda de la fruta, siendo muy deseada por sus nutrientes en Alemania, y la paga por ella es muy buena en ese país. Incluso el producto está libre de aranceles debido a los acuerdos suscritos entre Alemania y Ecuador.

González, Rodríguez, & Tutila (2016) en su investigación: “*Plan de Exportación de Nuez de Marañón hacia Canadá*”, realizada en San Salvador, El Salvador. Su principal objetivo fue determinar qué empresa productora y procesadora de nuez de marañón posee la disposición provechosa y de distribuidora para trasladar el referido producto a Canadá. La realidad problemática se avoca a que la nuez de marañón es reciente en el país y se cuenta con el apoyo de empresas internacionales que pueden ayudar a mejorar en el mercadeo con la meta de hacer conocido el producto tanto a nivel local como internacional; sin embargo, al no presentarse muchas exportaciones en el país, se necesita nuevas opciones para desarrollarse, como hacer negocios comerciales con el país Canadiense por la demanda existente en productos saludables y por su pronto Tratado comercial (TLC) lo cual coadyuvará para la comercialización de muchos productos. La investigación es inductiva no experimental; con un diseño de enfoque cualitativo. Como técnica se tuvo las encuestas a consumidores e intermediarios y entrevistas para empresas exportadoras que producen la nuez de marañón a fin de encontrar la adecuada a efectos de realizar un plan de exportación y comercializar a Canadá.

Se concluyó que APRAINODES es la empresa ideal para exportar a Canadá porque posee una mejor producción y técnicas para procesar la nuez; también presenta gran calidad y certificaciones con grandes oportunidades en el mercado internacional, además de que muestra interés por encontrar nuevos compradores que ofrezcan mejores ofertas por la nuez de marañón. La empresa tiene un poco de experiencia exportando la nuez de marañón; sin embargo, exporta solo en presentación a granel, además se observó que no conocen mucho acerca de los requisitos que requieren en el mercado canadiense, incluso, no cuenta con una marca y empaque propio para mercadear; es por ello que, el plan de exportación servirá para realizar herramientas mercadológicas y estrategias que llevaran a cabo su comercialización del producto satisfactoriamente.

Ligorguro & Sierra (2015) en su tesis titulada: “*Diseño de plan de exportación de pulpa y dulce de guayaba producido en la provincia de Tungurahua para el mercado alemán de Núremberg, Alemania*”, realizada en Guayaquil, Ecuador. El objetivo principal fue elaborar un proyecto de transacción que posibilite aumentar las

exportaciones de pasta de guayaba hacia Alemania. La problemática se avoca que hay producción de guayaba en la empresa PLANHOFA provincia de Tungurahua, pero la fruta se considera no aprovechada totalmente en el sector productivo de Ecuador, puesto que existe potencial en el producto para poder ser comercializado a mercados del extranjero donde la demanda como procesado es muy alta, ya que es un producto perecedero, procesarlo haría maximizar su tiempo en la exportación; por eso fue necesario realizar un plan para establecer estrategias y tácticas empresariales con el fin de ingresar el producto al mercado Alemán donde su demanda favorece mucho a los exportadores. La investigación es propositiva; con un diseño de enfoque tanto cualitativa como cuantitativa. Como técnica para el presente estudio, se efectuó un análisis de la selección de información.

Se determinó que esta tesis fue factible para aplicar, favoreciendo a PLANHOFA C.A. para que consiga una mejor reminiscencia y poder extender su oferta exportadora en el futuro; para la transacción de pulpa de guayaba, la empresa cuenta con gran cantidad de producción cada semestre, dándole probabilidades de exportar a Alemania, puesto que ya cuenta con algunos socios en Europa como Francia e Italia. Se beneficia mucho más la exportación del producto en envases resistentes para pueda ser manipulada y transportada sin presentar el menor riesgo de daños.

Lucas & Meneses (2015) en su tesis titulada: “*Desarrollo de un Plan de Exportación de Harina de Arroz Orgánico a Francia*”, realizada en Guayaquil, Ecuador. El principal objetivo fue desarrollar un proyecto de transacción de harina de arroz orgánica a Francia. La realidad problemática se centra en los pocos exportadores del producto que hay en el país, por el desconocimiento de los agricultores sobre cultivar arroz orgánico que es la materia prima fundamental en la preparación del producto a exportar, con el fin de cubrir la demanda de Francia, ya que este país destaca mucho en el consumo de esta línea de productos. Este aporte es descriptivo y analítico; cuenta con enfoque cuantitativo. Su técnica aplicada fue la entrevista.

Se arribó a la conclusión que habrá materia necesaria para producir la harina de arroz, cubriendo así la demanda del mercado de Francia, ya que sus consumidores son muy reconocidos por importar este tipo de producto orgánico; además se evaluó los

aspectos logísticos y si determino que el plan de exportación para la harina de arroz orgánica si es factible para ingresar a mercados nuevos.

Merino & Najas (2015) en su investigación: “*Plan de Exportación del Mango Tommy Atkins para la Empresa “Frutalandia S.A.” al Estado de Los Ángeles California, Estados Unidos de América*”, realizada en Guayaquil, Ecuador. El objetivo principal fue crear un proyecto de transacción y distribución de mango Tommy Atkins, para U.S.A. La realidad problemática de la empresa es que limita su producción y comercialización a nuevos mercados, aumentando un riesgo de que la competencia internacional que los supere, es por ello que se diseñó un proyecto de transacción para ver la posibilidad de exportar mango a L.A., teniendo estrategias claras y buena planificación. La investigación es descriptiva y propositiva; con un diseño de enfoque cualitativo. Como técnica para recolectar información fue a través de entrevistas dirigida a expertos de 3 empresas que están a cargo en el sector de comercio internacional.

Como resultado de esta tesis se determinó favorable porque se encuentra demanda por aprovechar en el mercado de Los Ángeles, ya que el producto posee gran calidad, siendo el objetivo de optimizar su forma de vida y salubridad, dada las circunstancias podrá ser ingresa a dicho país.

A nivel Nacional

Callapiña (2018) en su tesis titulada: “*Propuesta de Plan de Negocio para la Producción y Exportación de Palta Deshidratada al Mercado de Países Bajos 2017*”, realizada en Arequipa, Perú. El principal objetivo fue manifestar que es viable destinar en una planta deshidratadora de palta, para que el producto sea exportado al entorno que comprende los Países Bajos. La problemática se avoca a que el fruto al ser perecedero, existe eliminación de producción en la Asociación La Joya Agro Export, además de no acatar con los estándares que implica este producto agro más exportado del Perú, es por ello que se realizará un plan de negocio para mejorar en el producto, además se averiguó que el mercado de los Países Bajos cuenta con demanda insatisfecha del producto por lo que se hará un estudio a profundidad ingresar a este. La investigación fue descriptiva - no experimental; con enfoque

cualitativo. Como técnica para recolectar información fue a través de grupos focales dirigidos a los que se dedican a producir la palta Hass y realizando estudios sobre los ingresos de productos que hay en el mercado de Países Bajos.

Como resultado se determinó que la Asociación cuenta con recursos necesarios, además de que la investigación fue factible con un Valor Actual Neto de USD 111,644, con un TIR que registra 31.36 %. El dinero asignado implica la deuda de 1.67 que se recuperará en 4 años. Concluyendo que el capital particular asciende a un 16.75% y la inversión íntegra de la investigación se registra en ROI un 14%.

Chozo & Fernández (2018) en su tesis titulada: “*Plan de Exportación de Uva Red Globe en la Empresa Agrícola San Juan S.A. para el Ingreso al Mercado de Alemania, en el Período 2016 – 2019*”, realizada en Pimentel, Perú. Su objetivo principal fue diagnosticar de qué forma un plan de exportación de uva Red Globe fomenta la distribución al mercado de Alemania. La realidad problemática se avoca a la existencia de mucha demanda de esta fruta en más 20 países, teniendo un gran aumento en las exportaciones, pero aún sin acceso al mercado alemán, siendo un país que se encuentra en el rango 4 de los países que más la importan. La investigación fue descriptiva y propositiva no experimental; con enfoque cuantitativo. La técnica empleada fue una entrevista dirigida a trabajadores de la empresa agrícola como también a especialistas relacionados con el comercio exterior, así como también distribuidores comerciales.

Hubo un resultado muy positivo en la investigación sobre la empresa, puesto que cuenta con una eficiente producción para exportar uva Red Globe y así poder cubrir con la demanda del mercado Alemán, además cuenta con los requisitos a cumplir, y también que existen un Tratado de Libre Comercio con la UE, librando de impuestos al exportar la fruta a mercado destino; y la propuesta del plan de exportación donde se estudió temas importantes, como los requisitos para ingresar al mercado y poder exportar la uva al entorno Alemán, concluyendo que la propuesta es factible de acuerdo a la rentabilidad el VANE.

Contreras & Chorres (2019) en su tesis titulada: “*Plan de Exportación de Jugo Concentrado de Maracuyá de la Empresa Agroindustrias AIB S.A. para su Comercialización en el Mercado Holandés, 2015*”, realizada en Pimentel, Perú. El objetivo principal fue plantear un plan para comercializar el jugo concentrado de maracuyá. El problema se avoca en que esta empresa produce jugo concentrado de maracuyá y solo lo ha exportado al mercado estadounidense por muchos años; sin embargo, ha mostrado interés en ingresar a nuevos mercados, pero no tiene planes ni estrategias para exportar fruta a mercados que no tienen. Agroindustrias AIB necesita desarrollar un plan de exportación y realizar estudios de mercado para comprender los canales de entrada y las estrategias de entrada al mercado. La investigación fue descriptiva y explicativa no experimental; con enfoque cualitativo. Como técnica se emplearon entrevistas dirigidas a especialistas en logística y exportación que laboran en la compañía, además con un estudio específico de ámbitos digitales sobre el mercado holandés.

Con este estudio se concluyó que la empresa cuenta con un potencial exportador sobre el jugo concentrado de maracuyá, siendo el apropiado para exportar al mercado de Holanda; respecto a particularidades del consumidor, se diagnosticó que son altos compradores de productos salubres, además valoran mucho la calidad de un fruto, y dispuestos a comprar siempre que el precio vaya de acuerdo con la calidad. Esta propuesta es posible conforme al estudio de los productos recabados de las entrevistas ejecutadas en expertos, con lo cual se afirma que Holanda es un mercado adecuado que cuenta con alta demanda ambiciosa por aprovechar.

Mego & Taboada (2015) en su tesis titulada: “*Plan de Exportación de Panela Pulverizada Orgánica para la Asociación de Productores Agropecuarios La Shita en el distrito de Salas para el Mercado Canadiense - Quebec 2013*”, realizada en Chiclayo, Perú. El principal objetivo fue diagnosticar la posibilidad del plan de exportación de panela pulverizada orgánica para La Asociación de Productores Agropecuarios de Salas para el Mercado Canadiense - Quebec, asegurando calidad y rentabilidad en su producto. La problemática se avoca a que los consumidores de panela pulverizada orgánica en países como EE.UU., Europa y Japón otorgan uso al producto como diferenciador de otros endulzantes, además de sus nutrientes que

contiene, y también existe demanda que se puede cubrir de la panela en el mercado canadiense, lo cual hace que se plantee un plan de exportación mejorando la producción y estrategias que se requieren para una buena comercialización. La investigación fue no experimental - transversal; con enfoque cuantitativo. Como técnica para recolectar información fue a través de encuesta - cuestionario, la cual se aplicó a consumidores canadienses.

En conclusión, el plan de exportación fue útil y muy favorable para la empresa, dado a que, si se requiere la panela pulverizada en el país canadiense, siendo un gran beneficio donde lo podrían comercializar mayormente en supermercados.

Velasco (2019) en su tesis titulada: “*Plan de Exportación de Filete de Trucha Arcoíris hacia el Mercado Estadounidense*”, realizada en Piura, Perú. El objetivo principal fue plantear un procedimiento de exportación de Trucha Arcoíris en filete a proveedores estadounidense. La realidad problemática viene a ser la zona de Huancabamba la cual necesita generar nuevos puestos de trabajos, aunque cuenta con recursos naturales como la truchicultura que se desarrolla en gran escala, pero por escasez de información e inversión no intentan examinar mercados más extensos y complejos; además se dice que las importaciones estadounidenses de trucha procedente desde Perú tienen aumento positivo en estos años como ejemplo favorable para su comercialización. La investigación fue descriptiva no experimental; contando con enfoque cuantitativo. Como técnica para recolectar información fue a través de cuestionarios a expertos en exportación en la que identificaron los procesos logísticos.

Se concluye que la investigación es factible económica y financieramente, resultado que se ve reflejado en un VANF y un TIRF, dado al aumento de demanda que hay en el mercado estadounidense.

A nivel Local

González & Vargas (2016) en su tesis titulada: “*Plan de Negocios para la Exportación de Palta Hass para el Mercado de Canadá de la Asociación de Productores Augusta López Arenas de Pitipo – Ferreñafe 2016*”, realizada en

Pimentel, Perú. Como objetivo principal se tuvo evidenciar la posibilidad del ingreso de Palta Hass mediante la exportación directa. La realidad problemática se avoca a que esta Asociación cuenta con poco financiamiento en la que puedan tener una mejor producción de palta, es por ello que se limitan a invertir en su infraestructura; además que no cuentan con experiencia alguna en temas de exportación limitando también sus habilidades comerciales, obteniendo ventas a nivel local. La investigación fue descriptiva, propositiva, no experimental; contando con enfoque cuantitativo. Como técnica para recopilar información se usó encuestas a importadores canadienses de palta y entrevistas a expertos en la comercialización internacional de frutos agroindustriales de la región.

Como resultado en la investigación el plan de negocios al mercado canadiense es factible y beneficia a los socios de la asociación, aunque en ese momento no contaban con la producción requerida, pero pondrían la propuesta en marcha, optimizando la forma de vida de las personas de Pítipo con la exportación directa.

Huarcaya (2016) en su tesis titulada: “*Plan de negocio para la exportación de palta fresca (Persea Americana Millar) con destino a EE.UU en la Empresa Food Export Norte S.A.C 2016*”, realizada en Pimentel, Perú. El objetivo principal de esta investigación fue diseñar un proyecto para la exportación de Palta fresca con destino a Estados Unidos, en la cual se hizo una evaluación de las exportaciones actuales de la palta. La problemática es que la empresa necesita herramientas mercadológicas para realizar una adecuada comercialización de palta que será dirigida Estados Unidos. La investigación fue descriptiva, correlacional y transversal, con diseño no experimental. Las técnicas fueron entrevistas y cuestionarios al encargado de Food Export Norte S.A.C. y especialistas sobre exportaciones referentes al fruto.

Como resultado de la investigación el mercado estadounidense es un país potencialmente importador de palta peruana, donde la empresa aprovechara las oportunidades a medida que se establezca una oferta adecuada, y cumpliendo con los requerimientos como los estándares de calidad para su exportación.

López & Ruiz (2016) en su tesis titulada: “*Propuesta de un Plan de Exportación a las Asociaciones Productoras de Palta Hass del Distrito de Motupe – Lambayeque hacia el Mercado de Amsterdam - Holanda 2015- 2016*”, realizada en Pimentel, Perú. El principal objetivo de la investigación fue diagnosticar la exportación como un mecanismo para la comercialización de Palta Hass. La realidad problemática de esta Asociación se avoca a busca posicionarse más allá del mercado nacional, queriéndose convertir en exportadores para eso es que se hizo el plan de exportación para internacionalizar la Asociación a mercados como el europeo. La investigación fue descriptiva - correlacional, no experimental y transversal; con diseño de enfoque cuantitativo. Las técnicas que se utilizaron fueron la recopilación documental, como encuestas - cuestionarios y análisis estadístico de ello.

Como conclusión de esta investigación se determinó que la Asociación será beneficiada con el plan de exportación para desarrollarse mejor como productores y ser futuros exportadores de palta, además de que el producto era desconocido hace pocos años por el mercado objetivo, pero por el marketing empleado de empresas locales e internacionales, el consumo aumenta, considerando factible de exportar directamente al consumidor holandés.

Monsalve (2019) en su tesis titulada: “*Plan de Negocios para la Exportación de Palta Hass, al Mercado de Francia, en la Asociación de Productores Augusta López Arena-Ferreñafe, 2017 – 2022*”, realizada en Chiclayo, Lambayeque. Como objetivo principal fue Plantear un Plan para la exportación de Palta Hass al mercado francés. La realidad problemática se avoca a que esta Asociación aún trabaja con inversión externa, percibiendo a las exportaciones como un elemento esencial para crecer mucho más como socios, para lo cual se requiere un plan de negocio a fin de obtener entendimiento del tema y orientarse para su primera exportación, y así aumentar sus ingresos al exportar directamente al consumidor final. La investigación fue descriptiva, propositiva, no experimental; con un diseño de enfoque cuantitativo. La técnica empleada fue mediante la observación y entrevista que se aplicó a una empresa exportadora de palta y a expertos sobre alimentos agroindustriales.

Los resultados fueron que se considera un potencial exportador a la asociación, siendo su oferta exportable de 8 Toneladas Métricas por hectárea; además de que cumple con los patrones de calidad necesarios del fruto que requiere los proveedores internacionales. Por otro lado, la asociación tendrá que crear su propio centro de acopio la cual le dará más seriedad ante sus negociantes, sin embargo, tendrá que determinar bien su distribución física internacional. Las asistencias a ferias serán efectivas para promocionar su fruto, en la que se puede entablar relación con potenciales clientes.

Morales & Saavedra (2016) en su tesis titulada: “*Propuesta de un Plan de Exportación para el Aprovechamiento de las Oportunidades Comerciales del Jugo de Limón de la Empresa Procesadora Frutícola S.A. hacia el Mercado de Estados Unidos 2016 – 2018*”, realizada en Chiclayo, Lambayeque. El principal objetivo fue evidenciar que su Plan coadyuva al uso de conveniencias comerciales para el jugo de limón de la empresa estudiada. La realidad problemática se avoca a que esta procesadora cuenta con una capacidad productiva, además de poder exportar al limón en sus derivados como modalidad de aceite esencial y la cascara deshidratada; sin embargo, no aprovecha al máximo el jugo puesto que se le da diferentes usos en otros mercados internacionales, quienes se encuentran interesados y que importan el jugo de esta fruta con fines industriales como cosméticos, farmacéuticos y bebidas. El estudio fue descriptivo no experimental; con un diseño de enfoque cuantitativo. Se aplicó como técnica encuestas a un número regular de empresas importadoras de jugo de limón en el ámbito de Estados Unidos.

Se concluyó que se pudo determinar la existencia de demanda de la fruta mencionada en los mercados como Alemania, Países Bajos, y otros, teniendo como principal los estadounidenses. Además, se pudo verificar tras la realización de este plan, la factibilidad económica de esta tesis, teniendo un VANE de USD 1’931,489.40 y un TIRE de 121%, resultando beneficioso para la compañía.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1 Plan de Exportación

1.3.1.1 Definición

Un plan de exportación es un grupo de acciones planeadas y calculadas en el comercio de bienes o servicios de un determinado lugar dirigido a mercados extranjeros, siendo a través de diferentes canales como transporte terrestre, aéreo o marítimo (Lerma & Márquez, 2015).

El plan de exportación implica actividades de planificación que muestran la posibilidad de ideas comerciales, en lo que abarca el estudio de mercados meta, demanda, competencia, logística, precios internacionales; y más actividades requeridas para exportar con éxito productos nacionales al exterior para consumo o uso, implicando vender fuera del país (Sainz, 2015).

Un plan de exportación es un escrito de planeación que sería requerido para iniciar actividades de ventas internacionales, la cual consiste en la entrega de bienes o servicios al exterior del país de origen para su consumo o utilización, es un sistema para aprobar que las mercancías salgan legalmente del ámbito aduanero para su adquisición terminante en el extranjero (Lerma, 2011).

1.3.1.2 Importancia del plan de exportación

Cabello (2014) garantiza la importancia que tiene un plan de exportación, porque puede elaborar métodos efectivos que contribuyan eficacia que ayudan a conquistar el crecimiento en el extranjero. El determinar seriamente la meta de exportación, hechos, labores y proceso de trabajo apoya a calcular los productos esperados.

El plan de exportación ayuda fundamentalmente a comprender la situación de la empresa con relación a mercados del exterior, también proporciona un análisis de posibles riesgos que puede tener con el mercadeo de bienes o servicios en los mercados externos; por otro lado,

es de importancia ya que permite producir dinero, aumenta el PBI y genera nuevos puestos laborables, además obtienen reconocimiento los frutos nacionales en los mercados exteriores (Cabello, 2014).

En síntesis, la exportación requiere planeación ideal por diversos medios, y es primordial pensar que la determinación de internacionalización de la compañía debe adoptarse cuando se tenga una suficiencia de producción, programación, envíos y manejo de mercancías efectuando las necesidades del entorno internacional (Cabello, 2014).

1.3.1.3 Enfoque del plan de exportación

González & Martínez (2014) indican que su tratamiento primordial en lo que respecta a su plan de exportación, es facilitar a las empresas interesadas una perspectiva integral de la situación actual de mercados extranjeros a los que se quiere llegar, estudiando sus barreras arancelarias y los canales más viables, además de, las conductas hacia las compras que tienen los consumidores, con finalidad de asegurar una exitosa exportación.

El plan de exportación favorece al crecimiento de compañías nacionales, y extiende las conveniencias de mercado, por lo que es preciso elegir productos de alta calidad para su correspondiente exportación y cumplir con las perspectivas del ámbito objetivo. Para ello, la planificación juega un papel primordial, porque puede solucionar los peligros del espacio y precisar un método de exportación adecuado para la empresa (González & Martínez, 2014).

1.3.2 Tipos de exportación

1.3.2.1 Exportación Directa

La exportación directa implica el método que permite al exportador interactuar directamente con sus clientes del exterior, para lo cual las empresas deben establecer sus particulares canales de repartición para

emprender en un ámbito y adjudicar sus productos. Se indica, si bien la exportación directa es muy costosa y comprometida, requiere que la empresa contacte directamente con el elemento de cadena de repartición o comprador final del mercado exterior, facilitando ello a controlar mejor la exportación de productos y una gran posibilidad de rendimiento (Simón, 2008).

Martín & Gormaz (2012) lo definen como el compromiso de la empresa exportadora junto con las actividades de venta internacional. Considera la venta directa del exportador desde el mercado de origen, al importador, comprador o distribuidor que se encuentra en el mercado extranjero. Las ventajas de este tipo de exportación son: i) información de mercado más directa, ii) adquisición de marketing internacional, iii) mayor control sobre el mercado; y, iv) conocimiento lato del mercado.

Venta Directa

La empresa hace una venta directa a sus compradores en el mercado extranjero a través de vendedores o importadores propios que viajan usualmente a los mercados donde desarrollan sus actividades comerciales.

Agente

La principal dificultad que se puede tener es en elegir un buen agente para comercializar. Usualmente, los agentes competentes no amplían mucho su cartera comercial y los principiantes no cuentan con estudios acerca del mercado conveniente o con horizonte para acceder a este, ya que es muy limitado. Para elegir un agente comercial, la empresa necesita preguntarse y razonar sobre el rasgo de su agente, que espera o pretende del ámbito elegido y responder preguntas como: “¿Por qué estaría dispuesto a trabajar para mí de manera gratuita? ¿Por qué querría aumentar su cartera de negocios?”.

Distribuidor

Es el primero comprador al que la empresa exporta. Diferenciándolo del agente, este intermediario compra la mercancía al exportador. La vinculación de ambos se ejecuta a través de un contrato de distribución.

1.3.2.2 Exportación Indirecta

La exportación indirecta, llamada también venta tercerizada la cual otorga a la empresa exportar sus productos mediante un distribuidor o tercero, ubicado en el mismo país de destino, encargándose de todos los trámites en el proceso de exportación. Para las compañías pequeñas y medianas las cuales no cuentan con requerimientos suficientes para establecer sus propios canales de distribución, este es el medio adecuado. Esta es la manera de reducir peligros y la participación del exportador es menor, en mérito a ello, se desarticula del proceso, una vez que envía mercancías vendidas culmina la actividad exportadora a cargo de los mediadores (Simón, 2008).

Ministerio de Agricultura y Riego (2016) indica que este método de exportación indirecta es utilizado por compañías pequeñas a quienes no les es posible participar en exportación directa; o empresas que ya están exportando, pero prefieren ingresar a nuevos mercados por canales intermedios. En el caso de compañías pequeñas y medianas, la principal ventaja de este tipo de exportación es la forma de ingresar al mercado internacional sin confrontar lo complejo que implica la exportación de tipo directa.

La dificultad fundamental es hallar terciarios o mediadores apropiados que dispongan de oportunidades concretas para distribuir los productos. De esta manera, la elección del terciario es importante, por lo que el productor o la industria necesitará toda la extensión en lo que respecta a su transacción (MINAGRI, 2016).

Modalidades de exportación

La SUNAT (2009) estima las siguientes modalidades:

Exportación definitiva: Permite la marcha de la zona aduanera de existencias nacionales o que estén nacionalizadas para su consumo o uso en las afueras, la cual no perjudica ninguna contribución.

Exportación temporal para reimportación en el mismo estado: Permite la marcha de la zona aduanera de existencias nacionales o que estén nacionalizadas con el fin de ser reimportadas en un plazo establecido, sin tener alguna modificación, excluyendo el deterioro estándar por su uso. Los productos que se exportan por este régimen al ser reimportadas no hay necesidad de pagar privilegios arancelarios y otras contribuciones derivadas de la importación para la adquisición y sobrepagos por corresponder.

Ventajas de internacionalización

Otero (2013) menciona las ventajas que tiene una empresa al internacionalizarse:

- a. Cuanto mayor sea el volumen de exportaciones y el número de entornos a los que exporta la compañía destacará más su perfil, su posicionamiento competitivo y prestigio de sus frutos a nivel nacional e internacional.
- b. Contar con excelente imagen en las ciudades más importantes del mundo es una manera para que se conozca los productos de la empresa y relacionarse con los consumidores.
- c. Ayuda a reducir costos.
- d. La producción alta simboliza economías a escala significando una mejor utilización de requerimientos provechosos.
- e. Accede al traslado de ciertas acciones en la cadena de valor situándolas en ámbitos con precios mínimos de materias primas, mano de obra o ahorro fiscal.
- f. Obtener competitividad para la empresa en el ámbito local e internacional.

1.3.3 Acceso al mercado

El acceso al mercado se entiende como un conjunto de términos positivos que ayudan a los exportadores extranjeros de bienes y servicios, distribuidores de servicios extranjeros o inversionistas extranjeros a ingresar a los mercados de países miembros de acuerdos comerciales. Por otro lado, el grado de apertura de un país o nación a productos y servicios de otros países se infiere como llegada a este ámbito. Por lo tanto, en comparación con los productos nacionales, el grado de entrada al mercado depende de factores externos que modifican las situaciones competitivas que enfrentan las importaciones en un entorno en particular. En este caso, es bien sabido que las normas y prácticas públicas o privadas aumentarán objetivamente los precios de productos y servicios o complicarán el ingreso al entorno nacional (Vergara, 2012).

1.3.3.1 Partida arancelaria

Es la compilación numérica que cataloga a las existencias. Entonces, de presentarse errores en estas ello es sancionado mediante multas o recargos impuesto por la SUNAT (PromPerú, 2016).

1.3.3.2 Barreras arancelarias

Vergara (2012) indica que son medidas de comercialización a los aranceles, siendo el impuesto aplicado a los productos que se importa, incluyendo algún cargo o tasa sobre la importación del producto o existencias. Hay tres tipos de arancel, como son: i) ad- valorem: establece a una mercancía en términos de porcentaje de acuerdo al valor de esta, ii) específicos: mediante el cual se establecen formas de cobro monetario específico unitario o por cantidad de mercancías importada; y, iii) compuesto o mixto: mediante arancel combinado de gravámenes arancelarios ad- valorem y específicos.

Asimismo, tenemos que, los aranceles se asignan por varios motivos, como son: i) proteger el mercado de factores como el trabajo, ii) enmendar la balanza de pagos, iii) salvaguardar los productos nacionales; y, iv) El incrementar el ingreso fiscal.

1.3.3.3 Barreras no arancelarias

Se definen como políticas comerciales en términos generales, no arancelarios, y pueden contar con impacto económico en el tráfico de carácter comercial de bienes. Además de perjudicar el precio y la cantidad de bienes, o ambos al mismo tiempo. Aunque la utilización de extensiones no arancelarias es legal, en diversas situaciones, por ejemplo, para garantizar la calidad del producto o resguardar la salubridad de sus consumidores, por ello son utilizados como modo preventivo. A menudo es complicado establecer precisamente si la intención del reglamento es legal o por medidas preventivas (Centro de Comercio Internacional, 2016).

1.3.3.4 Certificaciones

PRO ECUADOR (2013) explica que la certificación es un sistema que sirve para reconocer a un producto o mercancía con características específicas. Existen varias agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas obviamente transnacionales) que se dedican a certificar prácticas y procesos de productivos en la que se ajustan a patrones propios de cada una como origen, calidad, orgánico, método internacional que implica una justicia en su actividad comercial, y, sustentable, etc.

Las certificaciones obligatorias: Se encargan de verificar que el producto cumple con estándares indispensables para que salga del país o ingrese a un nuevo mercado internacional con sus requisitos propios. Depende de cada país la exigencia de los certificados requeridos para ingresar al mercado. Ejemplo: Certificado BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), Certificado fitosanitario y sanitario, HACCP (solicitado en distintos mercados alimentos, productos mar, pulpas y jugos de fruta).

1.3.3.5 Ferias Internacionales

Las ferias internacionales son una especie de vitalidad, como mecanismo preferido de promoción comercial, propicia que los productos ingresen y permanezcan en un mercado seguro, que es una especie de vitalidad permanente. Contribuye a diseñar y conservar la representatividad de un lugar determinado, fortalecer asistencia de empresa y sus productos a escala global, y también aporta elementos mixtos como publicidad, promoción, estudios de mercado y relaciones públicas. También creó las áreas necesarias para formalizar oportunidades de negocios para vendedores extranjeros. El propósito es incrementar la presencia de las exportaciones peruanas en ferias internacionales y ampliar el poder de negociación de los productores o emprendedores presenciados, acercándolos a la demanda actual de sus frutos (Sistema Integral de Información de Comercio Exterior, 2014).

1.3.4 Distribución física internacional

Coy et al. (2014) establecieron sobre la repartición presencial de bienes, que es una serie de ejercicios básicos para trasladar productos preparados como bienes desde el ámbito de producción del país exportador hacia el sitio definido. Bajo el concepto de costo idóneo, entrega inmediata y mejor calidad, importadores en los países / regiones a los que desea llegar.

El encargado logístico de la empresa deberá tener una lista de verificación para administrar la carga durante su recorrido:

- a. De acuerdo con el origen de la carga se debe determinar la unidad de traslado que se usará.
- b. Planificar el trayecto de la carga puerta a puerta, con finalidad de especificar el camino que se utilizará.
- c. Tener en cuenta verificaciones aduaneras que conlleva o a las que se impone la carga durante su transporte.
- d. Requerir o insertar los datos vinculada a la carga en el idioma respecto al idioma del país que se quiere llegar.

- e. Establecer el empaque más conveniente según el tipo de transporte que se usara.
- f. Tener conocimiento del cambio climático en la que va estar expuesta la carga.
- g. Notificar y conocer cómo debe aplicarse la carga en el momento del transporte.

1.3.4.1 Envase

Los motivos fundamentales para utilizar un envasado es la cantidad de mercadería y promoción conforme a las exigencias de clientes enmarcados en un ámbito extranjero. Este envasado puede facilitar una defensa incluso salubre, y su encasillado realiza un cargo de reconocimiento de producto, su data de extinción. Asimismo, es dable que contribuya conocimientos acerca de su utilización o manera de dispendio (Peña, 2016).

1.3.4.2 Empaque

El empaque tiene el cargo fundamental de preservar, denominado como cubierta, siendo un elemento elástico, usado, para resguardar un producto en su período de acopio, envío venta, al cual el embalador, da una forma cualquiera, de manera manejable o automática (Sistema Integral de Información de Comercio Exterior, 2009).

1.3.4.3 Embalaje

Las razones fundamentales para la utilización de un embalaje, son preservar la mercadería de los peligros de traslado, así como proporcionar su alteración y admisión por métodos manejables o automáticos. Un empaquetado eficaz debe aportar a reconocer la mercadería, de manera que representen su especificación y particularidades, así como la información de remesa (Peña, 2016).

1.3.4.4 Canales de distribución

Velázquez (2012) lo define como canales con el fin de entregar los productos a sus consumidores últimos a través de distintos niveles de agentes; siendo los más frecuentes:

Fabricante - consumidor: Denominado también canal directo, no posee niveles, el ejemplo más actual, es vender mediante un ámbito digital del fabricante.

Productores-minoristas o detallistas - consumidores: Cuenta con un nivel de agentes como detallistas o minoristas quienes entregan productos a los compradores últimos.

Productores-mayoristas-minoristas o detallistas - consumidores: Se denomina canal tres y posee dos niveles de agentes, siendo los comerciantes pequeños de medicamentos y comestibles, quienes lo usan continuamente, o productores que no logran entregar sus productos al comprador.

1.4. Formulación del problema

¿De qué manera el plan de exportación favorece a la exportación de Palta Hass al mercado de Singapur para la empresa agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 - 2021?

1.5. Justificación e Importancia del estudio

Justificación Teórica

Esta investigación tuvo el objetivo de implementar un plan exportación para la Palta a Singapur para la Agroindustrial PROSERLA. En la que se aprovecharía al máximo las exportaciones de Palta Hass el cual es un producto muy comprado a nivel mundial, puede tener un gran resultado tanto para la empresa como el mercado destino Singapurense.

Justificación Metodológica

Para la ejecución de esta investigación se usó pasos del método científico, como los instrumentos para recolectar información que fueron validados por juicio de expertos del área de comercio internacional, siendo estos las entrevistas y la observación.

Justificación Social

Esta investigación fue de gran utilidad para la empresa porque le permitió conocer cómo acceder a un nuevo mercado potencial como lo es el país de Singapur, por su posición y su política arancelaria, además de contar con un tratado con el Perú. Siendo así, este país es uno de los importadores fundamentales de alimentos saludables provenientes de todas partes del mundo.

Cardoso & Vásquez (2015) mencionan que la agricultura de Singapur no existe usualmente, la alimentación que su población necesita son abastecidas por importaciones de alimentos de diferentes países del mundo, Singapur se considera un gran importador de todo tipo de productos agrícolas; normalmente su economía se basa en exportación de servicios de gran tecnología, pero en estos últimos años, los productos agros pueden gozar de aprobación en un mercado que se avoca más su nutrición.

1.6. Hipótesis

El Plan de Exportación favorecerá a la exportación de la Palta Hass al mercado de Singapur para la empresa agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General.

Proponer un Plan de exportación para Palta Hass al mercado de Singapur para la empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.

1.7.2. Objetivos Específicos.

a) Diagnosticar la situación del proceso de exportación de la Palta Hass en la Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.

- b) Identificar los factores influyentes en la exportación de Palta Hass al mercado de Singapur 2019 – 2021.
- c) Diseñar un plan de exportación de la Palta Hass al mercado de Singapur para la Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de investigación.

Este estudio es descriptivo - propositivo, porque se conocieron y describieron los aspectos de exportación fundamentales de la Empresa PROSERLA S.A.C. y el mercado objetivo, lo cual se concluyó con el planteamiento de un plan de exportación para la Palta Has hacia Singapur.

La investigación descriptiva intenta especificar atributos y sus características, rasgos de un conjunto de procesos, personas, sociedades, materiales o algún otro ámbito factible de analizar. En definitiva, solo intentan medir de forma individual o agrupada información sobre las definiciones o variables que refieren (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

2.1.2. Diseño de investigación.

Este estudio es no experimental porque se realizó sin intervención del investigador, basándose solo en la observación como tal, lo cual no alteró la variable. La investigación también es transversal porque la información se recogió de la población muestra, como el gerente general y los especialistas en exportación de alimentos agroindustriales, fueron recolectados y analizados en el momento determinado para su dicho estudio.

La investigación no experimental es ordenada y práctica puesto que la variable no es manipulada. Es transversal porque el investigador recoge todos los datos en un periodo establecido, y descriptivo porque se hace un análisis del fenómeno

de estudio siendo así que muestra con exactitud el contexto o situación (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).



Donde:

M: Muestra de la investigación

O: Observación recolectada

P: Propuesta del plan de exportación

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Es el grupo de medidas que se pueden realizar sobre una particularidad usual de un grupo conjunto de personas o materiales (Moguel, 2005).

Esta investigación cuenta con:

Población 1: Gerente o encargado en la Agroindustrial PROSERLA.

Población 2: Los consumidores o compradores del mercado singapurense.

2.2.2. Muestra

Es de tipo no probabilística – descriptiva y presenta diseño no experimental.

Muestra: Gerente o encargado en la Agroindustrial PROSERLA.

Todo aquello que conforma la población posee la oportunidad de selección, y se alcanza determinando las particularidades de este conjunto. Asimismo, ello es posible mediante una elección casual o manejable (Hernández, 2014).

2.3. Variable, Operacionalización

2.3.1. Variable: Plan de Exportación.

González & Martínez (2014) refieren que el plan de exportación es facilitar a las empresas interesadas una perspectiva integral de la situación actual de los mercados extranjeros a los que se pretende llegar, estudiando sus barreras arancelarias y los canales más viables, además de las conductas hacia las compras que tienen los consumidores con finalidad de asegurar una exitosa exportación.

2.3.2. Operacionalización

Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumento para recolectar información	
<p>Variable: Plan de Exportación</p>	Producto	Palta Hass	Entrevista	
	Tipos de exportación	Exportación directa		
		Exportación indirecta		
	Acceso al mercado	Partida Arancelaria		
		Barreras Arancelarias		
		Barreras no Arancelarias		
		Certificaciones		
	DFI	Ferias internacionales		
		Envase		
		Empaque		
		Embalaje		
		Almacén		
		Canales de distribución		
		Documentos de exportación		
Transporte internacional				

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica

Acopio documental: Se recopiló información apreciable siendo de utilidad para la realización de esta investigación. La misma que se obtuvo a través de diferentes sitios y páginas web como: noticias virtuales, artículos, repositorios universitarios, blogs, libros virtuales, todo referente a la variable investigada.

2.4.2. Instrumento

Entrevista: Este instrumento de investigación permitió adquirir datos relevantes, el cual justificó como instrumento metodológico. Se conformó por 19 preguntas, mediante el cual se pudo diagnosticar la situación del proceso de exportación de la Palta Hass en PROSERLA e identificando los factores influyentes para la exportación del producto que a lo largo de la investigación generó la implantación de un diferente plan de exportación a un nuevo mercado, que en este caso sería Singapur.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Los datos vertidos en este estudio fueron recolectados a través de las entrevistas como instrumento metodológico, los cuales fueron dirigidos a personas relacionadas en el tema de productos agroalimentarios como el Gerente o encargado en PROSERLA y los especialistas designados. Luego de ello se hizo un análisis de sus respuestas obtenidas arribando a las conclusiones correspondientes, las cuales fueron asemejadas a los trabajos previos de esta investigación y finalmente se presentó una propuesta.

2.6. Aspectos éticos

Consentimiento informado: La investigación se ejecutó con el consentimiento del Gerente de la empresa, quien facilitó su aportación con datos importantes de PROSERLA. Al igual que la empresa, los especialistas también dieron su criterio respecto a la propuesta del nuevo plan de exportación para la palta Hass dirigida a Singapur.

Originalidad: Se citaron las referencias bibliográficas de los estudios adquiridos, siendo manifestadas según las normas APA, a fin de demostrar inexistencia de copia de otros trabajos.

Respeto: Esta investigación fue realizada con gran desempeño, en la que se respetó todas las opiniones de los aportadores en las entrevistas logrando satisfactoriamente el plan de exportación.

2.7. Criterios de Rigor Científico

Aplicabilidad: Aplicable para investigaciones futuras relacionadas con habilidades para utilizar conveniencias comerciales optimizando de esa forma su capacidad para competir.

Credibilidad de los resultados: El instrumento aplicado al Gerente de la empresa y a los Especialistas, permitió manifestar en la investigación que los resultados adquiridos son verdaderos, puesto que no se usó ni se creó otra información que no sea la recolectada.

Validez: El instrumento donde se recolecto la información se validó por juicio de expertos, siendo de utilidad en el proceso de su aplicación.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

Los objetivos propuestos en esta investigación fueron tres, con el fin de desarrollar un Plan de Exportación que viabilice la exportación de la Palta Hass para el ámbito objetivo; para tal finalidad se recolecto información a través de entrevistas, dirigidas al gerente o encargado en la empresa y la otra a tres especialistas con conocimientos en la exportación de alimentos agroindustriales.

Objetivo de investigación. Diagnosticar la situación del proceso de exportación de la Palta Hass en la Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.

3.1.1. Resultados de la aplicación de la guía de entrevista al Gerente o encargado en la Empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C.

Tabla 1. Ficha técnica de la entrevista N° 01

Fecha de la entrevista	Viernes 29 de mayo del 2020
Hora de la entrevista	09:00 a.m.
Entrevistador	Bachiller en Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.
Finalidad	Recoger información verídica respecto a la situación del proceso de exportación que desarrolla la empresa en estudio.

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la entrevista.

1. ¿Qué opina usted sobre exportar su producto a nuevos mercados como Singapur? ¿Lo considera factible?

En palabras del entrevistado siempre es importante encontrar nuevos mercados para sus productos, pero también eso depende de la rentabilidad que puedan obtener, muchas veces a pesar de tener un mercado abierto no se utiliza porque en otros mercados se está pagando más. Singapur es tan importante como China o

Tailandia, pero no siempre la fruta está preparada para viajar tanto tiempo y no siempre son los mejores precios.

2. ¿Qué tipo de exportación es la más adecuada para que la empresa comercialice la Palta Hass al mercado de Singapur? ¿Exportación directa o indirecta? ¿Por qué?

Según el entrevistado existe la posibilidad de exportar directamente a los supermercados donde normalmente se tiene el mejor precio, pero no siempre es posible y se tiene que pasar a través de lo que llaman un receptor, es como un mayorista que recibe la fruta la vende al supermercado y ahí se la liquida. Esto es así ya sea para Singapur o cualquier parte del mundo.

3. ¿Qué certificaciones cuenta la empresa? ¿Cuáles serían necesarias para el ingreso al mercado de Singapur?

Según el gerente la empresa tiene las certificaciones más importantes que se necesitan para exportar a todo el mundo, la que más piden es la conocida como BRC, también se necesita tener todas las auditorías sociales referidas a que el trabajo de las personas en la empresa es adecuadamente retribuido y ellas están bien tratadas. Para Singapur se necesitaría además cumplir con las especificaciones técnicas de su departamento de sanidad animal y vegetal. Eso se encuentra en su página web.

4. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa exportando palta desde que se fundó?

Según las palabras del entrevistado ellos llevan cinco años exportando palta.

5. ¿Cómo promocionan su producto en el extranjero?

Según el entrevistado van a todas las ferias importantes que hay en el mundo incluyendo las cinco más reconocidas como:

- Winter & Summer Fancy Food (Estados Unidos).
- Anuga (Alemania). Se celebra cada dos años en Colonia.
- Gulfood (Emiratos Árabes Unidos). Es el evento anual más grande del Medio Oriente.
- Sial (Francia).

- Vinality (Italia).

6. ¿Qué canal o método utiliza para poder contactar con nuevos clientes o potenciales importadores de productos agros en el mercado internacional?

Según el gerente conocen a sus clientes en las ferias y también porque ellos los buscan a través de sus diferentes sitios web.

7. ¿Cuáles son las características del envase, embalaje y paletización que emplean ustedes?

En palabras del entrevistado para la palta emplean cajas plásticas de 10 kilos, o en cajas de cartón de cuatro kilos, 11.3 kilos 17 kilos y puede ir en malla en cajas de 15 kilos

8. ¿Considera que el embalaje que utilizan es el adecuado para exportar el producto?

Según el entrevistado si es el adecuado porque es el embalaje que se utiliza en todo el mundo.

9. ¿Cómo gestionan sus almacenes?

Según el gerente tienen un programa de gestión de almacenes que es un módulo de un software que se llama NISIRA.

10. ¿Qué es lo que usualmente requieren los importadores para comprarle su palta?

Según el gerente todos sus clientes requieren calidad, cumplimiento y buen precio.

Análisis de Resultados: Según las respuestas de la entrevista al gerente en la empresa PROSERLA; dio como resultado que esta empresa cuenta con un proceso de exportación esencial para la palta Hass, pero no visualiza mucho ampliar su comercialización a otros mercados donde podría llegar a satisfacer por motivos de que el producto no llegue a tiempo en condiciones óptimas o la venta no resulte; es por ello que se propone un plan de exportación adecuado para no haya tantas dificultades con el producto y puedan exportar, haciendo nuevos negocios con Singapur.

Objetivo de investigación. Identificar los factores influyentes en la exportación de Palta Hass al mercado de Singapur 2019 – 2021.

3.1.2. Resultados de la aplicación de la guía de entrevista a los especialistas en exportación de productos agro.

Tabla 2. Ficha técnica de la entrevista N°2

Fecha de la entrevista	Jueves 04 de junio del 2020
Hora de la entrevista	06:00 p.m.
Entrevistador	Bachiller en Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.
Finalidad	Recoger información respecto a los componentes influyentes en la exportación de Palta Hass a Singapur.

Fuente: Elaboración propia

ESPECIALISTA 1

1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singapurense? ¿Por qué?

Según el especialista el estudio de mercado es lo primero que debe hacer un empresario para hacer un análisis de las tendencias del consumo en Singapur considerando que es un centro de Negocios del ASEAN Bloc de mucha y vital importancia.

2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Sí o no? ¿Por qué?

Según el entrevistado considera que el sector agro es muy importante porque Singapur al ser un centro de Negocios podría y debe distribuir los productos agrarios del Perú al ASEAN Bloc y el Asia.

3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?

En palabras del entrevistado menciona que la palta es un producto agro que ingresa con arancel 0 a Singapur y otros del ASEAN ya que hoy es considerado un producto de vital importancia por sus nutrientes, además que no solo este mercado, sino que todo el Asia ingresa con arancel 0 como China, Corea del Sur y otros.

4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singapurense?

Según el especialista las barreras arancelarias acorde al acuerdo comercial con Singapur se ingresa con arancel 0 productos agro, en cuanto las barreras no arancelarias se tienen que poner las normas técnicas y toda la documentación que se requiere para su ingreso a ese mercado.

5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?

Según las palabras del entrevistado puede ser certificaciones como Global Gap y otros sellos sostenibles.

6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Sí o No? ¿Por qué?

En palabras del entrevistado menciona que las ferias son vitales porque además de promocionar la palta consigues los contactos y es fundamental los distribuidores.

7. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?

Según las palabras del especialista pueden ser envase, empaque y embalajes que todo esté relacionado con la sostenibilidad.

8. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?

En palabras del especialista el fruto puede promocionarse en los supermercados, en lugares pequeños y siempre enfocándolo como producto inocuo sano.

Además, menciona que los distribuidores deben ser socios, ellos conocen el mercado, los sellos, el idioma, un socio será de mucha ayuda para la comercialización de la palta. Sin embargo, de ser preferible el centro de negocio debe ser con un distribuidor socio de productos agrarios en Singapur.

9. ¿Cuáles son los documentos más relevantes para exportar productos agro a Singapur?

Según el entrevistado los documentos son:

- Certificado de origen.
- Certificado fitosanitario.
- Declaración de mercancía.
- Guía de remisión.
- Packing List
- Factura

Tabla N°3. Ficha técnica de la entrevista N°3

Fecha de la entrevista	Jueves 04 de junio del 2020
Hora de la entrevista	09:20 p.m.
Entrevistador	Bachiller en Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.
Finalidad	Recoger información respecto a los componentes influyentes en la exportación de Palta Hass a Singapur.

Fuente: Elaboración propia

ESPECIALISTA 2

1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singaporense? ¿Por qué?

Según la especialista es muy importante porque permite conocer cuán potencial es el mercado para la palta, cuanto es consumo per cápita, si existen nicho de mercado, precios en los distintos canales, etc.

2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Sí o no? ¿Por qué?

Según la entrevistada cree que hoy en día los mercados buscan productos frescos y naturales. Singapur es un país que importa ese tipo de productos, sin embargo, lo recomendable es hacer una investigación del mercado para conocer mejor sus gustos y que preferencias opta el consumidor.

3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?

Según la entrevistada considera que la calidad y bajo costo de producción son ventajas muy importantes.

4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singaporense?

En palabras de la entrevistada no conoce exactamente las barreras existentes para ese mercado, pero con un estudio de mercado se podrá obtener una adecuada información.

5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?

Según la especialista depende de tipo de producto ya sea convencional u orgánico. Para el caso de Singapur sería Certificado fitosanitario, certificado de origen, COA en caso sea orgánico, global gap, entre otros.

6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Sí o No? ¿Por qué?

Según la entrevistada lo primordial de visitar una feria es hacer contactos con diversos compradores a nivel mundial, hacer conocida la marca del producto y sobre todo lograr despertar el interés por el consumo del producto.

7. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?

En palabras de la entrevistada considera adecuado las cajas de cartón corrugado onda C y bolsas ziplock plástico.

8. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?

Según la entrevistada sería ideal supermercados y también mediante el canal horeca (marketing).

9. ¿Cuáles son los documentos más relevantes para exportar productos agro a Singapur?

Según la especialista considera relevante el documento de embarque (carta porte, b/l, Air will), factura comercial, declaración única de adunas, certificado fitosanitario y certificación de origen.

Tabla 4. Ficha técnica de la entrevista N°4

Fecha de la entrevista	Viernes 12 de junio del 2020
Hora de la entrevista	07:30 p.m.
Entrevistador	Bachiller en Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.
Finalidad	Recoger información respecto a los componentes influyentes en la exportación de Palta Hass a Singapur.

Fuente: Elaboración propia

ESPECIALISTA 3

1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singapurense? ¿Por qué?

Según el entrevistado es muy importante ejecutar un estudio de mercado exhaustivo, sobre todo a mercados poco explorados como SINGAPUR, porque cada país tiene sus propias costumbres, tradiciones, políticas de ingreso de mercancía, barreras arancelarias y tasas de consumo. Es vital conocer todos los aspectos relacionados al país de destino (Singapur) y revisar datos estadísticos del producto a exportar (Palta Hass) a dicho mercado para evaluar el nivel de rentabilidad.

2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Sí o no? ¿Por qué?

Según el especialista si considera a este país es un mercado potencial, debido que Singapur representa el mayor ingreso per cápita del Sudeste Asiático. Este país de Asia, depende absolutamente de la importación de productos alimenticios. Teniendo muchas oportunidades el Perú por la alta capacidad de producción en el sector agroalimentario.

3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?

En palabras del entrevistado menciona que nuestro país está en proceso de ser el primer exportador de palta a nivel mundial, ya que este fruto posee una ventaja que se diferencia de otros países competidores debido a sus certificaciones GLOBAL GAP e ISO 14000.

Además, la producción en diversas zonas del Perú se está desarrollando mejor para que el fruto responda a las imposiciones sobre la calidad y el carácter inofensivo de muchos mercados importadores, en la que lograra adquirir ventas competitivas frente a la oferta de otros países rivales.

Nota. -Se puede tomar como referencia las ventajas de la Palta Hass que el especialista exporto en su zona de trabajo siendo un éxito en el mercado de Corea del sur hace unas semanas.

4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singapurense?

Según el especialista Singapur es un país con escasas barreras arancelarias y comerciales, el cumplimiento de las normas en este país es de carácter voluntario, Sin embargo, toda importación debe contar con un permiso IN expedido por Tradenet previa a su entrada al territorio.

Los bienes que pagan aranceles lo hacen con tarifa Ad Valorem, o tarifas específicas de aranceles estando sometidos al Impuesto de bienes y servicios (GST).

Se debe cumplir con ciertas Licencias de importación para ciertas mercancías.

Medidas sanitarias y fitosanitarias, para conocer su origen nacional e inspección de todos los productos.

Barreras no Arancelarias. - Singapur no impone cuotas a sus importaciones bajo el régimen general de importación. Pero se sabe que la legislación establece la prohibición o el control sobre ciertos productos, tanto para el ingreso y como la salida de mercancías en el país.

Los productos que se prohíbe el ingreso a Singapur son: Armas, productos químicos, productos alimentarios, semillas, publicaciones, etc.

5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?

Según el entrevistado conoce algunos como:

- GLOBAL GAP
- Licencia de Importación registrada en la ACRA

- Registro en la FDC – División de control de alimentos
- Cumplir con las medidas Sanitarias y fitosanitarias aprobadas por la AVA(Autoridad veterinaria y sector Agroalimentario)
- ISO 14000
- HACCP

6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Sí o No? ¿Por qué?

En palabras del entrevistado considera que las ferias internacionales son la mejor ventaja estratégica para exponer tu producto y brindar alcance a clientes potenciales en base a las características y beneficios del mencionado producto. Muchas empresas utilizan este medio como parte de su plan de Marketing, así mismo tienen el fin de relacionarse con las personas involucradas dentro del país de destino (competencia, consumidores, socios, bróker).

7. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?

Según el especialista considera adecuado:

Envase Tipo alvéolo Material: Polipropileno

Este tipo asegurará la protección del fruto durante todo el proceso de exportación, ya que el envase es de material de polipropileno, la cual facilita mucho al producto conservándolo mucho más y cuenta con propiedades resistentes a la entrada de microorganismos.

Embalaje Caja de cartón

Es perfecta para que el tiempo de maduración de fruto se retrase un poco más, incluso el peso de la palta es menor y le brinda una mayor conservación en su compartimiento en lo que se diferencia mucho de otros tipos de embalajes.

Para el ámbito situado en Europa, las cajas son de cuatro y seis kilogramos (Para el mercado de Singapur desconoce sus medidas reales).

Se debe tener consideración que todo envase y empaque deben tener sus Etiquetas y estar en idioma Inglés, por ser idioma comercial y debe tener las indicaciones necesarias y sus certificaciones por ser producto agrícola.

8. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?

Según al criterio del entrevistado se debería ser el siguiente lineamiento:

Facilitación al acceso a tierra con regadío, plántulas certificadas y aseguradas con insumos certificados, asistencia técnica asequible, mano de obra, facilitar el transporte de la finca al empaque, contar con servicio de empaque calificado, tener red de laboratorio fiable para los análisis del producto, contratar un adecuado transporte de la planta a Puerto (transporte que traslade los contenedores), todos los servicios portuarios y las líneas marítimas competitivas.

En el caso de Singapur se debería determinar a fondo si es conveniente ingresar la Palta por línea aérea (Aeropuerto Changi, es de los principales puertos de Asia) o a través de su mayor Puerto de Singapur que tiene una alta capacidad al igual que el puerto de Shanghai – China teniendo en cuenta los precios elevados del Flete.

*También recomienda apoyarse en contar con servicios logísticos de una empresa especializada en la integración de la cadena logística, transporte interoceánico, flete aéreo, almacenamiento y terminales, y expedición de carga en toda tu exportación de la Palta.

9. ¿Cuáles son los documentos más relevantes para exportar productos agro a Singapur?

Según el especialista se necesita:

- Orden de compra internacional.
- Factura comercial
- Lista de empaque, se detalla todo lo referente a la empresa exportadora e importadora, del producto, su Calibre, Briz, n° de pallets y especificaciones requeridos por el cliente antes de su exportación.
- Conocimiento de embarque – *Bill of Lading*, sumamente importante para la liberación de la mercancía en Aduana Local y de Destino.
- Certificado de origen – otorgado por la Cámara de comercio.

- Certificado sanitario y fitosanitario – Otorgado por *SENASA*, además de las certificaciones sumamente relevantes como lo son *GLOBAL GAP Y HACCP* para productos agrícolas.
- Certificados de Expedición de Frio – Cartas de temperatura.
- Póliza de seguro – conocer que Banco operan en Singapur.
- Declaración única de Aduana o como se llama ahora *DAM*.

Análisis de Resultados: Según las respuestas obtenidas de las entrevistas podemos afirmar que existen factores que influyen significativamente en el proceso de exportación de la palta Hass como son la calidad e inocuidad del producto, además concluyen que Singapur es un país que debería aprovecharse al máximo siendo una nueva oportunidad para la empresa, pero sin antes evaluar la rentabilidad del producto.

3.2. Discusión de Resultados

Discusión 1. *Objetivo de investigación. Diagnosticar la situación del proceso de exportación de la Palta Hass en la Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.*

Gracias a los resultados conseguidos del objetivo se pudo diagnosticar que el Gerente de la empresa manifiesta que *PROSERLA* presenta una competitividad regular por la calidad, sostenibilidad y diferenciación de su fruto, pero cabe notar que limita la comercialización del producto agro a nuevos mercados porque dependen si su rentabilidad que puedan obtener sería beneficioso o no, dándole dificultades de riesgo en competencia internacional, siendo así que este plan de exportación contribuiría mucho para no dificultar la exportación del fruto; así como Merino & Najas (2015) en su tesis titulada: “Plan de Exportación del Mango Tommy Atkins para la Empresa “Frutalandia S.A.” al Estado de Los Ángeles California, Estados Unidos de América”; quienes diseñaron un plan de exportación teniendo estrategias claras y buena planificación para contar con la posibilidad de exportar mango a L.A., se encontraron resultados similares a esta investigación y concluyeron con un trabajo favorable porque se encontró demanda por aprovechar en el mercado, pues el producto denota calidad teniendo como objetivo optimizar su forma de vida y

salubridad; asimismo se corrobora con el trabajo de Merino & Najas que esta investigación podrá ser viable de manera que logre introducir el producto agro al mercado Singapurense.

Además de ellos; los investigadores Ligorguro & Sierra (2015) en su tesis titulada: “Diseño de plan de exportación de pulpa y dulce de guayaba producido en la provincia de Tungurahua para el mercado alemán de Núremberg, Alemania”; guardan también resultados semejantes en su trabajo al igual que esta investigación, como no aprovechar totalmente el potencial saludable de la fruta, donde la demanda de este es muy alta para poder ser comercializada a otros mercados, estos investigadores establecieron formas de introducir la guayaba al mercado alemán mediante un plan de exportación y dieron a concluir posible de realizar la oferta exportable lo que favorece mucho a la empresa con quienes trabajaron, obteniendo más reconocimiento en los mercados comerciales.

Discusión 2. *Objetivo de investigación. Identificar los factores influyentes en la exportación de Palta Hass al mercado de Singapur 2019 – 2021.*

Gracias a los resultados conseguidos del objetivo se pudo identificar mediante los especialistas que el fruto es muy favorable por sus nutrientes, además que también la calidad e inocuidad se consideran como ventajas muy importantes y podría ser viable una adecuada comercialización a un mercado nuevo como Singapur ya que cuenta con un TLC con Perú que se debe aprovechar; así como Contreras & Chorres (2019) en su tesis titulada: “Plan de Exportación de Jugo Concentrado de Maracuyá de la Empresa Agroindustrias AIB S.A. para su Comercialización en el Mercado Holandés, 2015”; quienes concluyeron que su estudio es factible por la existencia de demanda por aprovechar de la maracuyá, un producto agro muy nutritivo para los Holandeses, siendo los consumidores altos compradores de productos saludables, además de valorar mucho la calidad de un fruto, y dispuestos a comprar siempre que el precio vaya de acuerdo con la calidad; se puede evidenciar así como el trabajo de Contreras & Chorres que esta investigación también se encontró que Singapur prefieren productos frescos y saludables, lo que ayudaría mucho en su

comercialización. Por lo tanto, este estudio guarda relación con los resultados conseguidos.

Además de ellos; los investigadores Albán & Alencastri (2015) en su tesis titulada: “Plan de exportación de pulpa de pitahaya al mercado de Berlín en Alemania a través de un Comercio Justo”; su proyecto también guarda similitud con esta investigación puesto que tuvieron un resultado muy positivo con la producción de la pitahaya para su respectiva comercialización al mercado alemán, y determinaron estrategias que influyen mucho en su plan de exportación, concluyendo que la fruta es muy requerida por sus cualidades nutritivas para los alemanes y que tiene un fácil acceso sin paga de aranceles por los convenios internacionales con el país destino.

3.3. Aporte Científico (Propuesta)

3.3.1. Introducción

La propuesta que se presenta en esta investigación, se basa en que la empresa agroindustrial PROSERLA S.A.C. pueda llegar a exportar su producto a nuevos mercados como Singapur, sin problema alguno y ampliar más su visión comercial que le generara más ingresos, puesto que este país posee una alta estabilidad económica que permite la compra de productos que les parezcan favorables, encontrándose las tendencias altas por la adquisición de frutas y verduras frescas, conforme con la cultura establecida respecto a mantener un cuerpo sano, tendencia que es adoptada por gente joven como adulta, sosteniendo el consumo de estos productos gracias a su costumbre.

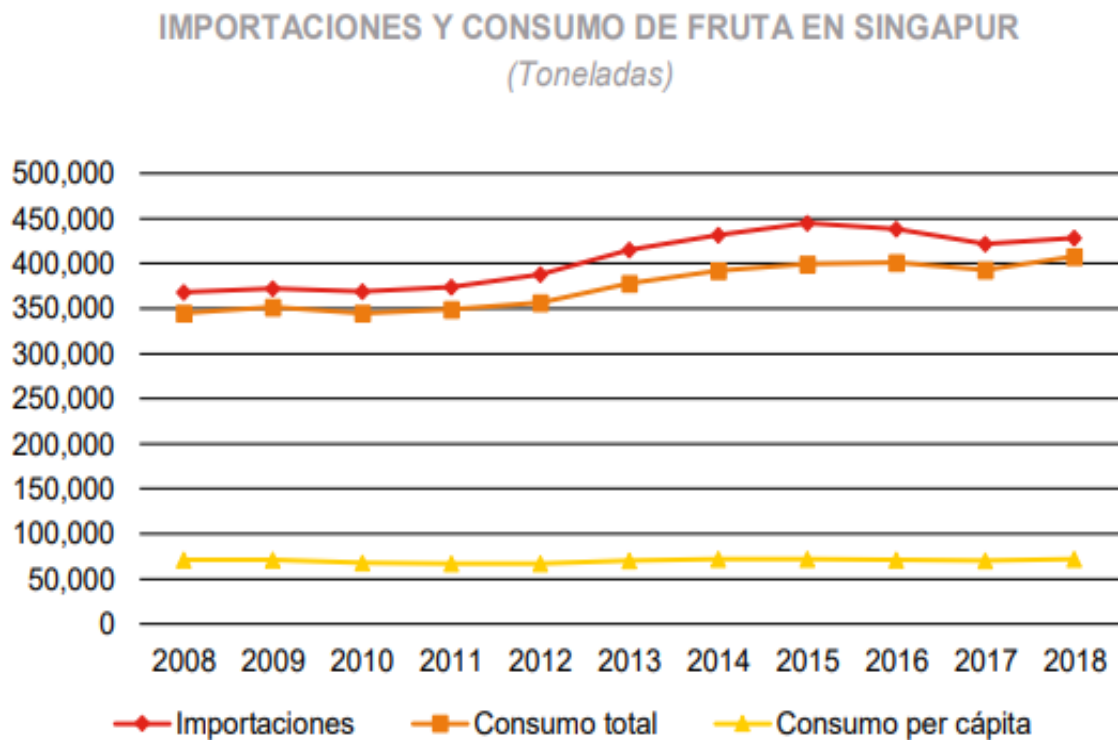
Además de eso, Singapur suscribió el Tratado de Libre Comercio con el Perú el mismo que está vigente desde el 2009, garantizando el ingreso preferencial de las exportaciones, como la medida especial para productos agrícolas, lo cual favorecerá mucho a la empresa; incluso esta oportunidad comercial podría representar una puerta de entrada a otros países que conforman la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, ya que es miembro junto con Filipinas, Malasia, Tailandia, Indonesia, y Brunei, quienes establecen el descarte de barreras arancelarias como para-arancelarias con el propósito de constituir un ámbito de comercialización libre.

Singapur considerado como gran importador de Asia de productos agros, cuenta con niveles altos de consumo de productos alimentarios del sudeste asiático. Su producción local de fruta es del 0%, lo cual importa la totalidad de fruta que se consume en la ciudad-estado, incluso reexporta las frutas a países vecinos de la región, por lo que es mayor la importación a diferencia del consumo total.

Las frutas más importadas de Singapur son manzanas, peras, cítricos, uvas, melocotones, otras frutas de hueso como la palta y melones. Los cítricos, uvas, manzanas y peras sufrieron una disminución en sus importaciones 2015-2018, en cambio el resto de grupo de frutas en la que se incluye la palta han experimentado un aumento de sus importaciones en el mismo período.

Figura 1

Importaciones y Consumo de Fruta en Singapur



Fuente: ICEX (2019).

3.3.2. Descripción del Producto

Palta Hass

La palta también llamada en otros países aguacate o avocado, es fruto tropical que ha llegado a ser una de las más reconocidas a nivel mundial, gracias al sabor agradable que tiene, como también su alto valor nutricional y la diversidad que posee.

Tabla 5. Tabla Nutricional. Valores nutritivos y energéticos

Calorías	161 kcal	Proteínas	1,98 gr
Carbohidratos	7,39 g	Fibra	5 gr
Calcio	11 mg	Hierro	1,02 mg
Vitamina C	7,9 mg	Colesterol	0 mg

Fuente: Frutas Esther (2016).

Existen muchas variedades en la que destaca la palta Hass, siendo la más comercializada en el mundo presentando características de calidad nutritiva como 12-13 vitaminas existentes, en la que se aprovecha mucho en la pulpa, obtenida de una buena vida de post cosecha reduciendo el riesgo y beneficiando mucho a la salud del consumidor.

Tabla 6. Variedades de la Palta

VARIEDADES			
Hass	Fuerte	Ryan	Pinkerton










Fuente: Frutas Esther (2016).

Las ventajas más importantes del fruto peruano es su precio accesible, la disponibilidad de tierras, la temporada de cosecha y su mano de obra, la que va impulsando cada vez al crecimiento de la agricultura de nuestro país, además de ir mejorando en su producción de calidad, lo que podría ser una amenaza creciente para los competidores internacionales del mundo.

Estacionalidad de Palta Peruana

La estacionalidad de palta peruana pone en disponibilidad su producción en grandes cantidades durante los meses de marzo a octubre, poniéndose en ventaja a comparación de sus principales competidores que comercializan el fruto, países que durante los meses mencionados no cuentan con abastecimiento o tienen una producción muy baja.

Figura 2
Estacionalidad del fruto

Varietal / Origen	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
HASS España												
HASS Marruecos												
LISO* España												
HASS México												
HASS Perú												
LISO* Perú												
HASS Chile												
HASS Sudáfrica												
HASS Kenia												

Fuente: Monsalve (2019).

Precio Internacional del fruto en el Sudoeste Asiático

La importación de palta siempre se da en grandes cantidades, gracias al reconocimiento que tiene en el mundo y el bienestar que les genera a los consumidores. La palta peruana en el mercado internacional tiene un precio por kilogramo de USD 2.53, siendo el tercero más pagado a nivel mundial en lo que es accesible para los importadores. Sus principales competidores México y Chile, exportan el fruto a países del sudoeste asiático como Singapur a un precio de USD 3.5, donde este país no tiene problema alguno por el precio siempre y cuando esté acorde con la calidad.

La palta de PROSERLA como se mencionó antes posee una buena calidad e inocuidad gracias a la producción adecuada que la empresa genera, además de

que el precio peruano es más cómodo en lo que influye mucho como oportunidad para ser exportada al país asiático.

3.3.3. Tipo de Exportación

La mejor forma para ingresar la palta Hass de PROSERLA a un nuevo mercado internacional como Singapur sería exportar directamente a una empresa local ya sea un supermercado u otra empresa de alimentos, así se podrá obtener información directa sobre el comercio en el país objetivo que permitirá tomar decisiones futuras sobre invertir más en el mercado, y poder mejorar la imagen y características del fruto para su próxima exportación.

3.3.4. Acceso al Mercado.

1) Partida Arancelaria.

Tabla 7. Capítulo de la partida del producto

Capítulo	Nombre
08.04	Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.

Fuente: SUNAT (2020).

Tabla 8. Partida arancelaria de palta

Producto	Descripción Arancelaria	Partida
Palta Hass	Aguacates (paltas), Frescas o Secas	0804.40.00.00

Fuente: SUNAT (2020).

2) Barreras Arancelarias.

Tabla 9. Barreras arancelarias para el ingreso del fruto al mercado de Singapur

Régimen arancelario	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
Derechos NMF (Aplicados)	0%	0%	0%

Fuente: MAcMap (2020).

Análisis: Se observa en la tabla N°9, las barreras arancelarias para ingresar la palta Hass a Singapur, se tiene un porcentaje del 0%, debido a que Singapur es una economía abierta libre de aranceles, puesto que el 99% de las importaciones de este país no pagan arancel estando libres de derechos sobre una base NMF (Nación Más Favorecida).

Solo los productos sujetos a arancel son el tabaco, licores, motores de vehículo y productos petrolíferos, estos pagan una tasa a la importación GST (Impuesto sobre Bienes y Servicios) aplicadas sobre el valor ad valorem calculada como el 7% del valor CIF para toda mercancía.

3) Barreras no Arancelarias.


La Junta de Normas, Productividad e Innovación es la encargada de la normativa en Singapur, quien además certifica los todos productos que ingresan al país. Dispone de normas específicas algo estrictas, para poder determinar si las importaciones están en buenas condiciones y libres de enfermedades mediante la obligatoriedad de inspecciones, muestreos y pruebas de laboratorio para hacer un análisis en caso sospechoso de ciertas mercancías, verificando si pueden ser adecuadas o no para el consumidor, incluso se hace una inspección a los contenedores en donde ingresaron al país, puesto que estas medidas que se dan para cuidar la seguridad, salud, y medio ambiente del país.

En el caso de productos alimentarios y agrícolas, se necesita un control especial, donde dicho producto no debe contener ningún pesticidas prohibido o residuos de sustancias químicas toxicas, que excedan los niveles prescritos bajo la Regulación Control de Plantas (Control of Plants Rule), y de haber requerido una autorización con anterioridad con la Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria de Singapur (Agri-Food and Veterinary Authority of Singapore – AVA) pero fue disuelta en el 2019, y tuvieron que transferir funciones a otras juntas creadas por ley, en este caso todas las funciones relacionadas con los alimentos pasaron a la Agencia de Alimentos de Singapur (Singapore Food Agency – SFA) que legaliza la seguridad alimentaria antes su llegada al país; en caso de no requerir la autorización con la SFA, si la mercancía llegue a presentarse será cometido como un delito. La SFA no solo hace el control de alimentos, también puede facilitar al sector del comercio agroalimentario y entre otros en condiciones de estabilidad, seguridad y salubridad.

Pero antes de todo lo mencionado, para realizar la exportación, el comprador debe tener una licencia de importación previa a la exportación del vendedor, para que la mercancía pueda tener el acceso de entrada al territorio nacional del país, la licencia debe contar con detalle de todo sobre la mercancía. En el caso del importador no cuente con una licencia debe registrarse en la Autoridad Regulatoria de Contabilidad y Empresas -ACRA y poder así recibir la mercancía.

4) Certificaciones

Tabla 10. Principales certificaciones solicitadas en Singapur y otras adecuadas para la exportación de la palta Hass

Logo	Nombre	Descripción
	<p>ISO 9001 - Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC)</p>	<p>Certificación que permite administrar elementos de disposición y optimizan los productos de una empresa.</p>



ISO 14001 - Sistemas de Gestión Ambiental (SGA)

Certificación que evidencia responsabilidad de la empresa en proteger al entorno natural mediante la gestión de riesgos medioambientales.



ISO 22000 - Sistemas de Gestión de Seguridad

Certificación que delimita los requerimientos que garanticen su perfecto estado ante la llegada del consumidor.



El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP)

Certificación que determina y evalúa las amenazas relevantes de la inocuidad del alimento.



GLOBAL G.A.P

Certificación que asegura la producción agropecuaria, además cumple con las condiciones del consumidor, todo referente a la inocuidad del alimento.



**IV.
V.
VI.
Buenas Prácticas de Manufactura (Business Process Management - BPM)**

Certificación que permite la producción de alimentos estableciendo condiciones y requisitos asegurando su higiene y forma de manipulación.



Certificado de análisis y autenticidad (COA)

Certificación que indica resultados de autenticidad mediante análisis y pruebas específicas aplicadas a productos agroalimentarios distribuidos.

Fuente: SIICEX (2015)/ ICEX España (2020).

Análisis: Estas certificaciones dan facilidad de acceso al mercado objetivo, demostrando un enfoque proactivo en la seguridad del producto, además de contar con ventajas que minimizan los riesgos en la cadena alimentaria, y así para obtener una mayor confianza por parte de los consumidores que hará incrementar la competitividad en el mercado.

5) Ferias internacionales.

Las ferias más importantes en Singapur:

❖ Food and Hotel Asia (FHA)

Feria internacional realizada cada dos años, en la que se exhibe bebidas, alimentos y otros productos que se comercializan en supermercados.

❖ Food Asia

Feria internacional realizada cada dos años, en la que se exhibe productos frescos productos congelados, bebidas, entre otros.

Próximas ferias internacionales en el 2021:

• World Food Fair (Próxima feria 09-12 septiembre)

Singapore Expo, Singapur (Singapur)

- Feria Mundial de Alimentos atrae a fabricantes, distribuidores y proveedores de alimentos y bebidas de carne, aves y mariscos, comestibles y lácteos, frutas y verduras, panadería y confitería, galletas, pan y pasteles, productos orgánicos.

- **Vitafoods Asia** (Próxima feria 22-23 septiembre)
Marina Bay Sands, Singapur (Singapur)
 - Feria donde se exhibirá ingredientes y materias primas nutracéuticos.

- **Meat & Poultry Asia** (Próxima feria 28-30 septiembre)
Suntec Singapore, Singapur (Singapur)
 - Feria dirigida a proveedores de carne y aves de corral y fabricantes de alimentos en la región de Asia-Pacífico.

- **Speciality & Fine Food Asia** (Próxima feria 28-30 septiembre)
Suntec Singapore, Singapur (Singapur)
 - Feria internacional comercial líder en Singapur de comida y bebida artesanal, gourmet y de calidad.

- **Asia Fruit Logística** (Próxima feria 28-30 septiembre)
Singapore Expo, 1 Expo Drive, Singapur (Singapur)
 - Feria Internacional de marketing de frutas y hortalizas.

3.3.5 Distribución Física Internacional (DFI)

1) Envase

El envase recomendado deberá ser de tipo alvéolo que asegurara la protección del fruto durante todo el proceso de exportación, ya que el envase es de material de polipropileno, la cual facilita mucho al producto conservándolo mucho más y le proporciona una protección sanitaria; además debe contar con su respectivo etiquetado con función de identificar al producto.

Figura 3

Envase referencial



Fuente: EjidoZone (2018).

Figura 4

Etiquetado referencial



Fuente: OrbeEx(2019).

2) Empaque

El empaque deberá ser en caja de cartón para que el tiempo de maduración de la palta sea retrasada y el peso sea más ligero a comparación de otros empaques. Para el mercado Singaporense se estima que las cajas pueden ser de 4 o 6 kgs.

- **Etiquetado**

El empaque tiene que tener la etiqueta en idioma inglés y sus certificaciones por ser producto agro, siendo la designación apropiada del contenido del alimento; además debe contener la descripción específica como el peso neto o conservantes que contenga; la denominación y el domicilio del exportador; el país natal; dimensiones del empaque; la fecha de exportación; incluso debe contar con la data en que se enfrascó el producto y el momento en que caduca, señalando para ello la necesidad de refrigeración para conservar sus propiedades.

El empaque también debe incluir ilustraciones describiendo exactamente la naturaleza o el origen verdadero del alimento.

Como restricción, se prohíbe especificar en la etiqueta que el fruto posee propiedades curativas, o frases que den a entender que mejora la condición física y la salud del consumidor.

Figura 5

Empaque referencial



Fuente: OrbeEx(2019).

3) Embalaje

Se debe hacer un apilamiento con las cajas de cartón, utilizado como refuerzo estructural, preferiblemente sobre pallet, junto con esquineros, zunchos de plástico y grapas que ayudaran a que las cajas de palta estén aseguradas sobre el pallet, siendo embaladas evitando así posibles daños de la mercancía y poder estar lista para su almacenamiento previo a su exportación.

Figura 6

Embalaje referencial del fruto



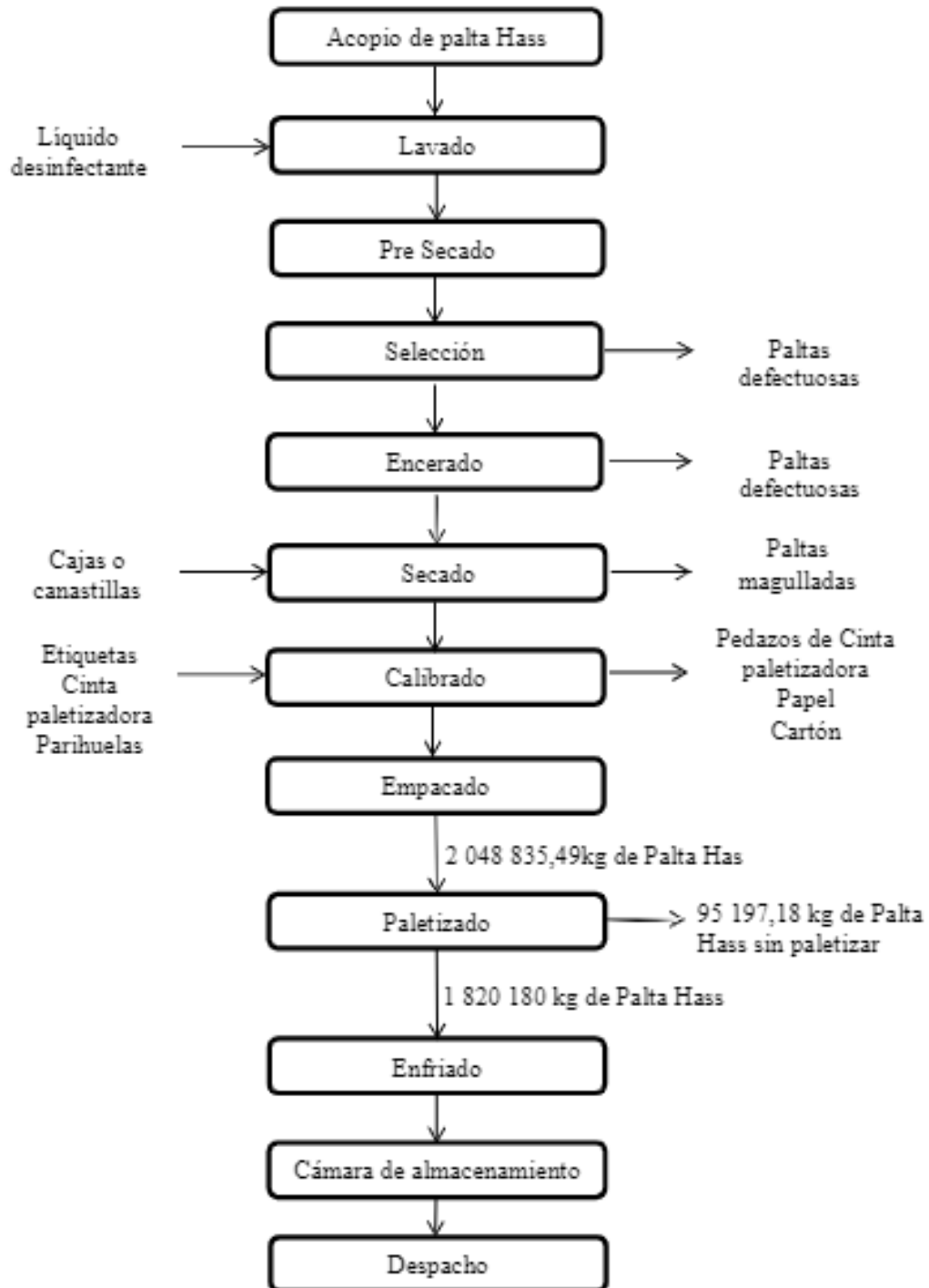
Fuente: OrbeEx(2019).

4) Almacén

La empresa cuenta con un software muy eficiente llamado NISIRA que es el que se ocupa de gestionar la palta en sus almacenes, como también otros procesos antes de llegar a ello, como la producción y el seguimiento del fruto, que sería desde su cultivación hasta que la entrega a su último consumidor, siendo el caso de Singapur. Además, este software incluye control de rendimiento, registro-control de pallets, y packing list. Para estas operaciones se cuenta con aplicativos móviles, lectura en línea con cámaras Smart, la facturación y control de la exportación.

Figura 7

Proceso de Producción de la Palta antes de llegar al almacén



Fuente: JAYANCA FRUITS S.A.C.

5) Canales de distribución.

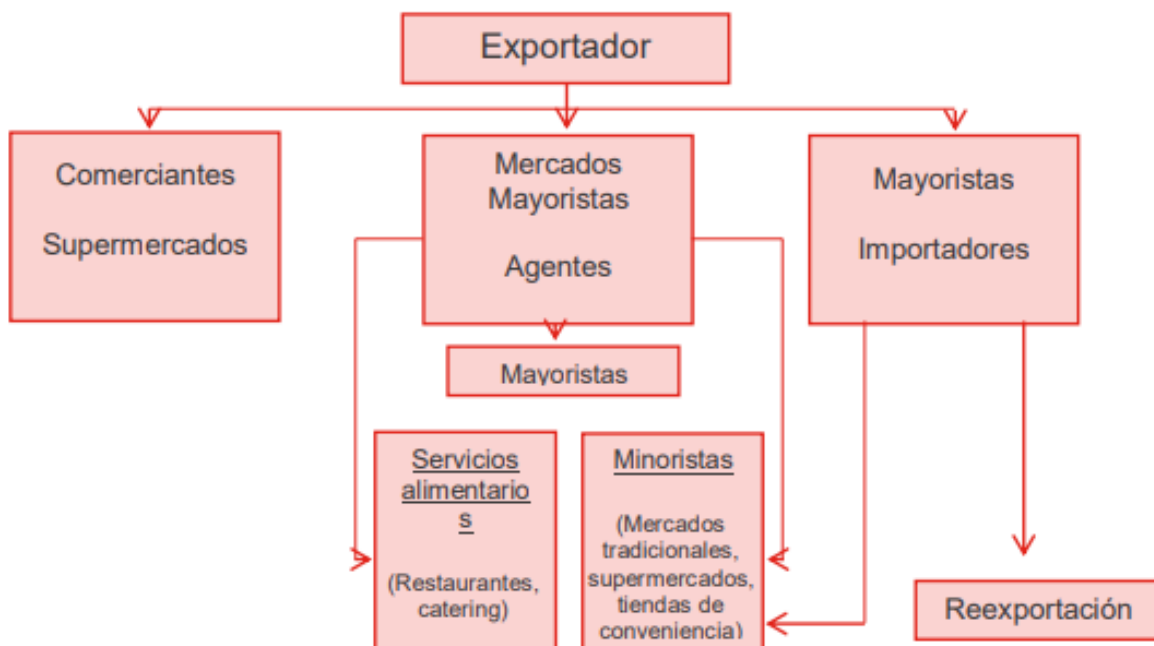
Todas las importaciones de productos alimentarios que son frutas y verduras frescas se almacenan en dos centros mayoristas que son Pasir Pajang y Pandan Loop, quienes son encargados de distribuir a sus importadores locales o distribuidores que las comercializan a otros mayoristas y minoristas como son las cadenas de supermercados, incluso redistribuyen las importaciones a países vecinos de la región donde se tiene mayor acogida. En estos últimos años, los supermercados han demostrado un creciente interés por comprar directamente a los exportadores extranjeros. Muchas cadenas de distribución cuentan con un intermediario o importador que provee la mercancía y las vende.

En Singapur los centros minoristas más conocidos para la comercializar frutas y otros productos alimentarios son cadenas de supermercados del grupo DAIRY FARM, en los que se engloba las marcas de supermercados (COLD STORAGE, y MARKETPLACE), e hipermercados (GIANT); la cadena NTUC FAIRPRICE (con diferentes tipologías de supermercados), SHENG SIONG, MUSTAFA y PRIME SUPERMARKET, donde podría haber oportunidades de negocios para la empresa Agroindustrial PROSERLA.

La empresa exportadora tendrá a escoger entre varios importadores o distribuidores especializados que trabajan en supermercados, como también tiendas especializadas en productos gourmet, restaurantes, hoteles, incluso empresas que abastecen buques.

Figura 8

Distribución de frutas y verduras frescas en Singapur



Fuente: ICEX (2019).

6) Documentos de exportación.

Para exportar mercancías alimentarias como la palta Hass, los documentos requeridos por la Aduana de Singapur son:

- **Permiso de Exportación (para mercancías no sujetas a arancel).** Para ello el importador debe contar con el permiso o en todo caso solicitar una emisión a la Autoridad Regulatoria de Contabilidad y Empresas (Accounting and Corporate Regulatory Authority - ACRA) para obtener un número de registro de compañías, que es el Número de Entidad Único (Unique Entity Number - UEN), que es a través de un sistema electrónico del Departamento de Aduanas de Singapur llamado Trade Net que se aprobara en medio día, también debe registrarse ante la Agencia de Alimentos de Singapur (Singapore Food Agency - SFA), dándole así el derecho formal de exportar la mercancía y poder ingresar al país Singapurense.

- **Factura comercial (Commercial Invoice).** Emitida por el exportador. Donde establece condiciones de venta y especificaciones de la mercancía, sirve también como comprobante de venta, en la que requiere para la exportación desde su proveniencia y para la importación al país destino. Se requieren tres copias, se debe revisar con el importador al respecto.
- **Lista de empaque.** Facilitará el procedimiento aduanero, donde se detallará todo sobre la empresa exportadora, del producto, su calibre, Briz, n° de pallets y especificaciones solicitadas por el cliente antes de su exportación.
- **Conocimiento de embarque o Manifiesto de Carga.** Es emitida por naviero, este documento se utiliza en el transporte marítimo, acreditando la carga a bordo de las mercancías a transportar, en condiciones de consignación.
- **Certificado de origen.** Emitida por la Cámara de Comercio u otra entidad encargada por el MINCETUR, este documento tiene la función de determinar el país de fabricación de la mercancía, además debe estar tramitada en inglés, siendo válido por 12 meses desde que se emitió.
- **Certificado fitosanitario.** Emitida por SENASA, este documento certifica que los productos vegetales han sido inspeccionados apropiadamente, considerándose sin plaga alguna u otro problema que perjudique al fruto.
- **Certificado de Lugar de Producción.** Emitida por SENASA, para obtener el documento se debe hacer una revisión al campo de cultivo por especialistas en sanidad agraria, teniendo ya el certificado este permitirá movilizar los productos a una planta empacadora y posteriormente a los diferentes mercados internacionales.

- **Certificado de Inspección.** Lo brinda SENASA, este documento certifica que la mercancía está en condiciones óptimas antes de que se haga el embarque, siendo conforme con el pedido original.

- **Declaración Aduanera de Mercancías (DAM).** Debe elaborarla el despachante autorizado de Aduana o el importador. Este documento manifiesta la mercancía y también indica a que régimen aduanero debe ser aplicado.

7) Transporte internacional.

El transporte internacional ideal sería por vía marítima, siendo la más económica para las exportaciones de productos agro a diferencia de la aérea; se estima en vía marítima un tiempo aproximado desde su salida de 30 días calendario; la mercancía ira en un container reefer de 40 pies, para mantener al producto en buenas condiciones en el transcurso que hace el viaje, en la que se tiene dos posibles rutas en la línea naviera recomendada EVERGREEN para esta exportación, una sería la ruta Asiática (Callao-China-Singapur), pasando por el puerto de Shanghai en China, puesto que la empresa agroindustrial tiene a uno de sus mercados establecido y va dejando mercadería, y la otra podría ser la otra ruta Asia-Sudáfrica(Callao-Manzanillo-Hong Kong-Singapur-Durban), para luego llegar finalmente al Puerto de Singapur en uno de sus terminales que es Pasir Panjang.

Pasir Panjang cuenta con una capacidad para recibir cualquier tipo de embarque de contenedores, operando ininterrumpidamente, manejando operaciones las 24 horas del día, en todo el año, además es reconocido en la industria de operaciones y gestión portuaria, siendo el mejor terminal de contenedores de Asia.

Figura 9
Líneas Navieras



Fuente: SIICEX - Rutas Marítimas(2020).

Figura 10
Mapa de una de las Rutas Marítimas

Líneas Navieras: Callao - Singapur		Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Puerto de origen: Callao (Perú)		EVERGREEN	GREENANDES	TPP	30	SEMANAL
Puerto de destino: Singapur (Singapur)		CMA CGM	CMA CGM PERU SAC	UNIMAR	44	SEMANAL
Tarifa promedio de flete por contenedor 20 pies: \$ 1416.667 40 pies: \$ 1783.333 40 pies refrigerado: \$ 4883.333		MSC	MSC PERU	LICSA	39	SEMANAL
Mercadería Consolidada Tm/m ³ \$ 53		MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	45	SEMANAL
		K-line	K-line	Imupesa	35	SEMANAL
		NYK	TRANSMERIDIAM	CONTRANS	39	SEMANAL

Fuente: SIICEX - Rutas Marítima(2020).

Figura 11

Puerto de Singapur Parte 1



Fuente: Wikipedia(2020).

Figura 12

Puerto de Singapur Parte 2



Fuente: Wikipedia(2020).

Objetivo de investigación. Diseñar un plan de exportación de la Palta Hass al mercado de Singapur para la Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.

3.3.6. Resultados del diseño de plan de exportación de Palta Hass al mercado de Singapur.

Análisis de Resultados: Como resultado se advirtió la manera de ingresar al país de Singapur y se estudió el producto en ese mercado como su rentabilidad, su precio internacional comparativo con otros competidores, el acceso al mercado Singapurense, las barreras arancelarias y no arancelarias que tiene el país, certificaciones necesarias que debería tener la empresa, ferias internacionales en las que podrían asistir para captar nuevos clientes, adecuados envases y embalajes para comercializar, canales de distribución recomendables que pueden optar, documentos necesarios para ingresar al país, y qué transporte más efectivo podría utilizar la empresa. Todo este plan de exportación con información relevante y fundamental de dicho país servirá para que en un futuro la empresa PROSERLA S.A.C. desee realizar su primer negocio exportador con el país asiático, contribuyendo así un poco más a la empresa a expandirse internacionalmente, a generar muchos beneficios en el sector agro peruano y a reforzar más el Tratado (TLC) que tenemos entre países.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- Las exportaciones peruanas de Palta Hass a diferentes mercados han evidenciado una progresión exponencial a lo largo de estos últimos años, obteniendo un mayor reconocimiento del fruto peruano en el comercio internacional.
- El potencial exportador de la empresa PROSERLA es idóneo para el requerimiento de bienes o servicios por cubrir en el mercado singapurense, toda vez que, cuenta con productividad potencial, experiencia en exportación y con sistema que gestiona todos los procesos para poder comercializar el fruto.
- Existe demanda de este producto a nivel internacional gracias a sus beneficios que le otorga su valor nutricional, como las vitaminas que contiene y su diversidad; así como, el precio peruano que lo convierte en accesible por ser más bajo en comparación con el de sus competidores, otorgándole buena calidad al producto lo cual es una notable característica que busca el consumidor singapurense.
- El Tratado de Libre Comercio suscrito entre Perú con Singapur, es muy conveniente puesto que nos da preferencia de ingreso de exportaciones con un impuesto libre de arancel, siendo este de valor 0.
- En lo que respecta a la viabilidad de este plan de exportación, se precisa que, genera oportunidad para las exportaciones alimentarias al sudeste asiático, gracias a las tendencias por el consumo de productos saludables que su población opta. En último término, esta oportunidad de exportación, debe de contar con todos los requisitos establecidos por el país.

4.2. Recomendaciones

- Dar conocimiento a la empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. sobre el potencial que puede llegar a tener la Palta Hass en nuevos territorios extranjeros como es el país de Singapur, en lo que debe considerar la implementación de este plan de exportación donde menciona certificaciones necesarias solicitadas y otros documentos importantes para el ingreso del país, desarrollando así la exportación al mercado no atendido mencionado anteriormente. Y poder entablar contacto con posibles compradores potenciales, para ganar un reconocimiento de la empresa en este nuevo mercado.

REFERENCIAS

Albán, P., & Alencastri, D. (2015). *Plan de exportación de pulpa de pitahaya al mercado de Berlín en Alemania a través de un Comercio Justo*. Universidad Politécnica Salesiana. Sede Guayaquil, Ecuador.

Asociación de Exportadores (ADEX, 2019). Adex: exportaciones de palta peruana siguen creciendo y ahora lideran sector agroindustrial. Noticia de Gestión. (10 enero 2019). Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/adex-exportaciones-palta-peruana-siguen-creciendo-lideran-sector-agroindustrial-255368>

Asociación de Exportadores (ADEX, 2019). Exportaciones de aguacate Hass peruano crecieron un 23% a noviembre de 2018. Noticia de Portal Frutícola. (9 enero 2019). Recuperado de: <https://www.portalfruticola.com/noticias/2019/01/09/exportaciones-de-aguacate-hass-peruano-crecieron-un-22-7-a-noviembre-de-2018/>

Asociación de Exportadores (ADEX, 2019). Exportaciones de alimentos a Singapur, Tailandia e Indonesia crecen 7.3%. Noticia de Andina. (20 enero 2019). Recuperado de: <https://www.andina.pe/agencia/noticia-exportaciones-alimentos-a-singapur-tailandia-e-indonesia-crecen-73-739810.aspx>

Asociación de Exportadores (ADEX, 2015). Estas son las situaciones que pueden generar problemas de exportación en su empresa. Noticia de Diario Correo. (17 noviembre 2015). Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/peru/estas-son-las-situaciones-que-pueden-generar-problemas-de-exportacion-en-su-empresa-633398/>

Asociación de Productores de Palta Hass del Perú (ProHass, 2019). Exportación de palta peruana será similar a la del año pasado. Noticia de Gestión. (14 febrero 2019). Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/exportacion-palta-peruana-sera-similar-ano-pasado-258697>

Cabello, M. (2014). *Las aduanas y el comercio internacional*. Madrid: ESIC Editores.

Callapiña, B. (2018). Propuesta de Plan de Negocio para la Producción y Exportación de Palta Deshidratada al Mercado de Países Bajos 2017. Universidad Católica de Santa María. Arequipa, Perú.

Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2019). Exportación de palta peruana logró cifra récord de casi US\$800 millones en 2018. Noticia de El Comercio. (5 marzo 2019). Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/exportacion-palta-peruana-logro-cifra-record-us-800-millones-2018-noticia-nndc-613825>

Camposol (2018). Exportaciones de palta peruana a China se triplicarían esta temporada. Noticia de Gestión. (29 octubre 2018). Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/camposol-exportaciones-palta-peruana-china-triplicarian-temporada-248454>

Cardoso, D., & Vásquez, R. (2015). Estudio de Factibilidad para la Creación de un Bróker Asociativo para la Exportación de la fruta exótica denominada “Pitahaya”, a Singapur, con sede en la ciudad de Quito. Universidad Politécnica Salesiana. Sede Quito, Ecuador.

Casilda, A. (13 de mayo de 2015). Internacionalización: Singapur, el mercado en el que es más fácil hacer negocios. Diario Expansión. Recuperado de: <https://www.expansion.com/pymes/2015/05/13/55537e4ce2704e22048b4574.html>

Chirinos, G. (26 de junio de 2018). Singapur: Sectores de Oportunidad para la Exportación Española. Recuperado de: <https://www.cargoflores.com/en/singapur-oportunidad-exportacion-espanola/>

Chozo, J., & Fernández, D. (2018). Plan de Exportación de Uva Red Globe en la Empresa Agrícola San Juan S.A. para el Ingreso al Mercado de Alemania, en el Período 2016 – 2019. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.

Comité de Comercio Exterior - Cámara de Comercio de Lima (COMEX - CCL, s.f.). Singapur. Recuperado de: <http://www.x.com.pe/lib160/singapur.htm>

Contreras, K., & Chorres, G. (2019). Plan de Exportación de Jugo Concentrado de Maracuyá de la Empresa Agroindustrias AIB S.A. para su Comercialización en el Mercado Holandés, 2015. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.

Coy et al. (2014). Negocios Internacionales Fundamentos y Estrategias (2da ed.). Barranquilla: ECOE Ediciones.

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Cusco (Director Cusco, 2007). Plan de Desarrollo del Mercado de Malasia, Singapur y Tailandia (ASEAN 1) – POM ASEAN 1. Recuperado de: http://dirceturcusco.gob.pe/wp-content/uploads/2018/08/POM_ASEAN-SING-TAI.pdf

Díaz, O. (2016). El presente y el futuro de la palta hass en el mundo. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/CametTrading/2-el-presente-y-el-futuro-de-la-palta-hass-en-el-mundo>

EjidoZone (2018). Alveolos Celulosa. Recuperado de: http://ejidozone.com/alveolos_celulosa.html

Events Eye (2021). Directorio de ferias, conferencias y ferias comerciales en todo el mundo. Recuperado de: https://www.eventseye.com/ferias/ct3_ferias_singapur_agricultura-agroalimentaria.html

Feriasinfo (2020). Ferias en Singapur. Recuperado de: <https://www.feriasinfo.es/Singapur-X526-S5-Ferias-Singapur.html>

Fresh Fruit - Expertos en inteligencia comercial (2020). Palta, luces y sombras. Recuperado de: <https://www.freshfruit.pe/2020/02/16/palta-luces-y-sombras/>

FrutasEsther (2016). Recuperado de: <https://frutasdehueso.com/productos/gourmet/productos-exoticos/aguacate/>

González, I., & Martínez, A. (2014). Gestión del comercio exterior de la empresa. Manual teórico y práctico. Madrid: ESIC Editores.

Gonzáles, K., & Vargas, J. (2016). Plan De Negocios para la Exportación de Palta Hass para el Mercado de Canadá de la Asociación de Productores Augusta López Arenas de Pitipo – Ferreñafe 2016. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.

González, Rodríguez, & Tutila (2016). Plan de Exportación de Nuez de Marañón hacia Canadá. Universidad de El Salvador. San Salvador, El Salvador.

Grupo Puerto de Cartagena (2020). El hub de transbordo más grande del mundo. Recuperado de: <https://www.puertocartagena.com/es/contexto/el-hub-de-transbordo-mas-grande-del-mundo>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación (Sexta ed.). México D.F.: Mc Graw Hill. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Huarcaya, S. (2016). Plan de negocio para la exportación de palta fresca (Persea Americana Millar) con destino a EE.UU en la Empresa Food Export Norte S.A.C 2016. Universidad César Vallejo. Chiclayo, Perú.

Instituto de Comercio Exterior de España (ICEX, 2020). Singapur: Régimen Arancelario y Reglamentación. Recuperado de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=SG>

Instituto de Comercio Exterior de España (ICEX, 2019). El mercado de la fruta en Singapur. Recuperado de: https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde5/odi4/~edisp/doc2019828108.pdf?utm_source=RSS&utm_medium=ICEX.es&utm_content=29-07-2019&utm_campaign=Estudio%20de%20mercado.%20El%20mercado%20de%20la%20fruta%20en%20Singapur%202019

Instituto de Comercio Exterior de España (ICEX, 2013). Guía País: Singapur.

Recuperado de: <http://www.upv.es/contenidos/ORI/info/U0720115.pdf>

Lerma, A. (2011). Desarrollo de nuevos productos, una visión integral (4ta ed.). Madrid: Cengage Learning.

Lerma, A., & Márquez, E. (2015). Comercio y Marketing internacional (4ta ed.). Madrid: Cengage Learning.

Ligorguro, J., & Sierra, K. (2015). Diseño de plan de exportación de pulpa y dulce de guayaba producido en la provincia de Tungurahua para el mercado alemán de Núremberg, Alemania. Universidad Politécnica Salesiana. Sede Guayaquil, Ecuador.

Lucas, E., & Meneses, M. (2015). Desarrollo de un Plan de Exportación de Harina de Arroz Orgánico a Francia. Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.

López, D., & Ruiz, J. (2016). Propuesta de un Plan de Exportación a las Asociaciones Productoras de Palta Hass del Distrito de Motupe – Lambayeque hacia el Mercado de Amsterdam - Holanda 2015- 2016. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.

Market Access Map (MAcMap, 2020). Condiciones de acceso al mercado. Recuperado de:

<https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=702&partner=604&product=080440&level=6>

Mego, J., & Taboada, L. (2015). Plan de Exportación de Panela Pulverizada Orgánica para la Asociación de Productores Agropecuarios La Shita en el distrito de Salas para el Mercado Canadiense - Quebec 2013. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo, Perú.

Merino, S., & Najas, M. (2015). Plan de Exportación del Mango Tommy Atkins para la Empresa “Frutalandia S.A.” al Estado de Los Ángeles California, Estados Unidos de América. Universidad Politécnica Salesiana. Sede Guayaquil, Ecuador.

Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI, 2019). La Situación del Mercado Internacional de la Palta. Recuperado de: [file:///D:/usuario/Downloads/situacion-mercado-intern-palta_110219%20\(4\).pdf](file:///D:/usuario/Downloads/situacion-mercado-intern-palta_110219%20(4).pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2019). Estudio de Aprovechamiento del TLC Perú – Singapur 10º Año de Vigencia del TLC. Recuperado de: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/singapur/docs/Aprovechamiento_Peru_Singapur_10periodo.pdf

Monsalve, A. (2019). Plan de Negocios para la Exportación de Palta Hass, al Mercado de Francia, en la Asociación de Productores Augusta López Arena-Ferreñafe, 2017 – 2022. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.

Morales, Y., & Saavedra, C. (2016). Propuesta de un Plan de Exportación para el Aprovechamiento de las Oportunidades Comerciales del Jugo de Limón de la Empresa Procesadora Frutícola S.A. hacia el Mercado de Estados Unidos 2016 – 2018. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.

Máster en Comercio y Finanzas Internacionales (2009). Singapur > Normas de Comercio Exterior y Regulación de Inversiones. Recuperado de: <https://www.comercioexterior.ub.edu/fpais/singapur/normas.htm>

Neventum Ferias (2020). Ferias. Recuperado de: <https://www.neventum.es/ferias/speciality-fine-food-asia>

NFerias (2020). Ferias en Singapur. Recuperado de: <https://www.nferias.com/republica-de-singapur/>

OrbeEx (2019). Recuperado de: <https://orbeex.com/es/aguacate-choquette-o-pollock.html>

Ormazábal, F. (2011). Ventajas y desventajas de la palta Hass peruana. Noticia de El

Mercurio. (05 Diciembre 2011). Recuperado de:
<https://www.elmercurio.com/Campo/Noticias/Noticias/2011/12/05/Ventajas-y-desventajas-de-la-palta-Hass-peruana.aspx?disp=1>

Pertz, G. (s.f.). Programas pre requisitos para la inocuidad de los alimentos en la industria de alimentos. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos91/programas-pre-requisitos-inocuidad-alimentos/programas-pre-requisitos-inocuidad-alimentos.shtml>

ProChile (2006). Perfil de Mercado: Palta - Holanda. Disponible en: www.prochile.cl/doc2.php?file=la_haya_paltas_2006.pdf.

Pro Ecuador (2013). Guía Comercial de Singapur 2013. Recuperado de:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9D5C109140B264A805257C0C0077B8CA/\\$FILE/PROEC_GC2013_SINGAPUR.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9D5C109140B264A805257C0C0077B8CA/$FILE/PROEC_GC2013_SINGAPUR.pdf)

Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER, 2009). Dirección de Inteligencia Comercial. Recuperado de:
<http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Singapur%20Ver%20Final%202009.pdf>

Sainz, J. (2015). Plan de internacionalización de la pyme en la práctica. Madrid: ESIC Editores.

SIICEX – Rutas Marítimas (2020). Recuperado de:
<http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/empresa?pruta=45>

Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2015). En su Folleto: México es el primer exportador de Palta.

Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2015). Guía de Mercado Servicios Singapur. Recuperado de:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/262410004radABE72.pdf>

Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2015). Recuperado de:
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=393.38700
134

Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2014). Programa de Ferias Internacionales. Recuperado de:
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/rutaexportadora/21-Programa-de-FeriasInternacionales.pdf>

Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2009). Guía de Acondicionamiento y Embalaje. Recuperado de:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2016). Estadísticas: Incrementan las importaciones de Palta en el mundo. Recuperado de:
<http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/TradeMap>.

TradeMap. (2016). Estadísticas: Incrementan las importaciones de Palta en el mundo.

Velasco, J. (2019). Plan de Exportación de Filete de Trucha Arcoíris hacia el Mercado Estadounidense. Universidad Nacional de Piura. Piura, Perú.

Velazquez Velazquez, E. (2012). Canales de Distribución y Logística. México: Red Tercer Milenio S.C.

WordPress (s.f.). Exportación de Palta Hass - del Perú para El Mundo-Palta De Calidad. Recuperado de: <https://dayanis199393.wordpress.com/tag/beneficios-de-la-palta-hass>

ANEXOS

1. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS POR JUICIO DE EXPERTOS

Figura N°13. Validación por el Mg. Jean Michell Carrión Mezones.

CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombres y Apellidos del Juez	JEAN MICHELL CARRIÒN MEZONES
2	Profesión	COMERCIAD Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
3	Mayor Grado Académico obtenido	MAESTRÍA EN FINANZAS CORPORATIVAS
4	Experiencia Profesional (en años)	6 AÑOS
5	Institución donde labora	USS
6	Cargo	DOCENTE
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PALTA HASS AL MERCADO DE SINGAPUR PARA LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021		
Autor:	Cumpa Vieyra, Daniel Abraham	
Asesor:	Mg. Martel Acosta, Rafael	
Instrumento evaluado	Guía de Entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación Plan de Exportación para Palta Hass al Mercado de Singapur para la Empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.	
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Estas entrevistas serán aplicadas al Gerente o encargado en la empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. y a los especialistas en exportación de productos agro. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias.		

PLAN DE EXPORTACIÓN		
Preguntas para el Gerente o encargado		
1. ¿Qué opina usted sobre exportar su producto a nuevos mercados como Singapur? ¿Lo considera factible?	A (X)	D ()
	Sugerencias.....	
2. ¿Qué tipo de exportación es la más adecuada para que la empresa comercialice la Palta Hass al mercado de Singapur? ¿Exportación directa o indirecta? ¿Por qué?	A (X)	D ()
	Sugerencias.....	
3. ¿Qué certificaciones cuenta la empresa? ¿Cuáles serían necesarias para el ingreso al mercado de Singapur?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	
4. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa exportando palta desde que se fundó?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	
5. ¿Cómo promocionan su producto en el extranjero?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	

6. ¿Qué canal o método utiliza para poder contactar con nuevos clientes o potenciales importadores de productos agros en el mercado internacional?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
7. ¿Cuáles son las características del envase, embalaje y paletización que emplean ustedes?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
8. ¿Considera que el embalaje que utilizan es el adecuado para exportar el producto?	A(X) D ()
Sugerencias.....	
9. ¿Cómo gestionan sus almacenes?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
10. ¿Qué es lo que usualmente requieren los importadores para comprarle su palta?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
Preguntas para los Especialistas	
1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singapurense? ¿Por qué?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Sí o no? ¿Por qué?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?	A(X) D ()
Sugerencias.....	
4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singapurense?	A(X) D ()
Sugerencias.....	
5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?	A(X) D ()
Sugerencias.....	
6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Sí o No? ¿Por qué?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
7. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?	A (X) D ()
Sugerencias.....	
8. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?	A(X) D ()
Sugerencias.....	
9. ¿Cuáles son los documentos más relevantes para exportar productos agro a Singapur?	A(X) D ()
Sugerencias.....	

.....
FIRMA JUEZ EXPERTO
DNI N° 41604079

Figura N°14. Validación por el MBA. Cesar Ricardo Rocero Salazar.

CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombres y Apellidos del Juez	Rocero Salazar Cesar R.
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Int.
3	Mayor Grado Académico obtenido	MBA.
4	Experiencia Profesional (en años)	8 años
5	Institución donde labora	USJ
6	Cargo	DIC
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</u>		
PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PALTA HASS AL MERCADO DE SINGAPUR PARA LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021		
Autor:	Cumpa Veyra, Daniel Abraham	
Asesor:	Mg. Martel Acosta, Rafael	
Instrumento evaluado	Guía de Entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación Plan de Exportación para Palta Hass al Mercado de Singapur para la Empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.	
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Estas entrevistas serán aplicadas al Gerente o encargado en la empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. y a los especialistas en exportación de productos agro. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias.		

PLAN DE EXPORTACIÓN		
Preguntas para el Gerente o encargado		
1. ¿Qué opina usted sobre exportar su producto a nuevos mercados como Singapur? ¿Lo considera factible?	A (X)	D ()
	Sugerencias.....	
2. ¿Qué tipo de exportación es la más adecuada para que la empresa comercialice la Palta Hass al mercado de Singapur? ¿Exportación directa o indirecta? ¿Por qué?	A (X)	D ()
	Sugerencias.....	
3. ¿Qué certificaciones cuenta la empresa? ¿Cuáles serían necesarias para el ingreso al mercado de Singapur?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	
4. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa exportando palta desde que se fundó?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	
5. ¿Cómo promocionan su producto en el extranjero?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	

6. ¿Qué canal o método utiliza para poder contactar con nuevos clientes o potenciales importadores de productos agros en el mercado internacional?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
7. ¿Cuáles son las características del envase, embalaje y paletización que emplean ustedes?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
8. ¿Considera que el embalaje que utilizan es el adecuado para exportar el producto?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
9. ¿Cómo gestionan sus almacenes?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
10. ¿Qué es lo que usualmente requieren los importadores para comprarle su palta?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
Preguntas para los Especialistas		
1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singapurense? ¿Por qué?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Sí o no? ¿Por qué?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singapurense?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Sí o No? ¿Por qué?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
7. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
8. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
9. ¿Cuáles son los documentos más relevantes para exportar productos agro a Singapur?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		



.....
FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 4430 8266

Figura N°15. Validación por la Mg. Betsy Arrunategui Huamán.

**CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA POR
JUICIO DE EXPERTO**

1	Nombres y Apellidos del Juez	Betsy Arrunategui Huamán
2	Profesión	Estadístico
3	Mayor Grado Académico obtenido	Magister
4	Experiencia Profesional (en años)	0 años
5	Institución donde labora	USS
6	Cargo	Docente
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</u>		
PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PALTA HASS AL MERCADO DE SINGAPUR PARA LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021		
Autor:	Cumpa Vieyra, Daniel Abraham	
Asesor:	Mg. Martel Acosta, Rafael	
Instrumento evaluado	Guía de Entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación Plan de Exportación para Palta Hass al Mercado de Singapur para la Empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. 2019 – 2021.	
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Estas entrevistas serán aplicadas al Gerente o encargado en la empresa Agroindustrial PROSERLA S.A.C. y a los especialistas en exportación de productos agro. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias.		

PLAN DE EXPORTACIÓN		
Preguntas para el Gerente o encargado		
1. ¿Qué opina usted sobre exportar su producto a nuevos mercados como Singapur? ¿Lo considera factible?	A (X)	D ()
	Sugerencias.....	
2. ¿Qué tipo de exportación es la más adecuada para que la empresa comercialice la Palta Hass al mercado de Singapur? ¿Exportación directa o indirecta? ¿Por qué?	A (X)	D ()
	Sugerencias.....	
3. ¿Qué certificaciones cuenta la empresa? ¿Cuáles serían necesarias para el ingreso al mercado de Singapur?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	
4. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa exportando palta desde que se fundó?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	
5. ¿Cómo promocionan su producto en el extranjero?	A(X)	D ()
	Sugerencias.....	

6. ¿Qué canal o método utiliza para poder contactar con nuevos clientes o potenciales importadores de productos agros en el mercado internacional?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
7. ¿Cuáles son las características del envase, embalaje y paletización que emplean ustedes?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
8. ¿Considera que el embalaje que utilizan es el adecuado para exportar el producto?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
9. ¿Cómo gestionan sus almacenes?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
10. ¿Qué es lo que usualmente requieren los importadores para comprarle su palta?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
Preguntas para los Especialistas		
1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singapurense? ¿Por qué?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Sí o no? ¿Por qué?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singapurense?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Sí o No? ¿Por qué?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
7. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?	A (x)	D ()
Sugerencias.....		
8. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		
9. ¿Cuáles son los documentos más relevantes para exportar productos agro a Singapur?	A(x)	D ()
Sugerencias.....		



FIRMA JUEZ EXPERTO
DNI N° 43665321

2. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS VALIDADO

GUIA DE ENTREVISTA PARA GERENTE O ENCARGADO EN LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL

Objetivo: Recolectar información sobre la situación del proceso de exportación de Palta Hass en la empresa agroindustrial PROSERLA S.A.C.

Ítems

1. ¿Qué opina usted sobre exportar su producto a nuevos mercados como Singapur?
¿Lo considera factible?
2. ¿Qué tipo de exportación es la más adecuada para que la empresa comercialice la Palta Hass al mercado de Singapur? ¿Exportación directa o indirecta? ¿Por qué?
3. ¿Qué certificaciones cuenta la empresa? ¿Cuáles serían necesarias para el ingreso al mercado de Singapur?
4. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa exportando palta desde que se fundó?
5. ¿Cómo promocionan su producto en el extranjero?
6. ¿Qué canal o método utiliza para poder contactar con nuevos clientes o potenciales importadores de productos agros en el mercado internacional?
7. ¿Cuáles son las características del envase, embalaje y paletización que emplean ustedes?
8. ¿Considera que el embalaje que utilizan es el adecuado para exportar el producto?
9. ¿Cómo gestionan sus almacenes?
10. ¿Qué es lo que usualmente requieren los importadores para comprarle su palta?

GUIA DE ENTREVISTA PARA ESPECIALISTAS EN EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGRO

Objetivo: Recolectar información para identificar los factores influyentes en la exportación de Palta Hass al mercado Singapurense.

Ítems

1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singapurense? ¿Por qué?
2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Sí o no? ¿Por qué?
3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?
4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singapurense?
5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?
6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Sí o No? ¿Por qué?
7. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?
8. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?
9. ¿Cuáles son los documentos más relevantes para exportar productos agro a Singapur?

3. EVIDENCIAS DE LAS ENTREVISTAS

Figura N°16. Evidencia de entrevista al Gerente de Jayanca Fruits – PROSERLA.

 **Gonzalo Urday Salomón** <gurday@proserla.com> 📧 vie., 29 may. 9:12 (hace 15 horas)
para mí ▾

Hola Daniel, en adjunto te paso las respuestas a la encuesta que me has enviado.
Saludos cordiales

Gonzalo Urday Salomón
JAYANCA FRUITS SAC
GERENTE
RPC 948321983





...



 **ENTREVISTA - PROSERLA SAC.docx**
17 KB

Activar Win
Ve a Configurac

Figura N°17. Evidencia de entrevista al Especialista 1.

 **Francisco Morales Bermudez Pedraglio**
Activo(a) 22 min

 Si Daniel .envialo que se vea bien las preguntas.lo.leo por la tarde.Abrazos .Gran Abrazo

4 JUN 2020 16:27

Estas son las preguntas profesor, en todo caso también el envío mediante un word.

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA PALTA HASS AL MERCADO DE SINGAPUR PARA LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL PROSERLA S.A.C.

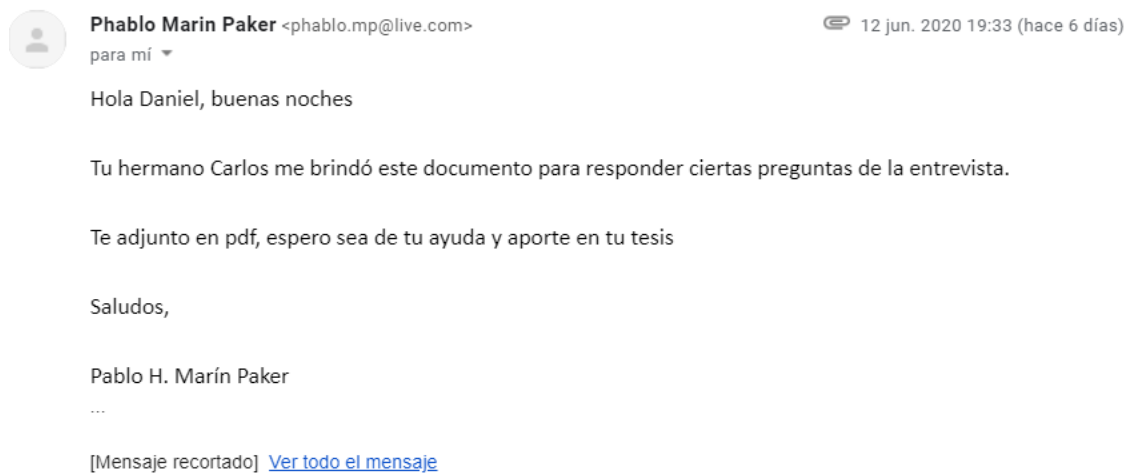
Entrevista:

1. ¿Según su criterio y experiencia que tan importante es hacer un estudio de mercado a fondo dedicado al mercado Singapurense? ¿Por qué?
2. ¿Cree usted que Singapur es un mercado potencial para el sector Agro? ¿Si o no? ¿Por qué?
3. ¿Qué ventajas considera usted que posee la palta peruana para exportar al mercado de Singapur?
4. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y/o no arancelarias en el mercado Singapurense?
5. ¿Usted sabe qué certificaciones exige el mercado de Singapur para el ingreso de productos agro como la palta?
6. ¿Cree usted que participar y promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Si o No? ¿Por qué?
7. ¿De qué otra forma cree usted que se pueda promocionar la palta peruana al mercado Singapurense?
8. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje considera adecuado para exportar la palta al mercado de Singapur?
9. ¿Qué canal de distribución sería ideal para la exportación de palta Hass con destino al mercado de Singapur?

Figura N°18. Evidencia de entrevista a la Especialista 2.



Figura N°19. Evidencia de entrevista al Especialista 3.



Activar Win
Ve a Configurac