



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**La Exportación y Comercialización de la harina de maca a los EE. UU entre
los años, 2015 al 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Castañeda Ricaldi, Rosa Yolanda

ASESOR:

Dr. Julio Samuel Zárate Suárez

Mg. Roque Juan Espinoza Casco

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú

2018

**DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N° 028 - 2018-II-UCV Lima Ate /EP-NN.II.-T**

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCION DIRECTORAL N° 118 - 2018-II-UCV Lima Ate/EP-NN.II.-T de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales acuerdan:

PRIMERO.-

Aprobar pase a publicación ()
 Aprobar por unanimidad ()
 Aprobar por mayoría (X)
 Desaprobar ()

La tesis presentada por el (la) estudiante CASTAÑEDA RICARDI, ROSA YOLANDA, denominado:

“LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA HARINA DE MACA A LOS EEUU ENTRE LOS AÑOS 2015 AL 2017”

SEGUNDO.- Al culminar la sustentación, el (la) estudiante CASTAÑEDA RICARDI, ROSA YOLANDA obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
12	DOCE	Aprobado por Mayoría

Presidente (a): Dr. ZÁRATE SUÁREZ JULIO SAMUEL



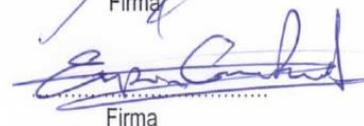
Firma

Secretario: Mg. VILLANUEVA ORBEGOSO VLADIMIR ELOY

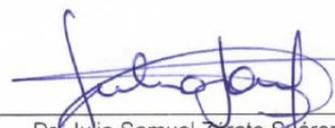


Firma

Vocal: Mg. ESPINOZA CASCO ROQUE JUAN



Firma



Dr. Julio Samuel Zárate Suárez
 Coordinador P.E Negocios Internacionales
 UCV – Lima Ate

C.c: Archivo
 Escuela Profesional, Interesados, Archivo



Somos la universidad de los
 que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

DEDICATORIA

La culminación de este proyecto personal y profesional se la dedico a Dios, mi familia y amigos por haberme apoyado y motivado a realizarlo.

En especial a mi madre quien me brindo todo su apoyo y estuvo conmigo en todo momento a lo largo de toda mi formación universitaria, no podría sentirme más amena con la confianza puesta sobre mi persona y contar con ella desde que tengo memoria.

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios por permitirme estar con vida y concebir este gran logro en mi vida, a mi madre por haberme traído al mundo, a mis asesores por apoyar el propósito de mi investigación, por su interés y su apoyo en la realización de mi tesis, a mis seres queridos que siempre me alentaron.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Rosa Yolanda Castañeda Ricaldi con DNI N° 73676703, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación adjuntada es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 19 diciembre del 2018



Rosa Yolanda Castañeda Ricaldi
DNI: 73676703

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

La presente investigación titulada “La exportación y comercialización de la harina de maca a los EEUU entre los años, 2015 al 2017”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

La investigación tiene la finalidad de establecer la relación existente entre la exportación y comercialización de la harina de maca a los EE. UU entre los años, 2015 al 2017, es presentada en seis capítulos:

En el capítulo I: Se incluye la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas a las variables de estudio, la formulación del problema, justificación del estudio, la formulación de las hipótesis y objetivos.

En el capítulo II: Se explica el diseño de investigación utilizado, la operacionalización de variables, la población, muestra y muestreo, la técnica e instrumento de recolección de datos junto a su validez y confiabilidad, el método de análisis y los aspectos éticos.

El capítulo III: Muestra los resultados de la confiabilidad del instrumento y la comprobación de nuestras hipótesis, general y específicas.

El capítulo IV: Se explica la discusión del trabajo de investigación.

El capítulo V: Muestra las conclusiones que alcanzó la investigación.

En el capítulo VI: Se ofrecen las recomendaciones y finalmente, las referencias bibliográficas. Además, en los anexos presentamos nuestro instrumento utilizado, nuestra matriz de consistencia y las validaciones por juicio de experto.

El autor.

INDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN.....	vi
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad Problemática.....	14
1.2. Trabajos Previos	16
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	18
1.4. Formulación del Problema.....	36
II. MÉTODO.....	34
2.1. Diseño de Investigación	40
2.2. Variables, Operacionalización	41
2.3. Población y Muestra.....	42
2.3. Métodos de análisis de datos	45
2.4. Aspectos Éticos	45
III. RESULTADOS.....	41
3.1. Análisis e interpretación de resultados	47
3.2. Análisis inferencial.....	66
IV. DISCUSIÓN	67
V. CONCLUSIÓN.....	71
VI. RECOMENDACIONES	73
ANEXOS	77
Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables.....	85
Anexo 2. Encuesta.....	87
Anexo 3. Validación por juicio de Expertos	90

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA 1. <i>Partida Arancelaria</i>	23
TABLA 2. <i>Ficha técnica</i>	24
TABLA 3. <i>Precios FOB Referenciales En Kilogramos (Us\$ / Kgr)</i>	30
TABLA 4. <i>Valor exportada de importadores</i>	34
TABLA 5. <i>Variable, Operalización</i>	41
TABLA 6. <i>Numero de encuestados de cada empresa</i>	42
TABLA 7. <i>Número del total de trabajadores de cada empresa</i>	43
TABLA 8. <i>Estadística de fiabilidad</i>	44
TABLA 9. <i>Fórmula para calcular la muestra</i>	44
TABLA 10. <i>Prueba de normalidad</i>	45
TABLA 11. <i>Permisos y certificaciones dado por SENASA</i>	47
TABLA 12. <i>Los envases y embalaje certificado por SENASA</i>	48
TABLA 13. <i>Cumple con la ley contra el Bioterrorismo</i>	49
TABLA 14. <i>Certificados de origen aprobado por SENASA</i>	50
TABLA 15. <i>Exigencias de la ficha técnica</i>	51
TABLA 16. <i>La empresa está certificada por SENASA</i>	52
TABLA 17. <i>El contrato tiene todas las cláusulas de exportación</i>	53
TABLA 18. <i>La empresa cuenta con packinglist</i>	54
TABLA 19. <i>Certificado de seguro de transporte</i>	55
TABLA 20. <i>La oferta del producto exportable</i>	56
TABLA 21. <i>El precio de la exportación al mercado americano</i>	57
TABLA 22. <i>La diversidad y calidad del producto</i>	58
TABLA 23. <i>Capacidad óptica de la empresa en la producción</i>	59
TABLA 24. <i>Participación en ferias y ruedas</i>	60
TABLA 25. <i>Participa en ferias convocadas por PRODUCE</i>	61
TABLA 26. <i>Asesoramiento técnico y comercial</i>	62
TABLA 27. <i>La producción del insumo natural</i>	63
TABLA 28. <i>La demanda de la harina de maca</i>	64
TABLA 29. <i>El volumen exportado</i>	65
TABLA 30. <i>Tabla de RH de Spearman</i>	66

TABLA 31. <i>Correlación General, Exportación y comercialización</i>	67
TABLA 32. <i>Correlación Especifica 1, Requerimiento para exportar y Comercialización</i>	69
TABLA 33. <i>Correlación Específica 2, Exigencias y Comercialización.</i>	71
TABLA 34. <i>Correlación Especifica 3, Documentación para exportar y Comercialización.</i>	73

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Envases y embalaje de la harina de maca.....	20
<i>Figura 2:</i> Etiquetado de la harina de maca.....	21
<i>Figura 4:</i> Permisos y certificaciones dado por SENASA	47
<i>Figura 5:</i> Los envases y embalaje certificado por SENASA	48
<i>Figura 6:</i> Cumple con la ley contra el Bioterrorismo	49
<i>Figura 7:</i> Certificados de origen aprobado por SENASA.....	50
<i>Figura 8:</i> Exigencias de la ficha técnica.	51
<i>Figura 9:</i> La empresa está certificada por SENASA	52
<i>Figura 10:</i> El contrato tiene todas las clausulas de exportación	53
<i>Figura 11:</i> La empresa cuenta con packinglist.....	54
<i>Figura 12:</i> Certificado de seguro de transporte.....	55
<i>Figura 13:</i> La oferta del producto exportable	56
<i>Figura 14:</i> El precio de la exportación al mercado americano.....	57
<i>Figura 15:</i> La diversidad y calidad del producto	58
<i>Figura 16:</i> Capacidad óptica de la empresa en la producción.....	59
<i>Figura 17:</i> Participación en ferias y ruedas.....	60
<i>Figura 18:</i> Participa en ferias convocadas por PRODUCE	61
<i>Figura 19:</i> Asesoramiento técnico y comercial.....	62
<i>Figura 20:</i> La producción del insumo natural	63
<i>Figura 21:</i> La demanda de la harina de maca	64
<i>Figura 22:</i> El volumen exportado	65
<i>Figura 23:</i> Correlación General, Exportación y comercialización.....	67
<i>Figura 24:</i> Correlación Especifica 1, Requerimiento para exportar y Comercialización ..	69
<i>Figura 25:</i> Correlación Especifica 2, Exigencias y Comercialización.....	71
<i>Figura 26:</i> Correlación Especifica 3, Documentación para exportar y Comercialización.	73

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene por título: "El incremento de la exportación y comercialización" de la harina de maca a los Estados Unidos entre los años 2015 al 2017", tiene como objetivo poder determinar la relación que existe entre la exportación y comercialización.

El diseño que se emplea para la presente investigación es el No Experimental, la muestra está conformada por 40 personas que son los de área de marketing, exportación, importación y ventas, la técnica que se utilizo es la encuesta y en el instrumento se utilizó el cuestionario en base a la escala de Likert que permite medir las dimensiones, el resultado nos permite concluir que la correlación es de 0.76 y su significativa es de 0.01.

Esta investigación ha demostrado que la hipótesis general según el Rho de Spearman obtuvo un grado de 0.804 el cual determina que existe relación entre la exportación y la comercialización cual es una correlación positiva alta. En la hipótesis específica según la Rho de Spearman, obtuvo un grado de 0.779, el cual se puede decir que existe relación entre los requerimientos para exportar y la comercialización, la correlación entre las exigencias y la comercialización según la correlación de Rho de Spearman, obtuvo su grado de correlación de 0.555 existe na correlación positiva moderada, concluye diciendo que existe relación entre las exigencias y la comercialización de a harina de maca a los Estados Unidos.

El cual se llegó a las siguientes conclusiones, que los requerimientos para exportar son muy importantes para la comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos ya que es uno de los principales factores para la exportación. La exigencia son las necesidades principales para que una empresa pueda comercializar la maca e el mercado Estadounidense. La documentación es una función primordial para la comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos.

Palabras claves: Harina de maca, Exportación, Comercialización

ABSTRACT

This research work has the title: "The increase in the export and marketing" of maca flour to the United States between 2015 and 2017 "aims to determine the relationship between export and marketing.

The design used for the present investigation is the Non-Experimental, the sample is made up of 40 people that are those of marketing, export, import and sales, the technique used was the survey and the questionnaire was used in the instrument. Based on the Likert scale that allows us to measure the dimensions, the result allows us to conclude that the correlation is 0.76 and its significant is 0.01.

Esta investigación ha demostrado que la hipótesis general según el Rho de Spearman obtuvo un grado de 0.804 el cual determina que existe una relación entre la exportación y el comercio cual es una correlación positiva alta. En la hipótesis según la Rho de Spearman, obtuvo un grado de 0.779, el cual se puede decir que existe la relación entre los requisitos para exportar y la comercialización, la correlación entre las exigencias y la comercialización según la correlación de Rho de Spearman, obtuvo su grado de correlación de 0.555 existe una correlación positiva moderada, concluye diciendo que existe una relación entre las exigencias y la comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos.

Which reached the following conclusions, the requirements for the marketing of maca flour to the United States and the other side. The requirement of a company's needs can market maca flour in the United States. Documentation is a primary function for the marketing of Maca flour to the United States.

Keywords: Maca flour, Exportation, Marketing.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En las últimas décadas, las exportaciones peruanas tomaron un gran aporte sobre las participaciones a nivel mundial. A pesar de todo esto, todavía se cuenta con muchas dificultades que se dan para el aumento de la exportación del producto, debido y por consiguiente la investigación tiene como objetivo poder determinar si las exportaciones de la harina de maca se comercializan a nivel internacional.

Por ello la temática del proyecto nos indica que también es afectado todas las exportaciones y comercio de la harina de maca mundialmente, se planea exportar mundialmente, por ello estas empresas que exportan harina de maca deben ser muy competitivas a nivel mundial para que se puedan mantenerse en todo el mercado internacional a través del todo el tiempo. Por lo que se necesita obtener todas las informaciones sobre el comercio internacional, también sobre su competitividad entre 2008 - 2016. También, se requiere encontrar todas las oportunidades y debilidades que mejoran o limitan las exportaciones de la harina de maca.

La exportación de la harina de maca tiene gran incremento a comparación de los anteriores años, teniendo como primer país a EE. UU, segundo Canadá y tercero Alemania. La exportación de la harina de maca en el año 2015 tuvo un total de S/. 26.6 millones con el precio de S/. 19 el kilo promedio, siendo uno de los principales países a Estados Unidos con una participación de S/. 9.4 millones las cuales representa a un 35% de su total de exportado (Sunat, 2018). Los datos mencionados anteriormente, existen ciertos problemas con la exportación y comercialización de la maca molida y uno de esos problemas es porque es derivado de la raíz y los meses en las cuales se cosechan son en los meses de Junio, Julio y Agosto y su cosecha se da entre los 8 a 11 meses, ya que esto no favorece a para poder contar con la harina de maca ya que depende de su disponibilidad de su raíz.

Para la comercialización del recurso biológico, es más compleja que las mismas industrias, nuestra harina maca se obtiene en nuestro país gracias a nuestro excelente clima y como resultado recolectamos un stock genético que tiene que ser preservado.

La maca es una planta semidomesticada y cuenta con una heterogeneidad genética que permite que en una misma cosecha existan muchas variedades como la maca amarilla o la negra. Todo dependerá de la morfología y contenido de las sustancias de su entorno, ambiente y temperatura, es la razón por la cual es muy requerida en China y otros países en los que la calidad de la tierra no es apta para su normal desarrollo de la maca. Una limitante a este recurso son las leyes peruanas no se otorgan poder exportar la maca en estado natural, sino como maca seca, harina de maca o maca gelatinizada. Es decir que debemos proteger un recurso que no es aprovechado de la forma correcta.

Por tal razón, el objetivo de este proyecto de investigación se da para poder conocer como es la relación entre la exportación y comercialización de la harina de maca a los EE. UU, de manera a que las exportaciones internacionalmente tuvieron un incremento de 44% mientras que en el Perú empresas puedan exportar sin ningún problema aquellos países que importan la harina de maca para su consumo. Para concluir, esta investigación o estudio busca o proporciona información sobre la exportación y comercialización de la harina de maca peruana a EEUU en el período 2015-2017. Además, se requiere identificar todas las oportunidades y debilidades que aumentan o bajan las exportaciones de la harina de maca.

1.2.Trabajos Previos

Nacionales

Arias J., Fassioli L. y Raymundo (2015) En su Investigación “Plan de los negocios para la exportación y comercialización de la maca negra orgánica a China” Para obtener el título de maestría en administración de empresas de la Universidad Peruana de ciencias aplicadas. Tuvo como objetivo poder relacionar la exportación y comercialización de la maca negra a China. El tipo de investigación fue descriptiva correlacional. En conclusión, se utilizó la prueba de Rho Spearman con un grado de correlación de Spearman de 0.656, su grado de significancia es de 0.001; lo que determinó de que es aceptable la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula, afirmando de que efectivamente existe relación entre la exportación y comercialización de la maca negra orgánica a China. Para que puedan llegar a todas las metas que se establecen ya que es muy importante para ser reconocido, también poder tener una marca, en China no se busca que el producto sea comprado por su calidad y no por el precio, ya que la marca sea fundamental para el mercado online, también es poder comercializar el producto natural y orgánica ya que tiene muchos beneficios y ser reconocido como un producto peruano.

Según Rodríguez (2015) En su investigación “Exportación y exigencias de la harina de maca a California EE.UU de Norteamérica” Para obtener el grado de licenciada de administración de negocios internacionales. En la facultad de Ciencias Empresariales en la Universidad Tecnológico del Perú. Tiene como objetivo concentrarse en el mercado del estado de California y una vez ya posicionados y así poder expandirnos a todos los demás estados donde los importadores y distribuidores pueda comercializar más la maca. El proceso de la harina de maca primero pasa por un proceso de envasado, etiquetado, la producción y la presentación en la que se exporta será en un envase de plástico. En consecuencia, se necesita aumentar la calidad de vida de todas las personas del país de Norteamérica para poder así llevar nuestro producto a los mercados de Europa.

Asían (2015) En su investigación “Exportación y exigencias de la harina de maca a California EE.UU de Norteamérica” Para obtener el grado de licenciada de administración de negocios internacionales. En la facultad de Ciencias

Empresariales en la Universidad Tecnológico del Perú. Tiene como objetivo concentrarse en el mercado del estado de California y una vez ya posicionados y así poder expandirnos a todos los demás estados donde los importadores y distribuidores pueda comercializar más la maca. El proceso de la harina de maca primero pasa por un proceso de envasado, etiquetado, la producción y la presentación en la que se exporta será en un envase de plástico. En consecuencia, se necesita aumentar la calidad de vida de todas las personas del país de Norteamérica para poder así llevar nuestro producto a los mercados de Europa.

Internacionales

Careaga (2017) En su tesis titulada “Los precios de la exportación de soya en el desarrollo productivo de Bolivia 1998 - 2016” Para obtener la tesis de grado. En la facultad de ciencias económicas y financieras en la Universidad mayor de San Andrés. Tiene como objetivo determinar que existe relación entre los precios y la exportación de la soya, se pudo determinar que según el Rh de Spearman el grado de su correlación fue de 0.467, con su grado de significancia de 0.001, por lo tanto se acepta la hipótesis alterna de que si existe relación entre los precios y la exportación de la Soya ya que la influencia de los precios internacionales de las exportaciones de Soya para seguir impulsando en la producción del grano de soya para el mercado boliviano.

Guijarro (2014) En su investigación “La producción y exportación de la raíz de maca al mercado chino” (Licenciada de Negocios en la Universidad Tecnológico Equinoccial) Quito, Ecuador. En su tipo de investigación descriptiva- correlacional, no experimental. En conclusión, se observó que mediante los resultados de Rh de Spearman, con un grado de 0.645 con un nivel de significancia de 0.001, demostrando que, si existe relación entre la producción y exportación, podemos destacar que las exportaciones sobre las distintas formas de la raíz de la harina de maca al mercado chino. Entonces el mercado de China se ha diferenciado de los demás por siempre tratar con productos derivados naturales, es por ello que la conclusión sería que aquí sería más que aceptado nuestro producto nacional, la Maca, y tendría mucha demanda por los consumidores chinos.

Pozo (2014) En su investigación titulada “Uso de las plantas medicinales en la comunidad de Cantón durante el periodo julio- diciembre 2011”. Universidad técnica particular de Loja. Universidad Católica de Loja. Por sus diversas formas de consumo de maca, bebidas a base de maca, frutas deshidratantes, mermeladas que son convidadas con diversas frutas y la harina de maca, capsulas a base de maca. La mayor cantidad exportada tiene como destino EE. UU en harina de maca y solamente el 6% es otorgada por la maca encapsulada, esto es una buena e importante oportunidad para exportar la maca con un valor adicional encontrado. En su investigación según Rh de Spearman se pudo determinar el grado de correlación de 0.523 y su nivel de significancia es de 0.000, demostrando que si existe relación entre las dos variables para la comunidad de Cantón.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Exportación

Según Lizárraga (2015). Las exportaciones se realizan todas en las empresas ya sean pequeñas empresas ya que se benefician de todas las oportunidades de negocios y también de las oportunidades económicas ya que benefician mucho al país. (p.7).

Según Castro (2017) La exportación es el envío de uno o varios productos de un cierto país con destino a otro, atravesándolas diversas fronteras o ares que separan las naciones (p. 109)

Según Sunat (2015) Las exportaciones engloban una serie de regímenes aduaneros y estas nos permiten la salida de las mercaderías nacionales en territorio aduanero y así consumir y usar en el mercado internacional.

Según Daniels y Radebagueah (2017) La exportación es uno de los medios, más comunes que usan todas las empresas y compañías para que puedan iniciar todas sus actividades a nivel internacional, es decir que las empresas que exportan lo hacen sobre todo para que puedan elevarse las ventas, para aumentar la producción y aumentar las ventas de sus demás sedes (p.714).

En otras palabras, el autor nos da a entender que las exportaciones son los envíos de productos o servicios a países extranjeros con intenciones de hacer comercio, estos envíos son normalmente procesados por diferentes disposiciones legales y bajo estrictos controles legales que bajo acuerdos comerciales se rigen entre países.

Teoría de las Exportaciones

Para Douglass Cecil North (1920) nos habla sobre la teoría a base de exportación el cual nos indica que:

Trata del estándar de crecimiento que va en relación de la actividad económica en el sector exportador. Debemos entender que al desarrollarse un sector se debe utilizar ciertas ventajas en comparación con las materias primas y en la producción de ciertos artículos culminados, en relación al resto de regiones. (p. 63-80)

1.3.1.1. Requerimientos para exportar

Toda empresa que se quiere dedicar al rubro de la exportación tiene que contar con varios requisitos el cual tiene como requisito primero poder inscribirse en la REOCE (Registro Especial de Operadores de Comercio Exterior), el cual ahí se tiene que solicitar un permiso legal para aquellas empresas a las que se dedican al rubro de la exportación, importación.

Por lo cual, deben de contar con todos los requerimientos que se necesitan en los envases y embalaje del producto el cual se exportar, también en el mercado y etiquetado.

1.3.1.1.1. Envase y embalaje

Los envases y embalajes otorgan ventajas en la comercialización y el envío de productos, antes que todo se necesita evaluar el producto, seguidamente de que se debe elaborar un contenedor en donde se mantengan los cuidados necesarios. Entonces se puede llamar envases a aquellos contenedores que están normal y directamente en contacto con el producto. Este envase debe estar elaborado en base a las normas de protección y comercio, por lo cual uno de las principales características en las que debemos enfocarnos es la de tomar en consideración el

correcto diseño ya que el envase es a menudo la principal razón para la venta del producto (Promperu, 2016 p.35)

Según Careaga (2016) señala que:

La creación de envases y embalajes han ido evolucionando conforme al paso de los años, los requerimientos en el actual comercio internacional, los cuales permiten agilizar el proceso del envío del producto resguardándola en varios contenedores de diferente tipo, estos consiguen brindar mejores medidas de protección en la posible situación de pérdida, defecto o robo. Este tipo de protección del producto ha obtenido mayor valor en los últimos años y se debe a los muchos beneficios que en consecuencia traen.

El embalado o embalaje brinda una mejor protección para motivos de manipulación de productos como envasados, que no se encuentran en contacto directo con el producto, y esto se considera el contenedor protector individual y en conjunto a un grupo de productos en distribución, levantamiento y traslado.

Los envases que se utilizaran para exportar la harina de maca al mercado Estadounidense, es depende de cómo se solicite ya que su forma de comercializar es mediante, bolsas de plásticos o también en sacos de papel, según como requiere el comprador



Figura 1: Envases y embalaje de la harina de maca

1.3.1.1.2. Marcado y etiquetado

En el mercado estadounidense el gobierno requiere utilizar el etiquetado para todos los alimentos que son envasados, a fin de conseguir que la información total, útil, precisa, legible, comprensible y claramente visible para quien lo adquiera.

Cualquier tipo de producto alimenticio de afuera que se trabaje en EE. UU, necesita contar con los códigos y requerimientos necesarios que indique el cumplimiento de las normas; de otra forma las autoridades estadounidenses no permitirán el pase de alimentos a su territorio. (Promperu, 2016 p.54)

El consumidor contara con las siguientes informaciones del producto:

- Información nutricional del producto.
- Distintos formatos que permite a los consumidores poder encontrar rápidamente la información que se necesita sobre la salubridad del alimento.
- Poner todas las informaciones sobre la cantidad de su fibra alimentaria y todos los nutrientes que pueda tener.
- Advertencia sobre el producto el cual pueda ayudar a las personas que desarrollen de cáncer, osteoporosis y necesiten de calcio para los huesos.
- Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen).
- Referencia de cada uno de los alimentos expresado en porcentajes de valor diario para poder facilitar así al consumidor a poder describir el contenido del producto.

En caso de ser de ser preparado con uno o más ingredientes, debe describir a detalle cada uno de los ingredientes, enumerados por nombre y la cantidad correspondiente de cada ingrediente. El producto que se comercializa en los estados Unidos debe de llevar la etiqueta en inglé. Especialmente para los productos alimenticios que contenga un nombre común o usual que este señalado al lado o en la parte principal del envase.



Figura 2: Etiquetado de la harina de maca

1.3.1.1.3. Requerimientos legales del comercio exterior

La ley contra el terrorismo se dio después de la guerra mundial (Ley contra el Bioterrorismo) empezó en junio del 2002, es la iniciativa de seguridad de Estados Unidos, como respuesta al desafortunado suceso del 11 de septiembre del 2001. Ley que, establecida en serie de disposiciones conforme a los suministradores de alimentos, a fin de mantener la seguridad en los EE. UU frente al bioterrorismo (Sunat, 2016).

Para Silva (2016) este es el término empleado para entender mejor el concepto empleo criminal y las sustancias que atacan a toda una población con el propósito de provocar muchas enfermedades, muertes, pánico y términos por parte de la población de Estados Unidos. (p.128)

Por lo tanto, el objetivo es conseguir mejorar habilidades de anticipar enfermedades y amenaza terrorista con los agentes biológicos, y poder tener cuidado, atender el cuidado y control de las emergencias para el bienestar público.

1.3.1.2.Exigencias

La exportación de un producto requiere de una serie de análisis y estudios para poder determinar si es factible el exportar o no. Antes que el producto sea exportado tiene que contar con detalles, el cual tiene que ser verificado el nombre, detalles del diseño, envase, etiquetado y el tamaño del envase e etiquetado, verificar si la imagen que lleva el etiquetado es ofensiva para el país al cual se está enviando el producto y también tipo de idioma que se utiliza en dicho etiquetado.

Las exigencias también es aquel producto pueda contar con todos los certificados (fitosanitarias, de origen y de calidad) ya si es un requerimiento esencial para que el producto pueda ser exportado al igual que la ficha técnica y la condición de barreras de ingreso para exportar a los Estados Unidos.

1.3.1.2.1. Certificado

Para el mercado estadounidense, no existe exigencias para todos los productos que son procesados o que tengan el mismo proceso que la harina de maca en polvo, las empresas que exportar tienen que contar con su solicitud que es dada por Senasa ya

que él se encarga de la entrega de las certificaciones fitosanitarias, pero eso depende si el país lo requiere (Promperu, 2016).

La autoridad encargada de la certificación e inspeccionar y regularizar los alimentos importados. La responsabilidad de la FDA es la autorizar la importancia de los alimentos domésticos es que esto debe estar sustancialmente idénticos en los Estados Unidos, se refiere a sus garantías sanitarias (Amcham, 2006)

Así mismo, lo más importante es que todas las empresas tengan que contar con su registro sanitario que es entregado por DIGESA, para que se pueda entregar dicho certificado las empresas tienen que contar con todas las medidas del control sanitario que pueda permitir ingresar todos los alimentos procesados, medicinas, suplementos vitamínicos, etc. Que pueda certificar que la harina de maca cumple con todos los requisitos para que se requieren para el país al cual se exporta.

TABLA 1. *Partida Arancelaria*

	DESCRIPCIÓN
1106	Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida no 07.13, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida no 07.14 o de los productos del Capítulo 8.
1106.20.10.00	Maca (<i>lepidium meyenii</i>)

Elaboración propia

1.3.1.2.2. Ficha Técnica

La ficha técnica es una de las mejores herramientas en cual cuenta el exportador para poder realizar las características técnicas de su producto, esa información es muy importante para el nivel comercial y logístico. A nivel comercial se les informa a todos los clientes las características de la harina de maca, ya sea toda su composición; a nivel logístico que encarga de ver a los proveedores que se encargan de todos los servicios de la información para el transporte, ya sea el peso, dimensiones y sus características.

A nivel comercial informa a los clientes las características de la mercadería, su composición y presentación; a nivel logístico provee a las empresas proveedoras de servicios de información para el transporte (peso, dimensiones, características), el almacenamiento y manipuleo. Es de singular utilidad en ferias y misiones comerciales (Promperu, 2016).

La ficha técnica no es un documento inamovible pero su contenido si puede cambiar de acuerdo a la nueva información y se debe realizar de acuerdo al mercado al cual se exporta la mercadería.

TABLA 2. Ficha técnica

FICHA TECNICA	
Nombre de la Empresa Exportadora: Koken del Perú S.R.L. Nombre del Producto: Súper maca Koken - Maca organica en polvo	
Harina de maca precocidad Maca Orgánica, con calidad de exportación. Es un producto 100% orgánico y certificado por Skal Internacional, elaborado con la mejor maca Seca seleccionada, extraído de los sembríos ubicados en las Pampas de Junín a mas de 4105msnm.	
Materia Prima : Maca (<i>lepidiumperuvianum</i>) Color: Marrón Peso: 120gr - 500gr - 1kg Usos: Alimentos y medical Empaque: Bolsas de polietileno Almacenamiento y Transporte: Temperatura entre 15 y 25°C Vida útil: 2 años Sub partida nacional:1106201000	

Elaboración propia

1.3.1.2.3. Condición y Barreras de ingreso

Las barreras que más se utilizan son todas las normas técnicas, las certificaciones y el etiquetado, las medidas fitosanitarias, todas las políticas que se necesitan para importar, los procesos y procedimientos aduaneros, etc. La barrera más importante de las medidas arancelarias son las medidas fitosanitarias (Promperú, 2016, p.65)

Asimismo, la información importante es de la post- cosecha ya que no sería nada bueno ofrecer un producto que aún no sabes si lo vas a tener. Además, el tener los precios, tendencias, temporadas; favorecería mucho para que las empresas exportadoras de harina de maca pueden tener o plantear las metas más reales. Así mismo, el comercializar y vender en la post- cosecha favorece mucho para que el empaqué de la harina de maca tenga menos falla y pueda entregarse el producto sin ningún problema para que el cliente este satisfecho.

1.3.1.3.Documentación para exportar

La documentación que se requiere para la exportación a los Estados Unidos es primero el contrato de compra venta, segundo es los documentos comerciales que está incluido el packinglist y los certificados fitosanitarias(SENASA), certificado de calidad(DIGESA) y el certificado de origen, y también el documento de transporte el cual es el acuerdo de compraventa entre el exportador y el transportista y finalmente el documento de seguro de la mercancía, la póliza de seguro individual el cual cubre solo un envío.

El proceso de exportación de las empresas que eh recolectado los datos son

Primero:

Se realiza la compra de la materia prima de los proveedores que ya cuentan con todas las certificaciones (fitosanitarias, calidad y de origen)

Segundo:

La maca entera para por el proceso de trituración para que así se pueda ser transformada en harina.

Tercero:

La harina de maca pasa por el proceso de envasado y etiquetado.

Cuarto:

La exportación de la harina de maca, ya sea marítima (puerto del callao) o aérea.

1.3.1.3.1. Contrato

El contrato de compraventa internacional se realiza cuando los compradores y vendedores deciden formalizar las relaciones comerciales que tienen, y es fundamental para todos los países, pero que eso no dependa de si tipo de tradición que pueda tener o el tipo de desarrollo económico que manejan cada país. Por ello, la compraventa es fundamental para el comercio internacional que falta ser adaptado por los demás países del mundo (Sunat, 2016).

Según, Barros (2013) El contrato de compraventa se da entre el exportador y el importador para la entrega de alguna cosa o varias cosas que se pagar por dicho producto, ya que eso se utiliza e todos los procesos de exportación e importación.

Por lo tanto, el contrato de compraventa está constituido por una serie de elementos de concurrencias obligatoria y que de evidencias no pueden ser perdidos de vista por todo aquel que pretenda realizar uno.

La empresa exportadora establece un contrato con el cliente y el proveedor, el cual establece todas las condiciones de la entrega de la harina de maca, la presentación (envase y embalaje), el precio y las formas de pago.

1.3.1.3.2. PackingList o Lista de embarque

El packinglist es la lista que se da por cada factura comercial. Es el documento que detallan todas las características de cada por carga que se exporta el cual se mencionan la cantidad de mercancías, contenidos y el peso de la harina de maca, el packinglist se utiliza más que nada en las exportaciones, ya que ahí va junto con varios ítems (Promperu, 2016, p. 66).

Según Planet (2018) El packinglist se utiliza más que nada en las exportaciones de todas las mercancías a otro país de destino, es la lista de todo lo que contiene un paquete que favorece a poder completar todas las mercancías en la factura.

Por lo tanto, es un documento que se utiliza para las situaciones donde se realiza un despacho aduanero, el packinglist es obligatorio ya que permite poder reconocer a los paquetes. El packingList es el manifiesto de carga de las cantidades de harina de maca que se exportan, el cual sea mediante una nave, una aeronave o cualquier otro

vehículo de transporte. En los momentos que la harina de maca llegue al territorio aduanero o en la salida del territorio.

1.3.1.3.3. Transporte

El transporte es el medio el cual se envían los productos de una misma condición o característica y deben de estar debidamente registrado y con todos los documentos de calidad, el transporte marítimo se da en contenedores, bodegas y tiene que estar junto con productos que tengan similares características fitosanitarias (Promperu, 2016).

El envío que se realiza al mercado estadounidense se debe notificar a la FDA antes que se realice en envío al puerto de Estados Unidos, ya que son productos del consumo humano. Por cada uno de los envíos que se dan tiene que ser notificada el transportista tiene que ser recibidas y confirmados por la FDA, ya que no debe pasar más de los 15 días antes del arribo o no menos el tiempo que se requiere, si en caso sea terrestre tiene que ser notificada 2 horas antes y en caso sea marítimo no tiene que para de las 8 horas. (Siicex, 2017).

Por lo tanto, El trámite se debe realizar mediante la página web de la FDA, en caso de los contenedores tienen que contar con todos los sellos que se requiere, también de estar en buen estado los contenedores ya si no lo están afecta mucho al producto.

Por conclusión la llegada de las mercaderías de a los países o puerto de llegada son: de los estados Unidos hacia Miami la llegada de la mercancía demora unos quince días y de los estados Unidos hacia New York la mercadería llega en 18 días.

1.3.2. La Comercialización

La tendencia en aquellas tiendas de salud natural, es utilizar múltiples canales para sostener la venta de sus productos, lógicamente y en lo particular emplean canales tradicionales como las tiendas físicas, sin embargo, solo unas cuantas hacen uso de

canales modernos de venta como lo es "el sistema multinivel" es decir "la venta por internet".

Para Cestua (2013) Las empresas comercializadoras directa crecen en gran magnitud y se encuentra registrada alrededor de todo el mundo, incluso en países con dificultades económicas entonces se puede detallar con claridad los canales de comercialización.

Por lo tanto, lo que fácil resulta en contar con Stand's en Centros Comerciales, ferias y supermercados, etc.: Algunas tiendas de salud natural en su mayoría, todas las cadenas optaron ya, por instalarse en los centros comerciales, Mercados, o pequeños puntos de venta donde concentran a la gente a comprar o vender productos de diferente índole.

Teoría de la comercialización

Para Porter (1998) nos habla sobre la teoría de la comercialización el cual nos indica que:

La ventaja competitiva de: las fortalezas de las empresas para competir internacionalmente dependen ciegamente de las circunstancias locales y sus estrategias empresariales. No obstante, también depende de las empresas el saber aprovechar la oportunidad generando un entorno sostenible donde alcancen una ventaja competitiva internacional.

1.3.2.1. Marketing mix

El marketing Mix o la definición de las "4P", como se conoce normalmente, están referidas a las decisiones con respecto al Producto, Publicidad, Punto de comercialización y Precio todo esto acorde a la declaración de posicionamiento que se consigue con la marca y sus productos (50Minutos.es, 2016).

Para Roberto (2014) el marketing mix es un elemento positivo para el marketing, ya que se conoce que es un término que fue creado por McCarthy quien utiliza y conoce muy bien los siguientes componentes básicos; producto, precio, plaza y promoción. Consideradas como las variables tradicionales con las que cuentan las organizaciones.

Por lo tanto, el marketing mix es factor importante para determinar el producto, el segmento al cual está relacionado, poder conocer el costo y además promocionar

mediante todos los medios de comunicación posibles, consiguiendo así que el producto obtenga mayor acogida de la población.

1.3.2.1.1. Producto

El producto forma parte del marketing mix ya que engloba a todos los bienes y servicios encargados de comercializar la harina de maca al mercado. Este método satisface a todos los que consumen la harina de maca. Por lo cual, todos los productos deben ir enfocados en las necesidades que tiene cada consumidor del producto.

Para Hernández (2012) Es brindar un producto, un servicio o la combinación de éstos, para satisfacer los deseos y/o necesidades de su segmento de mercado. La política de producto incluye el estudio de cuatro elementos fundamentales que son la cartera de productos, la diferenciación de productos, la marca y la presentación.

Por lo tanto, el hablar del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, y los servicios posventa. El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos.

De la harina de maca se obtienen otros sub productos como el extracto de maca y la harina de maca bajo en alcaloides el cual es complemento nutricional en las comidas y bebidas también en alimentos como jugos, batidos, postres, galletas y en cocteles.

1.3.2.1.2. Precio

La variable de marketing mix es el precio, a través del cual se obtienen las ganancias de la empresa. Por eso antes de establecer los precios de los productos se debe considerar hacer un análisis de aquellos aspectos del consumidor, mercado, costos, competencia, entre otros. Enseguida quien determinara si hemos establecido el precio correcto es el consumidor, porque es quien comprara el valor del producto adquirido ante el precio que se desembolsó.

Para Hernández (2012) El valor del precio el cual se debe pagar por un producto que adquieren los clientes. Principalmente se empieza en realizar un estudio o investigaciones hacia el mercado el cual nos dirigimos, por consiguiente, así se puede determinar la demanda el cual tiene el producto, también poder saber el precio que tiene la competencia, para así poder tener grandes compradores, también estar con nuevas actualizaciones, poder saber el gusto el cual quiere el mercado o target.

Asimismo, Es establecer correctamente nuestra estrategia de precios no es tarea fácil y tal y como se ha comentado anteriormente, todas las variables, incluido el precio tienen que trabajar conjuntamente y con total coherencia. La variable del precio nos ayuda a posicionar nuestro producto, es por ello que, si comercializamos un producto de calidad, fijar un precio alto nos ayudará a reforzar su imagen. Con el análisis de la competencia se debe recalcar que existe, actualmente, en el mercado local empresas que se dediquen a la producción y comercialización de productos naturales.

TABLA 3. Precios FOB Referenciales En Kilogramos (Us\$ / Kgr)

	2018	2017	2016
Enero	5.19	5.23	10.21
Febrero	3.73	4.46	8.90
Marzo	5.33	4.48	8.72
Abril		5.94	7.26
Mayo		5.00	9.05
Junio		4.89	7.83
Julio		3.89	6.78
Agosto		4.48	7.61
Setiembre		6.20	6.08
Octubre		4.56	6.86
Noviembre		5.26	4.90
Diciembre		4.30	5.55

Elaboración propia

1.3.2.1.3. Plaza

Los productos naturales se usan por diferentes canales de distribución las cuales son en las tiendas naturistas, supermercados. La harina de maca se distribuye mediante las empresas en las cuales solo se centran en las ventas de productos naturales, en un solo sector y con un público ya ganado.

Para Hernández (2012) El canal de distribución es aquel que se utiliza para que el producto pueda llegar al comprador y a los clientes o consumidores, que se obtienen por medio de repartidores mayoristas y minoristas como también de agentes y otros.

Por lo tanto, los productos naturales se distribuyen mediante los agentes y va directamente con la actividad que la empresa realiza con el objetivo de que pueda facilitar en las ventas de los productos de harina de maca, en el mercado de California y al público que ya tiene ganado la empresa.

Las empresas exportadoras de harina de maca ya cuentan con sus importadores en los países de California, New York, Miami, en donde la marca ya es ganada por sus derivados y beneficios, ya que son países que se encargan de consumir productos naturales para su salud.

1.3.2.1.4. Promoción

Es la comunicación en donde realizan ideas, sobre cómo se puede promocionar los productos naturales. Así mismo, la promoción de las plantas medicinales es llevada; por medio de sus estudios las que han estado publicitando. Existen varias universidades que también contribuyan a la promoción de las plantas medicinales participando en diversas investigaciones sobre las plantas medicinales.

Según Hernández (2012) La promoción se le conoce a menudo como aquella que opta por un mayor número de ventas gracias a la comunicación, influencia y hasta la persuasión en los intereses de accionistas, clientes y proveedores, ecologistas, gobierno, sindicatos y trabajadores.

Así mismo, todas las universidades que muestran interés por el rubro, realizan diversas actividades como las exposiciones, congresos, seminarios y cursos de las

diversas plantas. Siendo estas, buena manera de difundir a todo el público que esté interesado de los avances que se están logrando con las plantas medicinales.

Por lo tanto, se necesita a que las empresas puedan enfocarse más en las publicidades, ya que de esa forma pueden los clientes y consumidores puedan conocer más acerca del producto y también saber el gran beneficio que tiene la harina de maca, ya que actualmente existen medios en las cuales es más empleada que es la televisión y las redes sociales.

Las promociones para comercializar la harina de maca son mediante las propias páginas webs de las empresas, Facebook, participaciones en las ferias virtuales y en las páginas web de los productos agrarios, a través de misiones comerciales a los mercados destino, realzando ferias internacionales de manera presencial.

1.3.2.2. Ferias Agro exportador

Las empresas del sector agroalimentario se enfrentan a un entorno mundial que las obliga a incursionar en el marco internacional para poder aumentar las ventas y los márgenes de ganancia, hacer un uso más eficiente de los recursos y reducir la vulnerabilidad de actuar en un solo mercado.

La feria internacional tiene muchas oportunidades e importancia, ya que te permite a que puedas presentar el producto en las plazas que son escogidas ante la gran demanda de compradores, evaluar sus reacciones ante la oferta, investigar el potencial de mercado, las características de la competencia, y realizar un gran número de contactos en un tiempo breve (AUMA, 2011).

Por lo tanto, es crear relación con el mercado y también tener investigación del mercado al cual nos vamos a dirigir con informaciones de primera; para así poder aumentar el negocio de los compradores posibles.

1.3.2.2.1. Comex

Las ferias más grandes de la electrónica, las telecomunicaciones y de los consumidores de la región, que reúne a las marcas más grandes y fuertes en el

mundo e introduce a los visitantes los últimos productos y servicios. Los visitantes profesionales tendrán la oportunidad de conocer las últimas soluciones e innovaciones que pueden ayudar a sus negocios. Además, la feria es una excelente oportunidad para intercambiar ideas con colegas y socios de negocios (Comex, 2016).

Por lo tanto, Comex se encarga de ofrecer diversos servicios de información y consultoría económica para los empresarios y público en general, sobre los asuntos corporativos, certificado de origen.

1.3.2.2.2. Produce

Busca facilitar a las MIPYME oportunidades y contactos comerciales a través de su participación en espacios de promoción comercial. En ese sentido, se realiza la presente convocatoria a nivel nacional para la participación en la feria EXPOALIMENTARIA (Ministerio de producción, 2018).

Por lo tanto, Esta feria es el punto ideal de encuentro entre empresas exportadoras y selectos compradores a nivel mundial, así como la mejor oportunidad para ingresar a nuevos mercados competitivos.

1.3.2.2.3. Adex

Se encuentra a tutela de brindar servicio a las corporaciones asociadas. Es el caso de las Organizaciones exportadoras, importadoras y aquellas que ofrecen servicio al comercio.

Por lo tanto, Crear conciencia sobre la exportación a nivel nacional porque tras este esfuerzo, no solo se fomenta la captación de divisas para el país, sino que también se constituye aminorar la extensa separación entre los países desarrollo y aquellos en vía de desarrollo.

1.3.2.3. Demanda

Una curva de la demanda, muestra las cantidades de un bien o servicio que los compradores desean y son capaces de adquirir a los diferentes precios del mercado. Una curva de demanda no sólo refleja lo que la gente quiere, sino también lo que pueda pagar (WONNACOTT Paul, 2017, p. 73)

La demanda de la harina de maca tuvo un gran incremento y una gran aceptación significativamente, ingresando a múltiples mercados como estados unidos y Japón en cual son los mayores importadores.

Según Fisher (2002) las propiedades terapéuticas de ciertas plantas medicinales se han estado realizando investigaciones que mostraban las prácticas médicas en las que son aplicadas. Así mismo, en los lugares donde se realizan sus prácticas médicas de manera rutinaria, sus habitantes se resisten a poder perder este sistema médico laboral y conservar a través de ello, su identificación cultural.

Por lo tanto, los consumidores de EE. UU adquieren productos saludables con un alto Valor nutritivo y proteico, que les permitan tener bienestar y tranquilidad en la vida diaria. Las plantas medicinales son muy importantes en el tratamiento médico de la humanidad y en la actualidad se puede observar un gran interés en las plantas medicinales por partes de lugares donde las plantas habían perdido su posición en el cuidado de la salud.

Asimismo, en estos países se comenzó a ofrecer la enseñanza académica en las plantas medicinales. Una tendencia que hasta la actualidad todavía no se ha sido aplicada en el Perú de una forma tan explícita como lo hacen otros países.

1.3.2.3.1. Volumen

La cantidad de unidades exportadas de un bien o servicio. Su ecuación consiste en dividir el índice de valor de la exportación en el período al que conciernen por el índice del precio de las exportaciones. (cabello, 2013).

Según cabello (2013) en el periodo enero-julio 2017, se despacharon 1.473.690 kilos de este producto por un valor FOB de US\$ 7.262.828, lo que representa un incremento frente a los 1.142.378 kilos que se despacharon en igual periodo del 2016, aunque entonces el valor fue mayor (US\$ 9.708.193).

Por lo tanto, El principal comprador de la harina de maca es Estados Unidos, donde se concretaron operaciones por US\$ 2.858.000. Le siguieron Japón (US\$ 786.000), Reino Unido (US\$ 387.000), Alemania (US\$ 305.000) y China (US\$ 161.000). Los consumidores de EE. UU adquieren productos saludables con un alto Valor nutritivo y proteico, que les permitan tener bienestar y tranquilidad en la vida diaria.

TABLA 4. *Valor exportada de importadores*

Importadores	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
Mundo	10.379	24.484	27.099	15.131	12.330
EE.UU	5.345	10.767	9.416	5.608	5.066
Japón	502	1.106	1.787	1.518	1.073
Reino Unido	773	936	1.992	1.135	711
Países Bajos	174	670	1.057	599	687
Brasil	192	148	323	425	628

Elaboración propia

1.3.2.3.2. Costos

Los costos de servicio, para transporte de la ciudad de Junín hacia la localidad de lima ya sea en camión o contenedores y todo ello toma una base de contenedor de 20 pies, con peso de 18,000kg.

Según gestión (2017) Los costos es el desembolso al que se determina y sirve para poder identificar la cantidad de dinero que se debe calcular para poder así cubrir su proceso de producción o de comercializar, también determinar el valor para poder adquirir los bienes y lograr los beneficios.

Costos de transporte

Los costos de transporte de la maca desde el lugar de cosecha hasta el lugar de producción de 20 pies de Lima – Junín- Lima es de S/. 4.000

Costos por Certificado de Origen

El certificado de origen tiene un costo de S/. 52.50, muy importante ya que facilita la identificación de la harina de maca para que se pueda exportar y también poder facilitar las formas de promocionar el producto.

1.4. Formulación del Problema

Problema Principal:

¿Qué relación existiría entre la exportación y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017?

Problema Específico:

- ¿Existe relación entre los requerimientos y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017?
- ¿Existe alguna relación entre las exigencias y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017?
- ¿Existe alguna relación entre los documentos y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017?

1.5. Justificación del Estudio

La presente investigación, tiene como objetivo determinar la relación que tiene entre la exportación y comercialización de harina de maca a los Estados Unidos, además de poder conocer más acerca de las documentaciones, certificaciones y exigencias que se requieren para que la harina de maca sea conocida a nivel internacional.

1.5.1 Justificación Científica

Este proyecto de investigación nos permite y nos ayuda mediante las teorías y concepto de las exportaciones y la comercialización de la harina de maca, y también a conocer si existe relación que existe entre las dos variables que puede

ayudar a otras investigaciones relacionados al sector de negocios o como tema de interés para los lectores que quieren conocer más de estos problemas.

1.5.2 Justificación Comercial

Este proyecto busca a que las empresas exportadoras de harina de maca a los Estados Unidos puedan interesarse más en la comercialización del producto, también en poder solucionar sus posibles problemas que pueda tener, la empresa observara si es una de las medidas más rápidas para que pueda solucionar.

1.5.2 Justificación Social

La importancia de la investigación es poder demostrar la relación que pueda existir entre la exportación y la comercialización, también poder ayudar a otras investigaciones, aumentar las exportaciones ya que ayudaría mucho a poder aumentar la demanda en el mercado norte americano ya que ayudaría mucho al Perú.

1.6. Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación significativa entre la exportación y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017.

Hipótesis Específica

- Existe relación significativa entre los requerimientos para exportar y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017.
- Existe relación significativa entre exigencias y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017.
- Existe relación significativa entre la documentación y la comercialización de la harina de maca a los EE. UU entre los años, 2015 al 2017.

1.7. Objetivos

Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la exportación y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017

Objetivo Especifico

- Determinar la relación que existe los requerimientos para exportar y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017.
- Analizar la relación que existe entre exigencias y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017.
- Evaluar la relación que existe entre la documentación y la comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

2.1.1 Tipo de investigación

Descriptivo

Según Hernández (2012) nos dice que los estudios descriptivos es aquel que determina los aspectos o elementos de los fenómenos del cual se va a investigar (p.60)

En esta investigación describo toda la realidad actual de las dos variables de la exportación y comercialización con la finalidad de poder realizar un análisis.

Correlacional

Según Hernández (2012) el estudio correlacional busca a que los autores puedan evaluar la relación entre las dos o más variables de las cuales se busca poder observar si se relacionan o no (p.63)

La investigación es correlacional, ya que nos permite poder relacionar a las dos variables y poder analizar el grado de relación entre las dos variables, por ello nos permite poder medir las dos variables, con la finalidad de poder explicar cómo se da las exportaciones de la harina de maca a los EE.UU entre los años, 2015 al 2017.

2.1.2. Diseño No experimental

El presente estudio aplicada es no – experimental, ya que no se manipulan ninguna de las dos variables, y determinar si existen relación entre la exportación y la comercialización (Hernández, 2015)

La presente investigación es un no experimental ya que no se manipulan ninguna de las dos variables que es la exportación y la comercialización, solo se podrá ver como se utilizan en las exportaciones

2.1.3. Investigación Longitudinal Retrospectiva

Esta presente investigación es longitudinal retrospectiva porque se recolectan datos e información de las dos variables en tiempos diferentes y hechos que ya sucedieron, la cual esta investigación recolecta los datos entre los años 2015 al 2017.

2.2. Variables, Operacionalización

TABLA 5. Variable, Operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	Escala de medición	Técnica	Instrumento
EXPORTACIÓN	“Las exportaciones no es una actividad que solamente lo realiza una empresa multifuncional, sino también que pequeñas empresas se benefician de las oportunidades económicas” (Lizárraga, 2015, p.7).	Para medir esta variable se evaluarán las tres estrategias	Requerimientos de la empresa exportadora	Envase y embalaje	1	Ordinal	Encuesta	Cuestionario
				Marcado y etiquetado	2			
				Requerimientos legales de comercio exterior	3			
			Exigencias	Certificado	4			
				Ficha técnica	5			
				Condición y Barreras de Ingreso	6			
			Documentación para exportar	Contrato	7			
				Packinglist o Lista de embarque	8			
				Transporte	9			
COMERCIALIZACIÓN	“las empresas de venta directa siguen creciendo en volumen y facturación alrededor del mundo, incluso en países con dificultades económicas. A continuación detallamos los canales de comercialización.” (Cestua, 2013).	La competitividad cuenta con tres dimensiones	Marketing Mix	Producto	10	Ordinal	Encuesta	Cuestionario
				Precio	11			
				Plaza	12			
				Promoción	13			
			Feria Agroexportador	Comex	14			
				Produce	15			
				Adex	16			
			Demanda	Volumen	17			
				Costos	18			

Elaboración Propia

2.3. Población y Muestra

2.2.1. Población

Según Tamayo (2015) nos indica que la población es un conjunto de personas que tienen una misma característica el cual tienen que ser el total de los análisis de algún acontecimiento y que se utiliza para utilizar una investigación (p.181).

Mi población está enfocada en las empresas exportadoras de harina de maca a los Estados Unidos, en Lima Metropolitana existen 4 empresas encargadas de exportar la harina de maca a Estados Unidos.

2.2.2. Muestra

En esta investigación solo tomare solo a estas empresas

Balestrini (2006), señala que: “una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. (p.141)”.

Para esta investigación utilizaremos el muestreo no probabilístico ya que escogemos según el criterio, sin poder emplear ninguna estadística o regla matemática. Se encuestará al personal del área importación, exportación, marketing y ventas que son un total de 40 personas.

TABLA 6. *Numero de encuestados de cada empresa*

Empresa	Nº de trabajadores
✓ Herboristería los Ficus E.I.R. L	10
✓ Natural Perú S.A.C.	10
✓ Ecoandino S.A.C.	10
✓ Peruvian Nature S&S S.A.C.	10
TOTAL	40

Elaboración propia

TABLA 7. *Número del total de trabajadores de cada empresa*

Empresa	N° DE Trabajadores
Herboristería los Ficus	100
Natural Perú	50
Ecoandino	130
Peruvian Nature	100

Elaboración propia.

2.2.1. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas

Rodríguez P., (2008) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas, siendo así el instructor más apto para validar la recopilación informativa, como una manera de comunicarse entre personas.

Instrumento

En los instrumentos se utilizó el cuestionario ya que nos permite obtener la información que se necesitamos.

Para nuestro estudio se utilizó el cuestionario que consta de 19 preguntas, las cuales diez preguntas están en la primera variable y nueve para la segunda; para las respuestas de nuestro instrumento se utilizaron la Escala de Likert.

Validez

La validez de los instrumentos se determinó a través de los juicios de los expertos y se determina a través de los ítems de cada instrumento, que fue verificado por cada uno de los expertos y poder así dar sus criterios.

Las encuestas que serán utilizadas, tienen que ser validadas por expertos; las personas que se encargaron de realizar la validación fueron tres los docentes de la escuela profesional de Negocios Internacionales.

- Dr. Julio Zarate Suarez
- Mg. Roque Espinoza Casco
- Mg. Vladimir Villanueva Orbegoso

Los formatos de la validación por juicio que son firmados por cada uno de los expertos mencionados se encuentran más adelante.

Confiabilidad

Para este trabajo de investigación se buscará una confiabilidad mayor de 0.50, lo cual refleja una buena confiabilidad para las investigaciones futuras mediante el alfa de Cronbach.

TABLA 8. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,789	19

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Como se puede observar, el resultado de confiabilidad con Alfa de Cronbach da como resultado 0.789 lo cual significa que las 19 preguntas que fueron realizadas a 40 personas es aceptable ya que el Alfa de Cronbach debe ser ≥ 0.6 .

Análisis Documental

Recolectar datos de diversas fuentes ya sea trabajos de investigación que contengan las mismas variables, también libros físicos, tesis, libros virtuales

TABLA 9. Fórmula para calcular la muestra

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_i^2} \right]$$

Encuesta

Según Bernal (2006) es un cuestionario de preguntas que se realiza para poder obtener datos o sugerencias de las personas, a pesar de que ya no tiene mucha credibilidad por el sentido de las personas que son encuestadas.

Por ello, en el trabajo de investigación hemos recolectado datos de las instituciones que brindan informaciones reales, también los gráficos y las tablas estadísticas.

2.3. Métodos de análisis de datos

Para este trabajo de investigación y poder obtener los datos y resultados se utilizó el programa SPSS statistics, gracias a ese programa podemos obtener los cuadros y figuras estadísticas sobre las encuestas y Pearson para poder determinar la relación que existe entre las dos variables.

TABLA 10. *Prueba de normalidad*

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
EXPORTACIÓN	,293	40	,000	,724	40	,000
COMERCIALIZACIÓN	,386	40	,000	,661	40	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

La prueba de normalidad se basa en dos test estadísticos:

- Shapiro-Wilk: lo utilizamos cuando la muestra es menor que 50.
- Kolmogorov-Smirnov: se usa cuando la muestra es mayor que 50.

2.4. Aspectos Éticos

El presente trabajo de investigación se tiene mucho respeto a la propiedad intelectual, es decir que se ha realizado con mucha honestidad y con ética, consultando con los dueños de las empresas.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de resultados
Tablas, gráficos de frecuencia

TABLA 11. *Permisos y certificaciones dado por SENASA*

1. En la actualidad la empresa cuenta con el permiso y certificación como industria de alimentos dado por SENASA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	En Desacuerdo	4	10,0	10,0	15,0
	Indiferente	9	22,5	22,5	37,5
	De Acuerdo	9	22,5	22,5	60,0
	Totalmente de Acuerdo	16	40,0	40,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

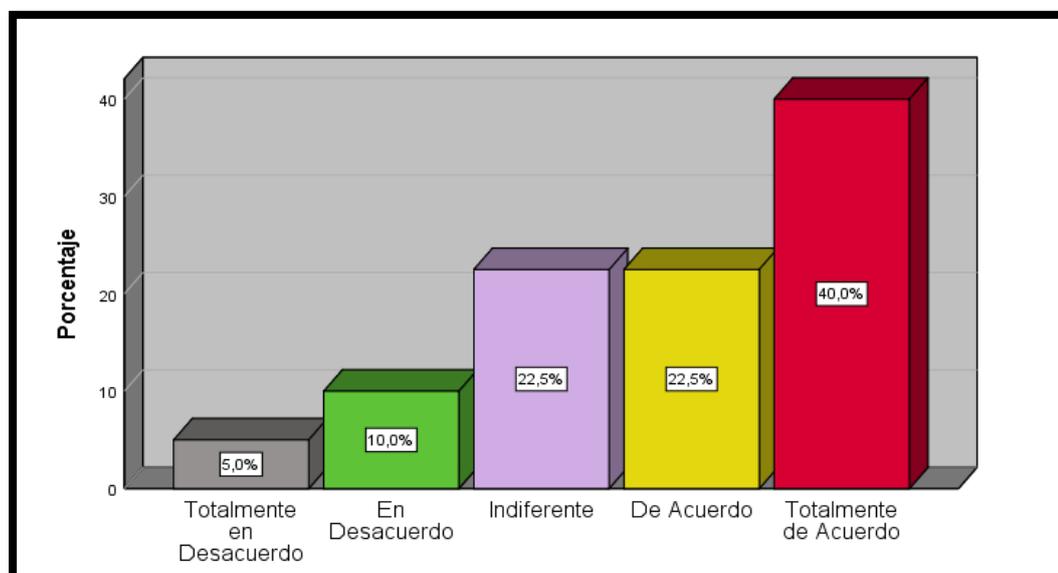


Figura 3: *Permisos y certificaciones dado por SENASA*

Interpretación: En la pregunta 01, del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 5% de encargados indicaron que están en total desacuerdo en que la empresa cuente con los permisos y certificaciones, el 23% que están de acuerdo a que la empresa cuente con permiso y certificación dado por SENASA y el 40% de encargados indicaron a que si efectivamente cuentan con todos los permisos y certificaciones como industria de alimentos dado por SENASA.

TABLA 12. *Los envases y embalaje certificado por SENASA*

2. Los envases y embalaje se encuentran certificado por SENASA y tiene la certificación por la FDA americana.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	3	7,5	7,5	7,5
	Indiferente	17	42,5	42,5	50,0
	De Acuerdo	9	22,5	22,5	72,5
	Totalmente de Acuerdo	11	27,5	27,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

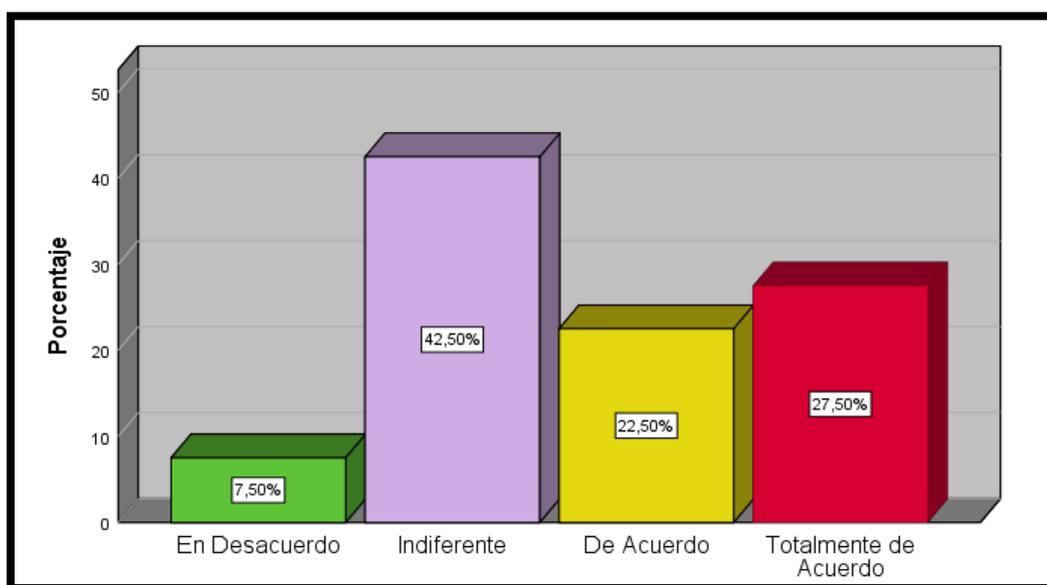


Figura 4: Los envases y embalaje certificado por SENASA

Interpretación: En la pregunta 02, del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 7.5% están en desacuerdo a que los envases y embalajes se encuentren certificadas por SENASA, el 42.5% indicaron que son indiferentes sobre la certificación de los envases y embalajes y el 27.5% manifiesta que están totalmente de acuerdo con respecto a las certificaciones sobre los envases y embalaje dado por SENASA.

TABLA 13. *Cumple con la ley contra el Bioterrorismo*

3. Cumple con la ley contra el Bioterrorismo en la entrada de sus productos a los Estados Unidos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	5	12,5	12,5	12,5
	Indiferente	5	12,5	12,5	25,0
	De Acuerdo	11	27,5	27,5	52,5
	Totalmente de Acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

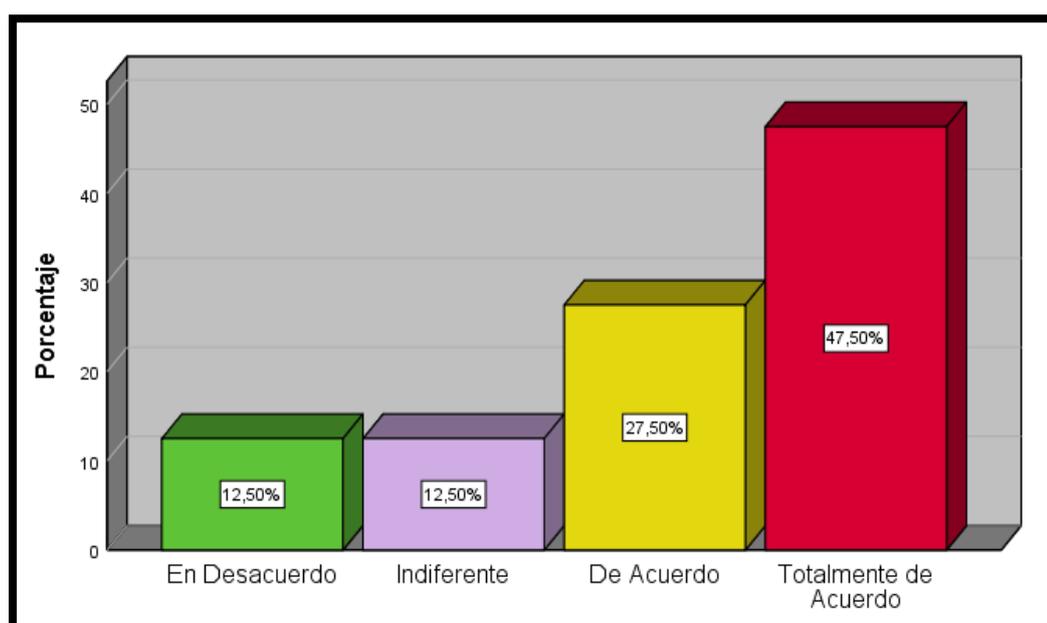


Figura 5: Cumple con la ley contra el Bioterrorismo

Interpretación: En la pregunta 03 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 12,5% manifiestan que están de desacuerdo con la ley contra el Bioterrorismo para la entrada de sus productos a los Estados Unidos, 27,5% manifiestan que si están de acuerdo y que cumplen con la ley contra el Bioterrorismo para la entrada de sus productos a los Estados Unidos y el 47,55% que si están totalmente de acuerdo con la ley contra el Bioterrorismo para la entrada de sus productos a los Estados Unidos.

TABLA 14. *Certificados de origen aprobado por SENASA*

4. La empresa para exportar cuenta con el certificado de origen aprobado por SENASA y exigidos según requerimientos por FDA.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	Indiferente	6	15,0	15,0	20,0
	De Acuerdo	10	25,0	25,0	45,0
	Totalmente de Acuerdo	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

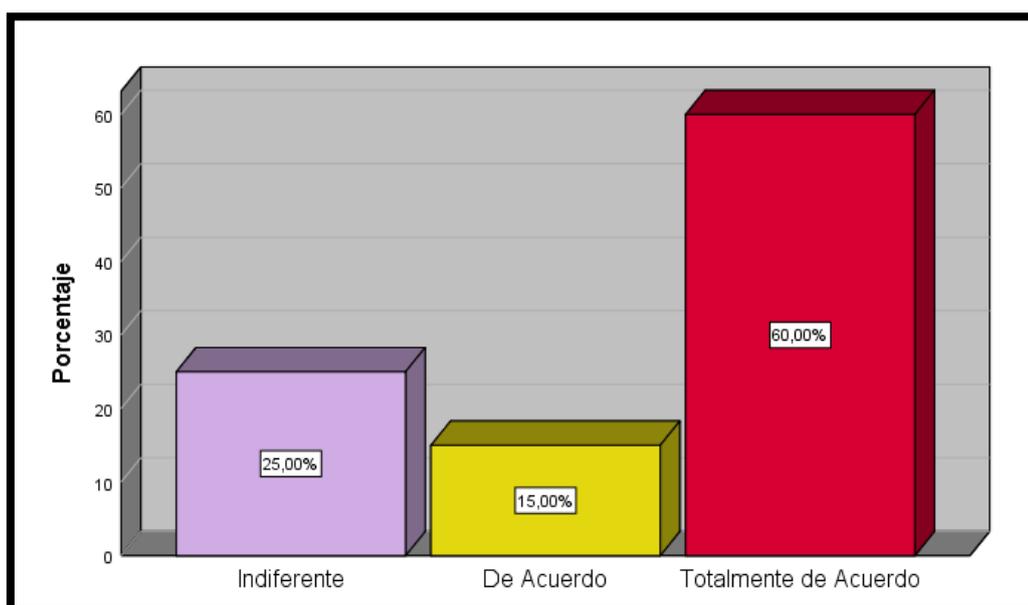


Figura 6: Certificados de origen aprobado por SENASA

Interpretación: En la pregunta 04 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 5% manifiesta que están en desacuerdo a que la empresa cuenta con el certificado de origen aprobado por SENASA, 15% manifiesta que son indiferente sobre el certificado de origen aprobado por SENASA, 25% manifiesta que están de acuerdo con el certificado de origen aprobado por SENASA y el 55% manifiestan que están totalmente de acuerdo sobre el certificado de origen aprobado por SENASA y que son exigidos por la FDA.

TABLA 15. *Exigencias de la ficha técnica.*

5. Cumple con la exigencia de la ficha técnica y la descripción del producto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	10	25,0	25,0	25,0
	De Acuerdo	6	15,0	15,0	40,0
	Totalmente de Acuerdo	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

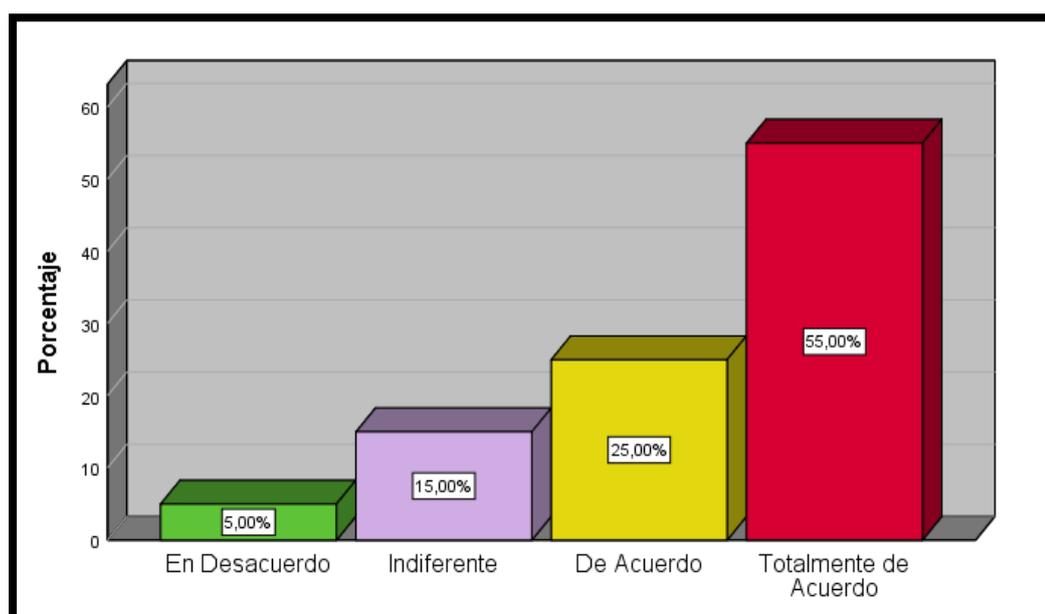


Figura 7: Exigencias de la ficha técnica.

Interpretación: En la pregunta 05 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 15% manifiestan que están de acuerdo con las exigencias de la ficha técnica y la descripción del producto, 25% manifiesta que son indiferentes con las exigencias de la ficha técnica y la descripción del producto y el 60% manifiesta que están totalmente de acuerdo con las exigencias de la ficha técnica y la descripción del producto.

TABLA 16. *La empresa está certificada por SENASA*

6. La empresa está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales para cumplir los estándares de inocuidad y salubridades					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	Indiferente	3	7,5	7,5	12,5
	De Acuerdo	13	32,5	32,5	45,0
	Totalmente de Acuerdo	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

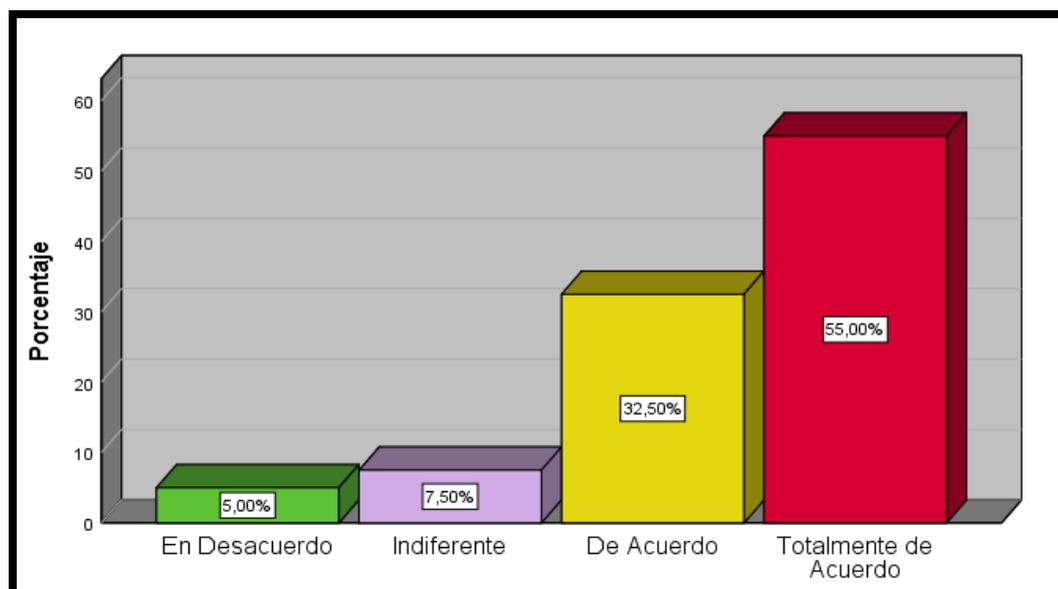


Figura 8: La empresa está certificada por SENASA

Interpretación: En la pregunta 06 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 5% manifestó que están en desacuerdo que está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales, 7.5% manifestó que es indiferente que está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales, 32.5% manifestó que está de acuerdo que está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales y el 55% manifestó que está totalmente de acuerdo que está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales.

TABLA 17. *El contrato tiene todas las cláusulas de exportación*

7. El contrato cuenta con las principales cláusulas para la exportación		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	Indiferente	8	20,0	20,0	22,5
	De Acuerdo	10	25,0	25,0	47,5
	Totalmente de Acuerdo	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

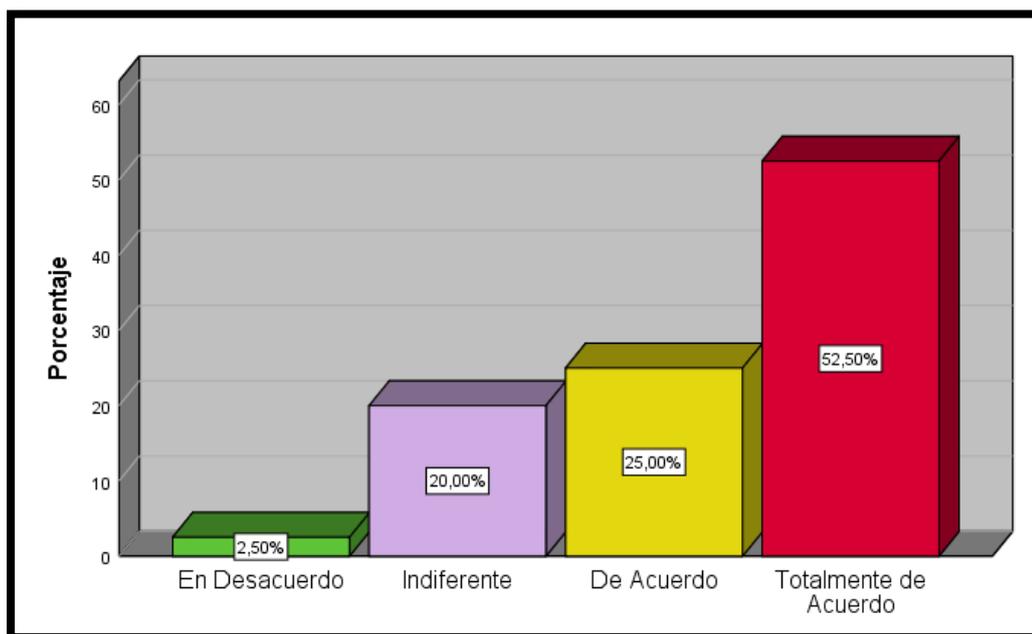


Figura 9: El contrato tiene todas las cláusulas de exportación

Interpretación: En la pregunta 07 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 2.5% manifestó que están en desacuerdo que el contrato cuenta con las principales cláusulas para la exportación, 20% manifestó que es indiferente que el contrato cuenta con las principales cláusulas para la exportación, 25% manifestó que están de acuerdo que el contrato cuenta con las principales cláusulas para la exportación y el 52.5% manifestó que están totalmente de acuerdo que el contrato cuenta con las principales cláusulas para la exportación.

TABLA 18. *La empresa cuenta con packinglist*

8. Cuenta la empresa con el packinglist para exportar la harina de maca al mercado americano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	Indiferente	10	25,0	25,0	27,5
	De Acuerdo	12	30,0	30,0	57,5
	Totalmente de Acuerdo	17	42,5	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

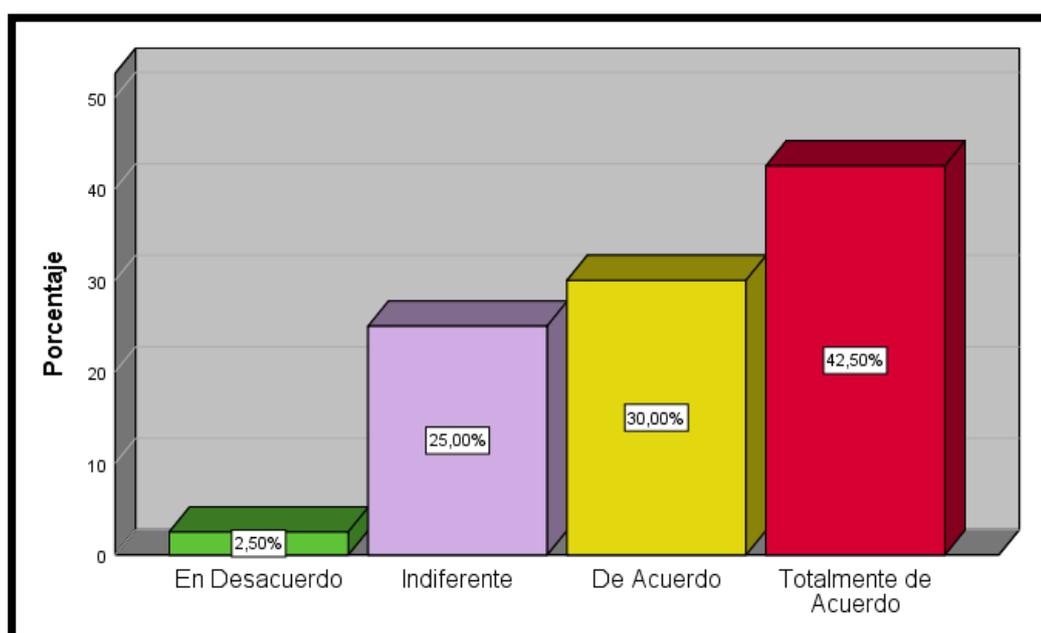


Figura 10: La empresa cuenta con packinglist

ción: En la pregunta 08 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 2.5% manifiesta que están en desacuerdo que la empresa cuente con el packinglist para exportar la harina de maca, 25% manifiesta que es indiferente que la empresa cuente con el packinglist para exportar la harina de maca, 30% manifiesta que están de acuerdo que la empresa cuente con el packinglist para exportar la harina de maca y el 42.5 % manifiesta que están totalmente de acuerdo que la empresa cuente con el packinglist para exportar la harina de maca.

TABLA 19. *Certificado de seguro de transporte*

9. La empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	5	12,5	12,5	12,5
	Indiferente	10	25,0	25,0	37,5
	De Acuerdo	6	15,0	15,0	52,5
	Totalmente de Acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

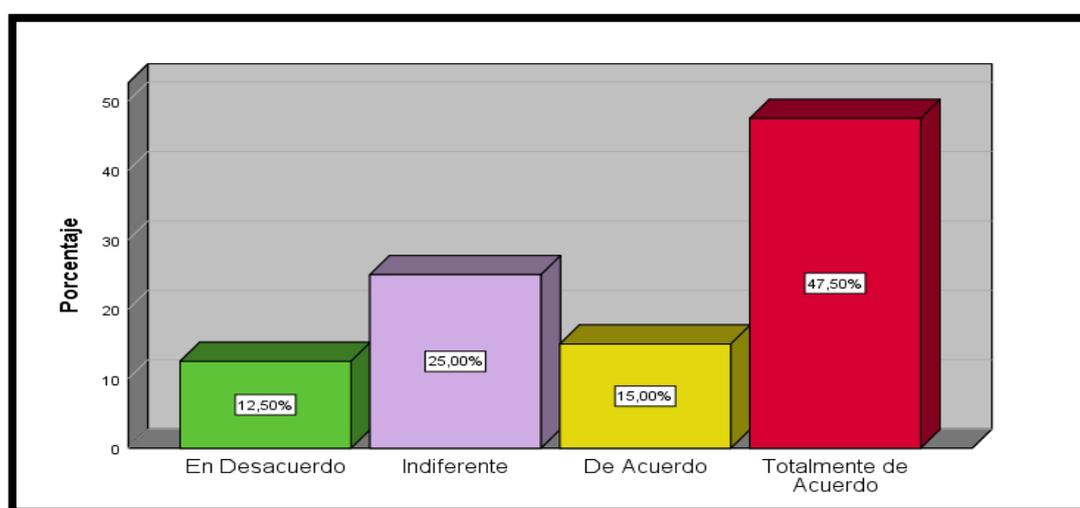


Figura 11: *Certificado de seguro de transporte*

Interpretación: En la pregunta 09 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 12.5% manifiesta que están en desacuerdo a que la empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca, 15% manifiesta que la están de acuerdo que la empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca, 25% manifiesta que son indiferente a que la empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca y el 47.5% manifiesta que están totalmente de acuerdo a que la empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca.

TABLA 20. *La oferta del producto exportable*

10. La oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	3	7,5	7,5	7,5
	Indiferente	7	17,5	17,5	25,0
	De Acuerdo	5	12,5	12,5	37,5
	Totalmente de Acuerdo	25	62,5	62,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

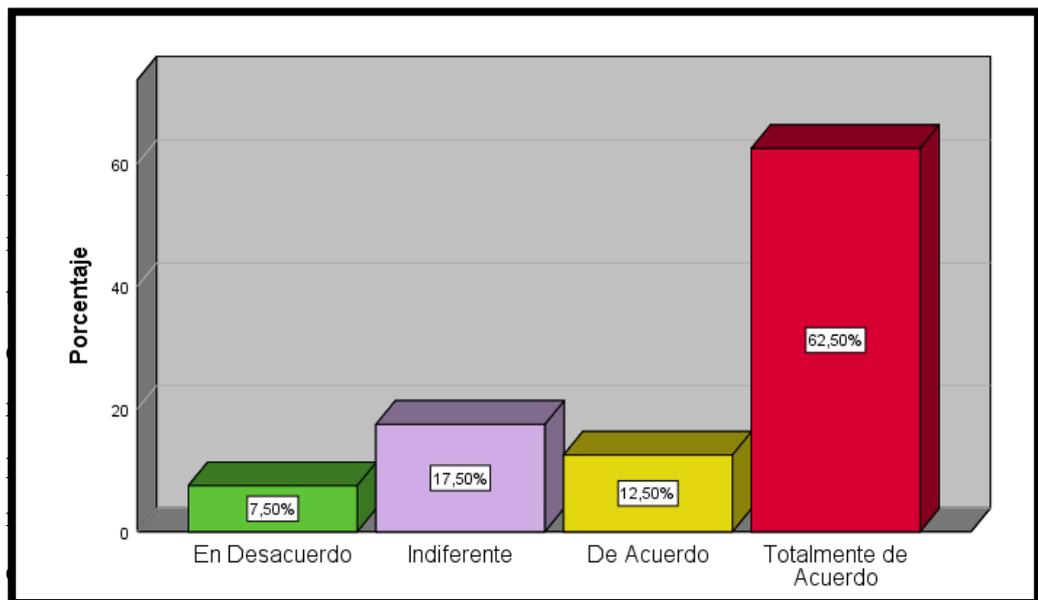


Figura 12: La oferta del producto exportable

a

ción: En la pregunta 10 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 7.5% manifiesta que están en desacuerdo sobre la oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas, el 12.5% manifiesta que están de acuerdo que la oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas, el 17.5% manifiesta ser indiferente sobre la oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas.

TABLA 21. *El precio de la exportación al mercado americano*

11. El precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	4	10,0	10,0	10,0
	Indiferente	13	32,5	32,5	42,5
	De Acuerdo	13	32,5	32,5	75,0
	Totalmente de Acuerdo	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

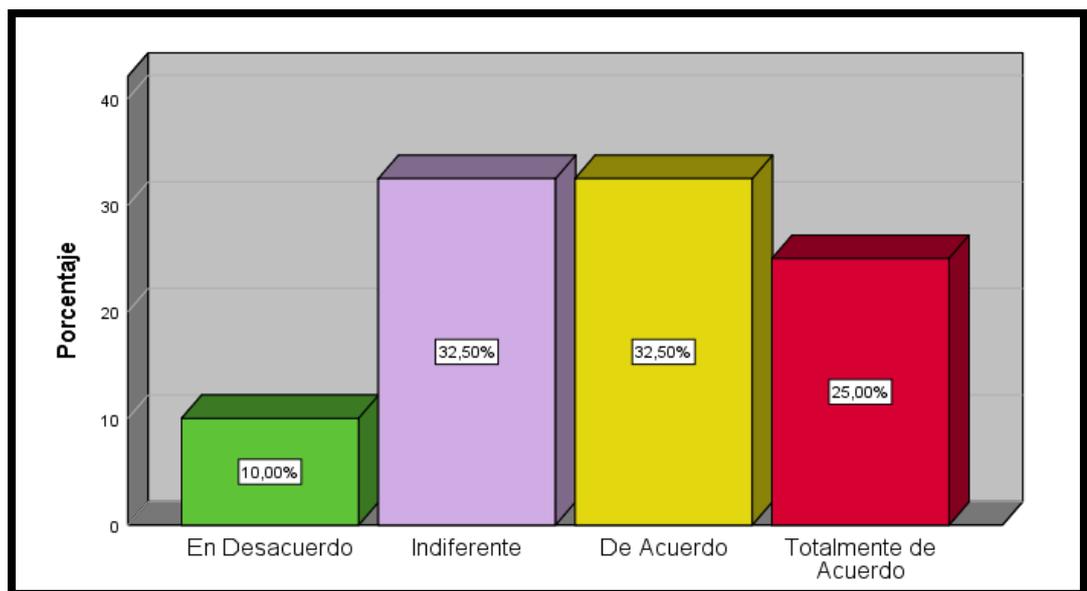


Figura 13: El precio de la exportación al mercado americano

¿

ción: En la pregunta 11 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 10% manifiesta que están en desacuerdo que el precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad, 25% manifiesta que están totalmente de acuerdo que el precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad, 32.5% manifiesta que estás de acuerdo que el precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad.

TABLA 22. *La diversidad y calidad del producto*

12. La diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,5	7,5	7,5
	En Desacuerdo	1	2,5	2,5	10,0
	Indiferente	7	17,5	17,5	27,5
	De Acuerdo	6	15,0	15,0	42,5
	Totalmente de Acuerdo	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

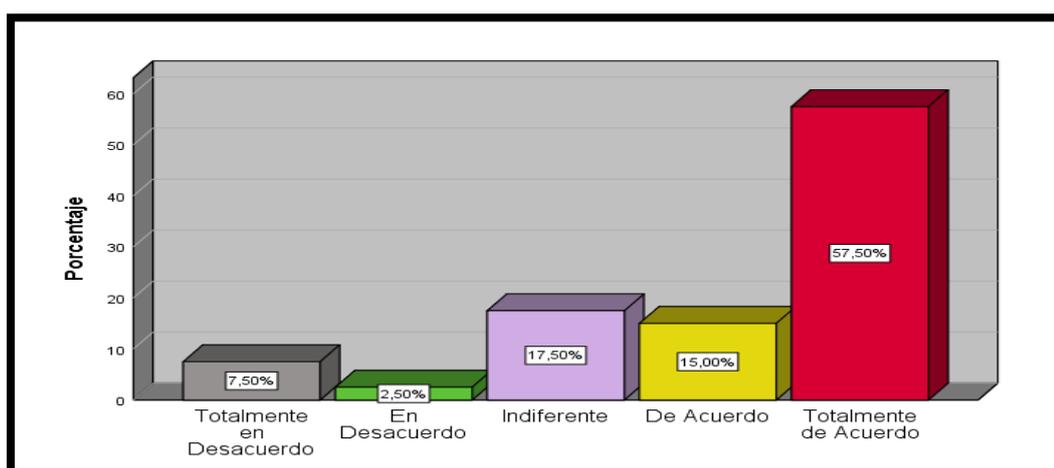


Figura 14: *La diversidad y calidad del producto*

Interpretación: En la pregunta 12 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 2.5% manifiesta que están en desacuerdo que la diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano, 7.5% manifiesta que están totalmente desacuerdo que la diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano, 15% manifiesta que están de acuerdo que la diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano, 17.5% manifiesta que es indiferente que la diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano y el 57.5% manifiesta que están totalmente de acuerdo que la diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano.

TABLA 23. *Capacidad óptica de la empresa en la producción*

13. La empresa cuenta con una buena capacidad óptima de producción de la harina de maca.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	9	22,5	22,5	22,5
	Indiferente	6	15,0	15,0	37,5
	De Acuerdo	7	17,5	17,5	55,0
	Totalmente de Acuerdo	18	45,0	45,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

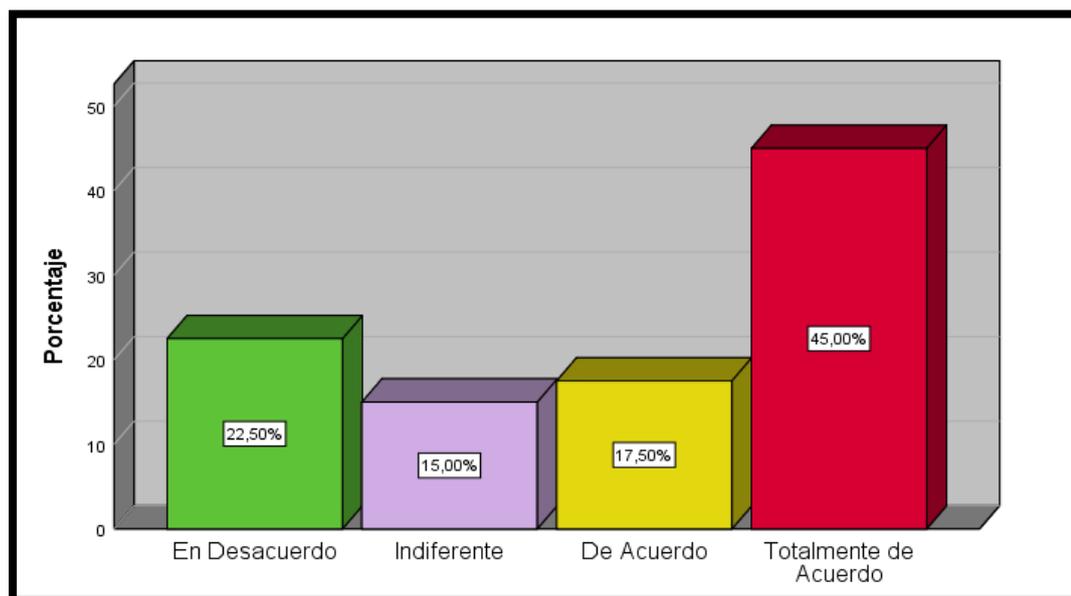


Figura 15: *Capacidad óptica de la empresa en la producción*

Interpretación: En la pregunta 13 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 15% manifiesta que son indiferentes a que la empresa cuenta con una buena capacidad óptima de producción de la harina de maca, el 17.5% Manifiesta que está de acuerdo a que la empresa cuenta con una buena capacidad óptima de producción de la harina de maca, el 22.5% manifestó que están en desacuerdo a que la empresa cuenta con una buena capacidad óptima de producción de la harina de maca y el 45% manifiesta que están totalmente de acuerdo a que la empresa cuenta con una buena capacidad óptima de producción de la harina de maca.

TABLA 24. Participación en ferias y ruedas

14. Participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	3	7,5	7,5	7,5
	En Desacuerdo	1	2,5	2,5	10,0
	Indiferente	10	25,0	25,0	35,0
	De Acuerdo	5	12,5	12,5	47,5
	Totalmente de Acuerdo	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

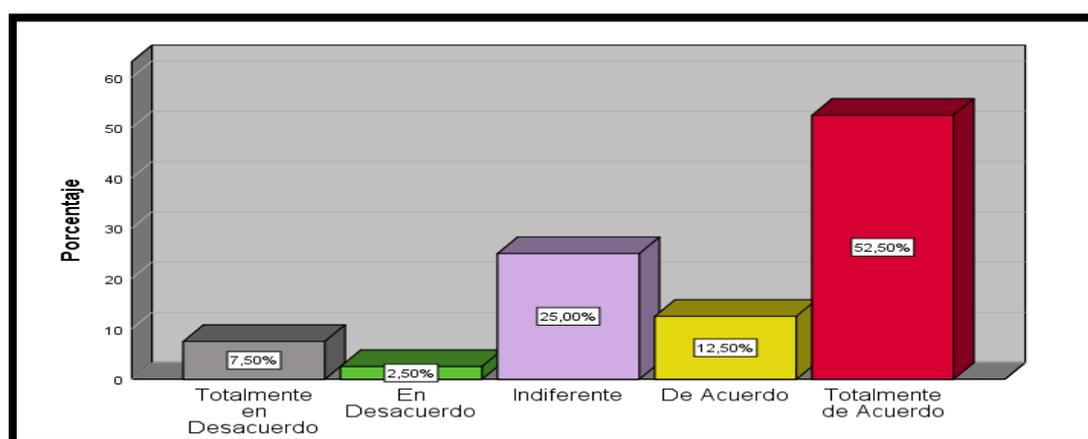


Figura 16: Participación en ferias y ruedas

Interpretación: En la pregunta 14 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 2.5% manifiesta que están en desacuerdo a que participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX, el 7.5% manifiesta que están totalmente en desacuerdo a que participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX, el 12.5% manifiesta que están de acuerdo a que participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX, el 25% manifiesta a que son indiferentes a que participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX y el 52.5% manifiesta que están totalmente de acuerdo a que participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX.

TABLA 25. Participa en ferias convocadas por PRODUCE

15. Incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	3	7,5	7,5	7,5
	Indiferente	4	10,0	10,0	17,5
	De Acuerdo	11	27,5	27,5	45,0
	Totalmente de Acuerdo	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

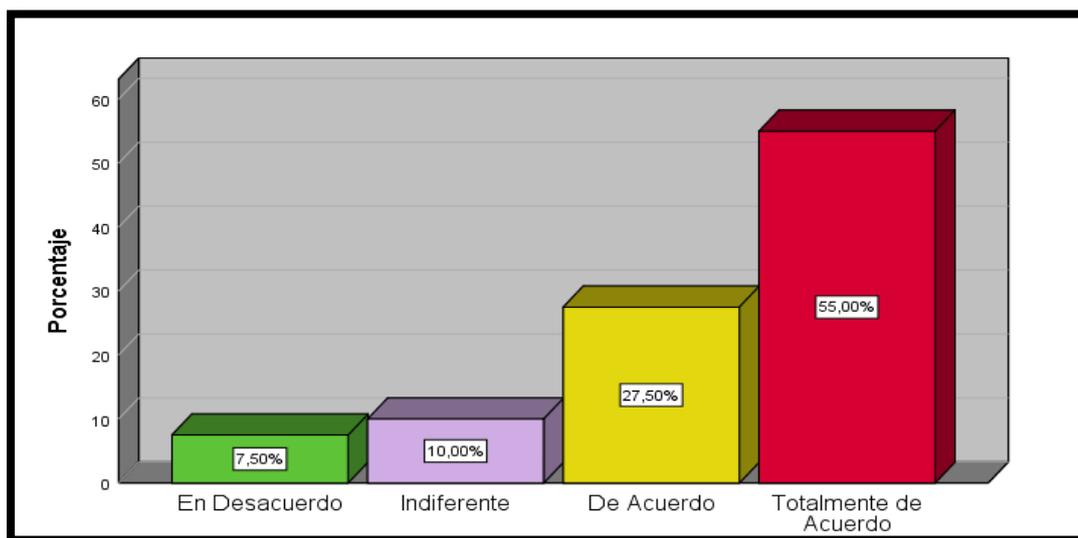


Figura 17: Participa en ferias convocadas por PRODUCE

Interpretación: En la pregunta 15 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 7.5% manifiesta que están en desacuerdo que incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE, 10% manifiesta que es indiferente que están en desacuerdo que incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE, 27.5% manifestó que están de acuerdo que están en desacuerdo que incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE y el 55% manifestó que están totalmente de acuerdo que están en desacuerdo que incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE.

TABLA 26. Asesoramiento técnico y comercial

16. Reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	Indiferente	14	35,0	35,0	40,0
	De Acuerdo	11	27,5	27,5	67,5
	Totalmente de Acuerdo	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

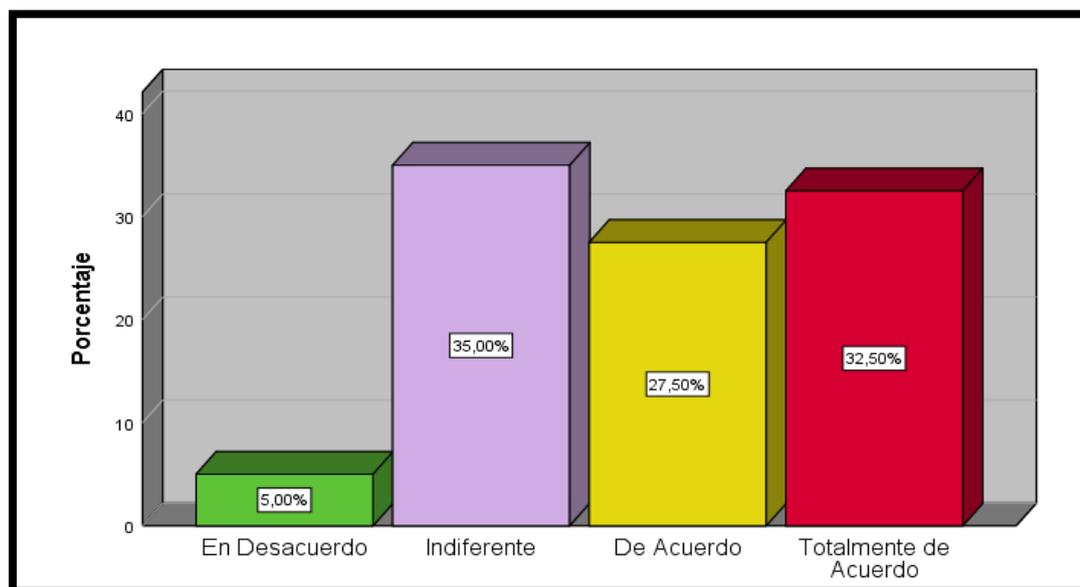


Figura 18: Asesoramiento técnico y comercial

Interpretación: En la pregunta 16 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 5% manifiesta que están en desacuerdo a que reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú, 27.5% manifiesta que están de acuerdo a que reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú, el 32.5% manifiesta a que están en total de acuerdo a que reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú y el 35% manifiestan a que son indiferentes a que reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú.

TABLA 27. *La producción del insumo natural*

17. La producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	Indiferente	7	17,5	17,5	20,0
	De Acuerdo	14	35,0	35,0	55,0
	Totalmente de Acuerdo	18	45,0	45,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

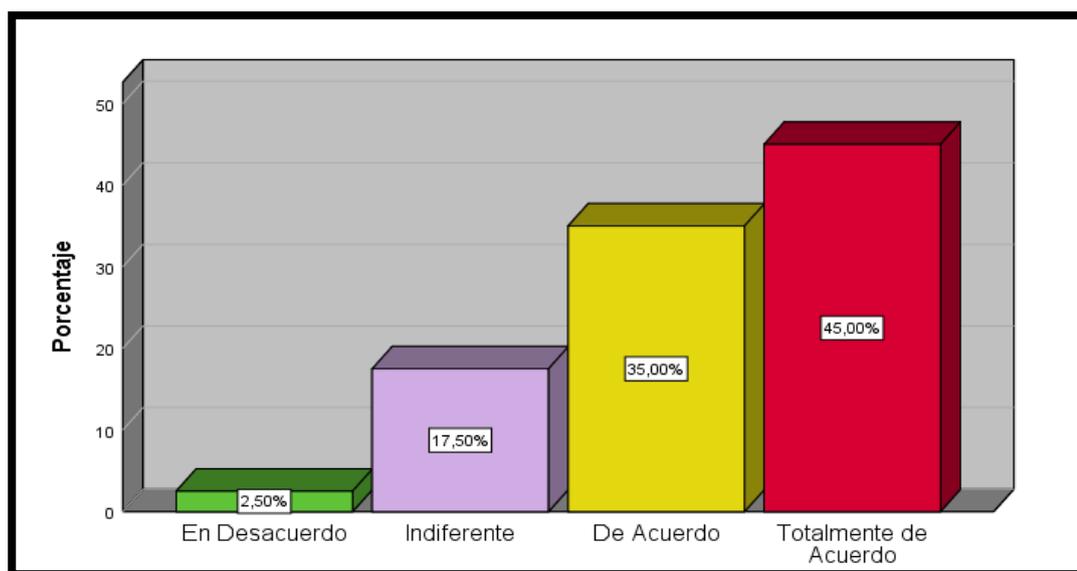


Figura 19: *La producción del insumo natural*

Interpretación: En la pregunta 17 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, 2.5% manifiesta que están en desacuerdo a que la producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino, 17.5% manifiesta que son indiferentes a que la producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino, el 35% manifiesta a que están de acuerdo a que la producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino y el 45% manifestó a que están totalmente de acuerdo a que la producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino.

TABLA 28. *La demanda de la harina de maca*

18. La demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	5	12,5	12,5	12,5
	Indiferente	11	27,5	27,5	40,0
	De Acuerdo	3	7,5	7,5	47,5
	Totalmente de Acuerdo	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

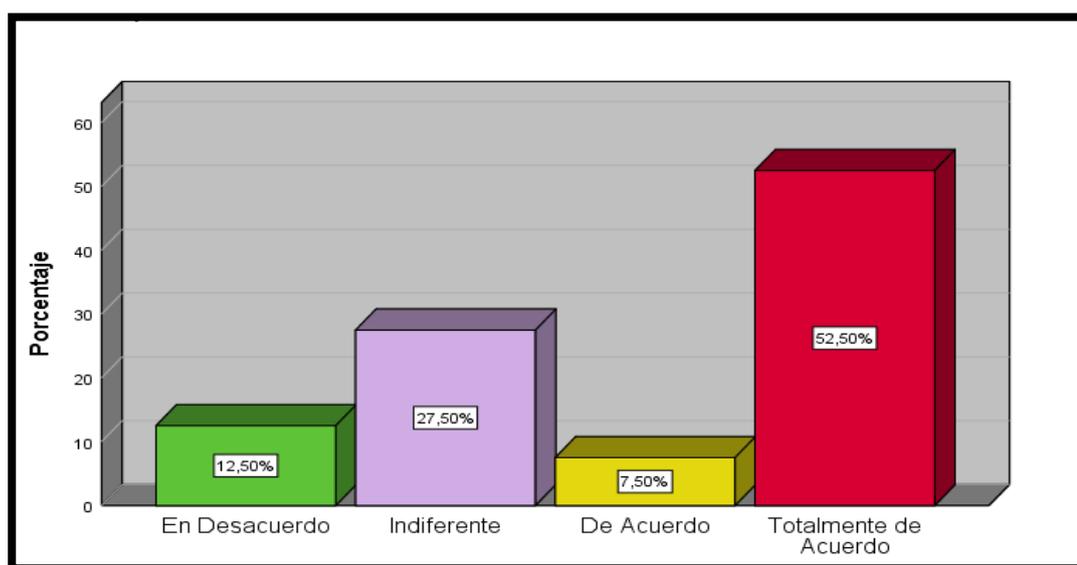


Figura 20: La demanda de la harina de maca

Interpretación: En la pregunta 18 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 7.5% manifiesta que están de acuerdo a que la demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas, 12.5% manifiesta que están en desacuerdo a que la demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas, 27.5% manifiesta a que son indiferentes a que la demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas y el 52.5% manifestó a que están totalmente de acuerdo a que la demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas.

TABLA 29. *El volumen exportado*

19. Su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	5	12,5	12,5	12,5
	Indiferente	6	15,0	15,0	27,5
	De Acuerdo	5	12,5	12,5	40,0
	Totalmente de Acuerdo	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

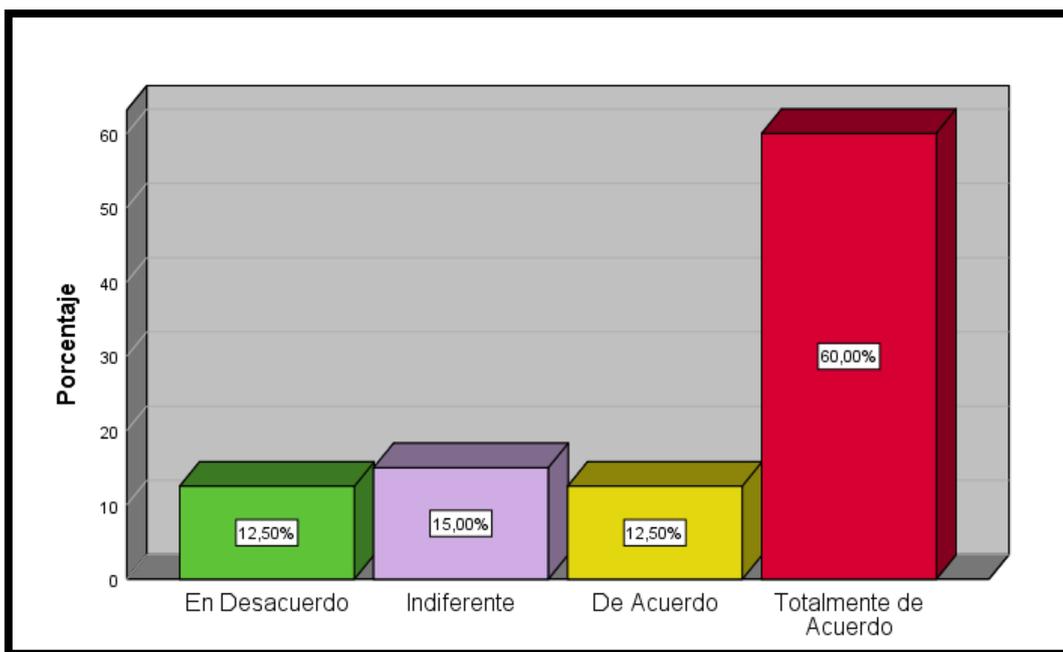


Figura 21: El volumen exportado

Interpretación: En la pregunta 19 del total de encargados encuestados que laboran en las áreas de ventas, marketing, importación y exportación que representa el 100%, el 12.5% manifiesta que están en desacuerdo a que su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente, el 12.5% manifiesta que están de acuerdo a que su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente, el 15% manifiesta a que son indiferente a que su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente y el 60% manifiesta a que están totalmente de acuerdo sobre su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente.

3.2. Análisis inferencial

RH de Spearman

TABLA 30. *Tabla de RH de Spearman*

VALOR	SIGNIFICADO
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Prueba de Hipótesis General

H1: Existe relación significativa entre el incremento de la exportación y comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017

H0: No Existe relación significativa entre el incremento de la exportación y comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017

TABLA 31. Correlación General, Exportación y comercialización

Correlaciones				
			exportación	comercialización
Rho de Spearman	EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,804**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	COMERCIALIZACIÓN	Coefficiente de correlación	,804**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

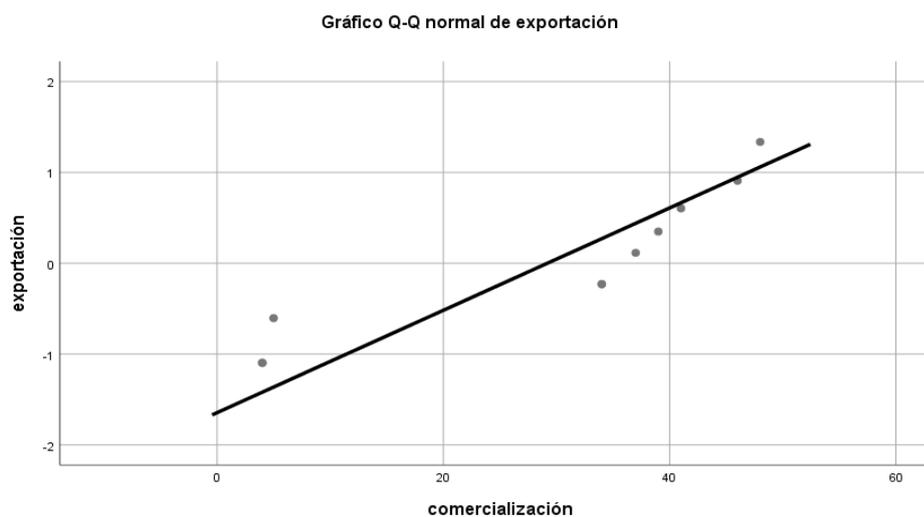


Figura 22: Correlación General, Exportación y comercialización

Interpretación:

El grado de correlación según R_h de Spearman muestra que la variable independiente que es la exportación y la variable dependiente que es la comercialización nos dice que tiene una correlación positiva alta y una significativa de 0,000 que es menor a 0,05. Donde podemos decir que se acepta la hipótesis alterna donde existe relación entre la exportación y comercialización de la Harina de maca a los Estados Unidos entre los años 2015 al 2017

Prueba de Hipótesis Específica 1

H1: Existe relación significativa entre los requerimientos para exportar y comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017.

H0: No existe relación significativa entre los requerimientos para exportar y comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017.

TABLA 32. *Correlación Específica 1, Requerimiento para exportar y Comercialización*

Correlaciones				
			requerimientos de la empresa exportadora	comercialización
Rho de Spearman	requerimientos de la empresa exportadora	Coefficiente de correlación	1,000	,779**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	comercialización	Coefficiente de correlación	,779**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

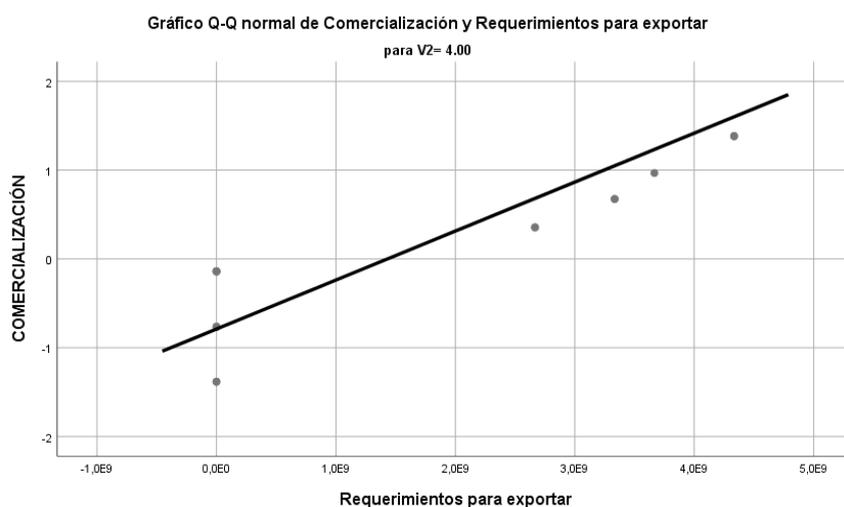


Figura 23: *Correlación Específica 1, Requerimiento para exportar y Comercialización*

Interpretación:

La correlación entre los requerimientos de la empresa exportadora y la comercialización según Rh de Spearman es de 0.779 lo cual significa que tiene una correlación positiva moderada, con una significancia de 0,01 el cual podemos decir que si tienen una relación, ya que es menor a 0.05 y donde se puede concluir diciendo que se acepta la hipótesis alterna donde existe relación entre los requerimientos de la empresa exportadora y la comercialización de la Harina de maca a los Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.

Prueba de Hipótesis Específica 2

H1 Existe relación significativa entre exigencias y comercialización de la harina de maca a los estados unidos en los años 2015 al 2017.

H0 No Existe relación significativa entre exigencias y comercialización de la harina de maca a los estados unidos en los años 2015 al 2017.

TABLA 33. *Correlación Específica 2, Exigencias y Comercialización.*

Correlaciones				
			exigencias	comercialización
Rho de Spearman	exigencias	Coefficiente de correlación	1,000	,555**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Comercialización	Coefficiente de correlación	,555**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

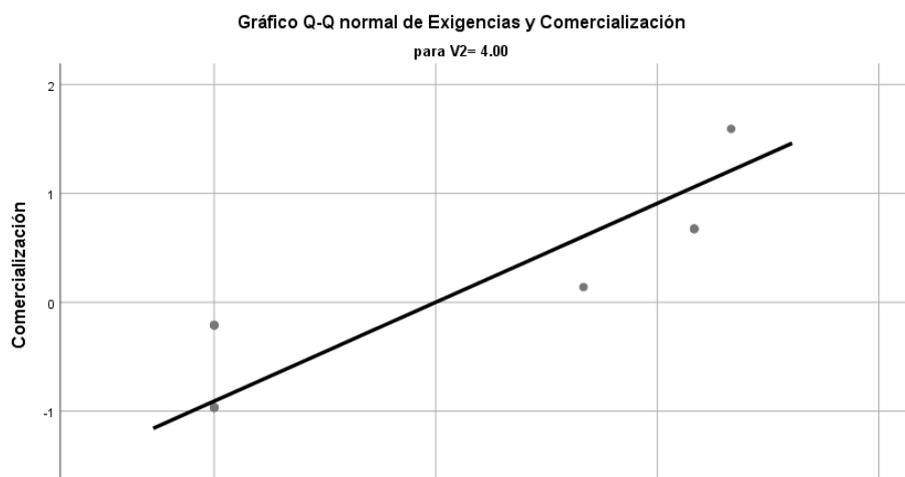


Figura 24: Correlación Específica 2, Exigencias y Comercialización.

Interpretación:

La correlación entre las exigencias y la comercialización según Rh de Spearmanes de 0.555 lo cual significa que tiene una correlación positiva moderada, con una significancia de 0.01 el cual podemos decir que, si tienen una relación, ya que es menor a 0.05, en donde se puede concluir diciendo que se acepta la hipótesis alterna y que existe una relación entre las exigencias y la comercialización de la harina de maca al mercado estadounidense.

Prueba de Hipótesis Específica 3

H1 Existe relación significativa entre la documentación y comercialización de la harina de maca a los estados unidos en los años 2015 al 2017.

H0 No Existe relación significativa entre la documentación y comercialización de la harina de maca a los estados unidos en los años 2015 al 2017.

TABLA 34. *Correlación Especifica 3, Documentación para exportar y Comercialización.*

Correlaciones			documentación para exportar	comercialización
Rho de Spearman	documentación para exportar	Coefficiente de correlación	1,000	,753**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Comercialización	Coefficiente de correlación	,753**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

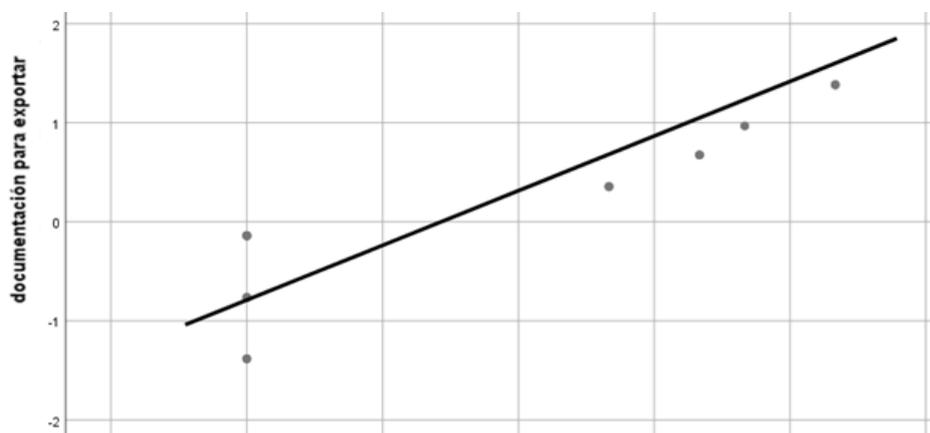


Figura 25: *Correlación Especifica 3, Documentación para exportar y Comercialización.*

Interpretación:

La correlación entre la documentación para exportar y la comercialización según Rh de Spearman es de 0,753, lo cual significa que tiene una correlación positiva moderada, con una significancia de 0.01 el cual podemos decir que, si tienen relación, ya que es menor a 0.05, en donde se puede concluir diciendo que se acepta la hipótesis alterna y que existe una relación entre la documentación para exportar y comercialización de la Harina de maca a los Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación pretende determinar la relación entre la exportación y la comercialización de la harina de maca a los estados Unidos en los años 2015 al 2017. Para ello se analizan con tesis similares.

En lo que respecta a los resultados que se obtuvieron en la investigación para la hipótesis general, se determinó que a través de RHo de Spearman, el grado de correlación fue de 0.804, con una significancia de 0.000 entre las exportaciones y Comercialización de harina de maca, obteniendo una correlación positiva alta, la cual significa que si aumenta las exportaciones favorecería para poder comercializar más la harina de maca al mercado Estadounidense, en consecuencia Arias J., Fassioli L. y Raymundo (2013) en su tesis titulada “Plan de negocios para la exportación y comercialización de la maca negra orgánica a China” afirma que para poder comercializar, ya que en China se requiere de un producto que cuente con todos los certificados y características y se busca que el producto no sea optando no tanto por el costo del producto sino más bien por su calidad y que la marca sea fundamental para el mercado online, también es poder comercializar el producto natural y orgánica ya que tiene muchos beneficios y ser reconocido como un producto peruano.

En lo que respecta a que si existe relación entre los requerimientos de la empresa exportadora y la comercialización, se determinó que a través de RHo de Spearman se obtuvo un grado de correlación de 0.779, con una significancia de 0.001 lo cual muestra que si existe relación, teniendo una correlación positiva alta, lo que determina que para las empresas exportadoras lo principal es poder tener todos los requerimientos para exportar y comercializar, Asian (2015) En su tesis titulada” Importancia de la cadena de valor del cultivo de maca en las exportaciones al mercado internacional 2005 - 2013” afirma que ya que para una buena comercialización de la harina de maca al mercado Estadounidense, y sobre todo contar con todos los requerimientos para el envase de la harina de maca que son dados por Senasa y contar con un buen etiquetado y contar con todos los ingredientes y beneficios de la maca ,también se puede decir que las exportaciones de la harina de maca tiene como principal importador a los Estados Unidos, el cual es cierto ya es uno de los productos de mayor calidad, gracias a ello sigue aumentando las exportaciones y es un producto que esta logrado llegar a los países de Europa ya que es producto natural que contiene muchos nutrientes y es saludable para el consumo humano.

En lo que se concierne a que existe relación entre las exigencias y la comercialización, se determinó que a través de RHo de Spearman se obtuvo el grado de correlación de 0.555, con una significancia de 0.001 lo cual demuestra que si existe relación, el cual tiene una correlación positiva moderada, las empresas deben de contar con los certificados y la ficha técnica ya que para es necesario para que se pueda comercializar la harina maca, por lo tanto Rodríguez (2015) En su tesis titulada “Exportación y las exigencias de la harina de maca a California Estados Unidos de Norteamérica” afirma que para contar con una buena comercialización se debe tener en cuenta todas las certificaciones, la ficha técnica y las condiciones de ingreso de la harina de maca a los Estados Unidos ya que el mayor volumen de exportación que va hacia a los Estados Unidos, Por sus diversas formas de consumo de maca, bebidas a base de maca, también, se observa que los Estados Unidos tuvo un gran volumen que fue importado en toneladas, lo que evidencia que es una muy buena ocasión y oportunidad para poder exportar maca dándole un valor agregado.

Se determina que si existe relación entre la documentación para exportar y la comercialización, el cual se utilizó ELRHo de Spearman que se obtuvo el grado de correlación de 0.565, con una significancia de 0.01 lo que se termina que si existe relación, tiene una correlación positiva alta, ya que las empresas necesita de una serie de documentos para que el producto se pueda comercializar y transportar con total tranquilidad, en consecuencia Pozo (2014)” Uso de las plantas medicinales en la comunidad del Cantón Yacuambi durante el periodo Julio- Diciembre 2011”. Afirma que para la comercialización y transportar las diversas formas de maca debe de tener los diversos contratos de igual forma para las diversas formas de consumo de maca, bebidas a base de maca, frutas deshidratantes, mermeladas que son convidadas con diversas frutas y la harina de maca, capsulas a base de maca. La mayor cantidad exportada tiene como destino EE. UU en harina de maca y solamente el 6% es otorgada por la maca encapsulada, esto es una buena e importante oportunidad para exportar la maca con un valor adicional encontrado.

V.CONCLUSIÓN

5.1. Luego del análisis, hemos podido determinar que, si existe relación entre la exportación y la comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017, el grado de correlación es positiva muy alta. Finalmente se puede observar que luego de observar los resultados según la RHo de Spearman que es de 0,804; su nivel de significancia es de 0,001, el menor es a 0,05 el cual nos afirma nuestra hipótesis general. Y determina que el exportar la harina de maca requiere de muchos documentos y exigencias.

5.2 Para determinar la relación que existe entre los requerimientos para exportar y la comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017, su nivel de significancia es de según la RHo de Spearman es de 0.779 el cual su correlación es positiva moderada con una significancia de 0,001. El cual se dice que los requerimientos para exportar es contar con todos los permisos para que la harina de maca pueda contar con un buen envase y embalaje en donde ahí se encuentres todos los beneficios del producto, también tenga un buen marcado y etiquetado

5.3 Se logró identificar el grado de RHo de Spearman es de 0.555, su significancia es de 0.01, lo cual significa que tiene una correlación positiva moderada, siendo mayor a 0,05 el cual podemos afirmar que existe relación entre las exigencias y la comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017, por consecuente las exigencias es un factor también principal ya que gracias a ello, la harina e maca obtiene su certificado dado por la FDA también la ficha técnica el cual determina toda las característica de la harina de maca y barreras de ingreso que se requiere para exportar a Estados Unidos.

5.4 Por ultimo la relación entre los documentos y comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017, su nivel de correlación según RHo de Spearman es de 0.753, lo cual significa que tiene una correlación positiva moderada con un grado de significancia de 0.01. Los documentos son una de las herramientas indispensable para que se pueda permitir un mejor flujo adecuado de las mercancías ya que son los medios probatorios para los contratos, para la entrega de las mercancías y son una de las herramientas principales para el sistema financiero

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que para que siga la tendencia de la exportación de la harina de maca, sea necesario que los países que también exporten este producto puedan mejorar más toda sus requerimientos que cada empresa requiere para exportar, contar con una buena desarrollo de producción para que así pueda seguir en grandes escalas, también contar con todos os parámetros de calidad de producto que exigen todos los países que importan la harina de maca para su consumo, ya que si cuentan con todos los parámetros para exportar aumentaría el volumen del valor exportado para el Perú y así beneficiaría a todos los pises que se dediquen a la venta de la harina de maca.

2. Para que se pueda seguir aumentando la venta de la harina de maca todas las empresas exportadoras deben de contar con todos los requerimientos y estándares necesarios para la comercialización de la harina de maca al mercado internacional, por eso el gobierno debe brindar y promover a través del ministerio de la agricultura a realizar las buenas prácticas para todos los procesos que se requiere y permitir de esta manera a que la harina de maca pueda contar con sus respectivos envases y embalaje , marcado y etiquetado , también con todos los requerimientos legales necesarios.

3. Respecto a las exigencias es seguir todo el proceso de certificaciones dadas por SENASA para que la harina de maca se pueda comercializar sin ningún problema y así seguir aumentando con las exportaciones peruanas, también poder contar con una ficha técnica sobre la harina de maca el cual ayuda a que el consumidor pueda saber todos los beneficios y composiciones del producto

4. Para lograr seguir teniendo la tendencia positiva de la harina de maca peruana se debe seguir contando con todos los documentos para la exportación que son requeridos por aduana y las organizaciones reguladoras, también las empresas ya que tienen diversas áreas que son las organizaciones y los accionistas y por último que son los proveedores todo eso nos muy importantes y todas las empresas exportadoras deben tener para poder aumentar las exportaciones.

REFERENCIAS

- Asían, M. (2015). *Importancia de la cadena de valor del cultivo de maca en las exportaciones al mercado internacional 2005-2013* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo). Trujillo.
- Adex (2010) *Datos de exportacion de la harina de maca.Lima- Perú.*
- Agrodataperu (2016). Maca harina Perú exportación 2016 -2017
- Arias, J., Fassioli, L. y Raymundo, C. (2016).*Plan de negocios para la exportación de la maca negra orgánica a China* (Tesis de magister en administración de empresas , Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). Lima
- Asian, M.(2015) *Importancia de la cadena de valor del cultivo de maca en las exportaciones al mercado internacional 2005 – 2013* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo). Trujillo
- Arméstar, B. (2013). *De la micro competitividad a la competitividad nacional*. Sinergia e innovación, 1(14).
- Amcham, P. (2006). *El principio seguido de la fda, certificado de calidad. Lima Perú*
- Bancomext (2015) *Plan de Negocios de exportación.*
- Barros, S. (2003) *Contrato de compraventa y permuta*. Madrid: España
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación* (2da.ed). México: Ed. Pearson
- Careaga, J. (2006). *Manejo y reciclaje de los residíos de envases*. México: sedesol.
- Castro, J. (2014) *La exportación de Lúcum a China.*
- Daniels y Radebagueah (2017) *La exportación.*
- Douglass C. (1920) *La teoría a base de exportación* (p.63 - 80)
- Guijarro, D. (2011). *Proyecto de factibilidad para la producción y exportación de raíz de maca al mercado chino* (Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica Equinoccial) Quito, Ecuador.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014) *métodos de la investigación*. Ed McGraw hill. Pg

- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. (6va ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernandez. A. (2012) *De las 4P DEL Marketing*.
- Lizárraga (2015). *Definiciones sobre las exportaciones*. (p.7).
- Planet, L. (2018). *Packing List t: 80 Tear-Off Packing Promptsfor Every Type of Travel Tip*. Ed: Ilustrada
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. La Prensa Libre.
- Pozo, G. (2014). *Uso de las plantas medicinales en la comunidad del Cantón Yacuambi durante el periodo Julio- Diciembre 2011*. Universidad técnica particular de Loja - Ecuador.
- Pozo, G.(2014). *Uso de las plantas medicinales en la comunidad del Cantón Yacuambi durante el periodo Julio- Diciembre 2011*. (Tesis de la Universidad técnica Particular de Loja)
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. La Prensa Libre.
- Reyes (2006) *Factibilidad de empresa productora y procesadora-exportadora deesparrago verde* (Tesis de grado) Pontifica Universidad Catolica del Perú)
- Rodríguez, A. (2016) *Costos internacionales para importar y exportar*. (Universidad nacional mayor de san marcos) Lima- Perú.
- Rodríguez (2015) *Exportación y exigencias de la harina de maca a California Estados Unidos de Norteamérica*
- Sampieri, R., Collado, C. F., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2015
- Sampieri, R. (2013). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. (2ª Ed.) España: Universidad Jaume I.
- Silva, J. (2017). *Ley contra el Bioterrorismo*.
- Siicex (2017) *El envío de las mercancías al mercado Estadounidense*
- Sunat (2015) *Las exportaciones*.
- Sunat (2016)*El contrato para exportar*

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables

Matriz de Consistencia							
Título: El Incremento de la Exportación y Comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema general</p> <p>¿Qué relación existiría entre la exportación y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Existe relación entre los requerimientos y la comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017?</p> <p>¿Existe alguna relación entre las exigencias y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Establecer la relación que existe entre la exportación y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017</p> <p>Objetivo Específico</p> <p>Determinar la relación que existe los requerimientos para exportar y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017.</p> <p>Analizar la relación que existe entre exigencias y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación significativa entre la exportación y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe relación significativa entre los requerimientos para exportar y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017.</p> <p>Existe relación significativa entre exigencias y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los</p>	Variable 1: Exportación				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Requerimientos de la empresa exportadora	- Envase y embalaje - Marcado y etiquetado - Requerimientos legales de comercio exterior	1 2 3	Escala de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo (TD) (2) En desacuerdo (ED)	Alto 56 - 75
Exigencias	- Certificado - Ficha técnica - Condición y Barreras de Ingreso	4 5 6	(3) Indiferente (I) (4) De acuerdo (DA)	Moderado 36 - 55			
Documentación para exportar	- Contrato - Packinglist o Lista de embarque - Transporte	7 8 9	(5) Totalmente de acuerdo (TA)	Bajo 15 - 35			

años 2015 al 2017? ¿Existe alguna relación entre los documentos y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017?	años 2015 al 2017. Evaluar la relación que existe entre la documentación y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017.	años 2015 al 2017. Existe relación significativa entre la documentación y comercialización de la harina de maca a EEUU entre los años 2015 al 2017.					
Variable 2: Comercialización							
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
			Marketing Mix	Producto Precio Plaza Promoción	1 2 3 4	Escala de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo (TD) (2) En desacuerdo (ED)	Alto 56 - 75
			Feria Agro exportador	Comex Produce Adex	5 6 7		(3) Indiferente (I)
			Demanda	Volumen Costos	8 9,10	(4) De acuerdo (DA) (5) Totalmente de acuerdo (TA)	Bajo 15 - 35

Elaboración propia

Anexo 2. Encuesta

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, la suscrita alumna Castañeda Ricaldi, Rosa Yolanda, con código de matrícula Nro. 6500022263, aspirante al grado de Bachiller en la Universidad Cesar Vallejo campus Ate con mención en negocios Internacionales. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado: “El incremento de la exportación y comercialización de la harina de maca a los Estados Unidos en los años 2015 al 2017”, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable Independiente:Exportación

Variable dependiente: Comercialización

ESCALA AUTOVALORATIVA DEL CONTROL INTERNO

Totalmente de acuerdo	(TA)	= 5
De acuerdo	(DA)	= 4
Indiferente	(I)	= 3
En desacuerdo	(ED)	= 2
Totalmente en desacuerdo	(TD)	= 1

ítems / preguntas	5	4	3	2	1
	TA	DA	I	ED	TD
Variable 1: Exportación					
D1: Requerimientos de la empresa exportadora					
1.-En la actualidad la empresa cuenta con el permiso y certificación como industria de alimentos dado por SENASA					
2.-Los envases y embalaje se encuentran certificado por SENASA y tiene la certificación por la FDA americana.					
3.-Cumple con la ley contra el Bioterrorismo en la entrada de sus productos a los estados unidos a estados unidos					

D2: Exigencias					
4.- La empresa para exportar cuenta con el certificado de origen aprobado por SENASA y exigidos según requerimientos por FDA					
5.- Cumple con la exigencia de la ficha técnica y la descripción del producto					
6.- La empresa está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales para cumplir los estándares de inocuidad y salubridades					
D3: Documentación para exportar					
7.-El contrato cuenta con las principales clausulas para la exportación					
8.- Cuenta la empresa con el packinglist para exportar la harina de maca al mercado americano					
9.- La empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca.					

RESPONSABLE: RYCR

ESCALA AUTOVALORATIVA CONTRATACIONES DEL ESTADO

Totalmente de Acuerdo (TA) = 5
 De Acuerdo (DA) = 4
 Indiferente (I) = 3
 En Desacuerdo (ED) = 2
 Totalmente en Desacuerdo (TD) = 1

Ítems / Preguntas	5	4	3	2	1
Variable 2: COMERCIALIZACIÓN	TA	DA	I	ED	TD
D1:Marketing Mix					
1.-La oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas					

2.-El precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad					
3.-La diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano.					
4.-La empresa cuenta con una buena capacidad optima de producción de la harina de maca.					
D2: Feria Agroexportador					
5.-Participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX					
6.-Incrementa su mayor participación en feriad, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE					
7.- Reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú.					
D3: Demanda					
8.-La producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino					
9.- La demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas					
10.-Su volumen exportable entre los años 2015 al 2017 ha crecido considerablemente.					

Anexo 3. Validación por juicio de Expertos

Dr. Zárate Suárez, Julio Samuel



Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Exportación

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Requerimientos de la empresa exportadora								
1	En la actualidad la empresa cuenta con el permiso y certificación como industria de alimentos dado por SENASA	✓		✓		✓		
2	Los envases y embalaje se encuentran certificado por SENASA y tiene la certificación por la FDA americana.	✓		✓		✓		
3	Cumple con la ley contra el Bioterrorismo en la entrada de sus productos a los estados unidos a estados unidos	✓		✓		✓		
D2: Exigencias								
4	La empresa para exportar cuenta con el certificado de origen aprobado por SENASA y exigidos según requerimientos por FDA.	✓		✓		✓		
5	Cumple con la exigencia de la ficha técnica y la descripción del producto	✓		✓		✓		
6	La empresa está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales para cumplir los estándares de inocuidad y salubridades	✓		✓		✓		
D3: Documentación para exportar								
7	El contrato cuenta con las principales clausulas para la exportación	✓		✓		✓		
8	Cuenta la empresa con el packinglist para exportar la harina de maca al mercado americano	✓		✓		✓		
9	La empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca..	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): ni aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

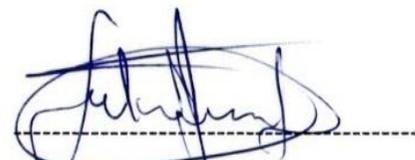
Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Zarate Suarez Julia DNI: 70868478

Especialidad del validador: Lic. Adm. de Negocios Internas. Doctor en Gestión

Lima 06 de 10 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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


Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Comercialización

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Marketing Mix								
1	La oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas	✓		✓		✓		
2	El precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad	✓		✓		✓		
3	La diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano.	✓		✓		✓		
4	La empresa cuenta con una buena capacidad optima de producción de la harina de maca.	✓		✓		✓		
D2: Feria Agroexportador								
5	Participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX	✓		✓		✓		
6	Incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE	✓		✓		✓		
7	Reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú.	✓		✓		✓		
D3: Demanda								
8	La producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino	✓		✓		✓		
9	La demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas	✓		✓		✓		
10	Su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente.	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): ni aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

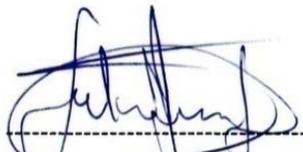
Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Zarate Suarez Julio DNI: 70868478

Especialidad del validador: Lic. Adm. de Negocios Internos. Doctor en Gestión

Lima 06 de 10 del 2018

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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


Firma del Experto Informante.



Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Exportación

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Requerimientos de la empresa exportadora								
1	En la actualidad, la empresa cuenta con el permiso y certificación como industria de alimentos dado por SENASA	✓		✓		✓		
2	Los envases y embalaje se encuentran certificado por SENASA y tiene la certificación por la FDA americana.	✓		✓		✓		
3	Cumple con la ley contra el Bioterrorismo en la entrada de sus productos a los estados unidos a estados unidos	✓		✓		✓		
D2: Exigencias								
4	La empresa para exportar cuenta con el certificado de origen aprobado por SENASA y exigidos según requerimientos por FDA.	✓		✓		✓		
5	Cumple con la exigencia de la ficha técnica y la descripción del producto	✓		✓		✓		
6	La empresa está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales para cumplir los estándares de inocuidad y salubridades	✓		✓		✓		
D3: Documentación para exportar								
7	El contrato cuenta con las principales clausulas para la exportación	✓		✓		✓		
8	Cuenta la empresa con el packinglist para exportar la harina de maca al mercado americano	✓		✓		✓		
9	La empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca.	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Df/ Mg: Espinosa Casco, Roque Juan DNI: 07766626

Especialidad del Validador: Negocios Internacionales

Lima. 05 de Octubre del 2018

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 - ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
 - ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Comercialización

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	D1: Marketing Mix							
1	La oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas	✓		✓		✓		
2	El precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad	✓		✓		✓		
3	La diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano.	✓		✓		✓		
4	La empresa cuenta con una buena capacidad optima de producción de la harina de maca.	✓		✓		✓		
	D2: Feria Agroexportador	Si	No	Si	No	Si	No	
5	Participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX	✓		✓		✓		
6	Incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE	✓		✓		✓		
7	Reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú.	✓		✓		✓		
	D3: Demanda	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino	✓		✓		✓		
9	La demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas	✓		✓		✓		
10	Su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente.	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: Espinoza Caca, Pague DNI: 07766626

Especialidad del Validador: Negocios Internacionales

Lima 05 de Octubre del 2018

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

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

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

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



Firma del Experto Informante.



Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Exportación

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Requerimientos de la empresa exportadora								
1	En la actualidad la empresa cuenta con el permiso y certificación como industria de alimentos dado por SENASA	✓		✓		✓		
2	Los envases y embalaje se encuentran certificado por SENASA y tiene la certificación por la FDA americana.	✓		✓		✓		
3	Cumple con la ley contra el Bioterrorismo en la entrada de sus productos a los Estados Unidos a Estados Unidos	✓		✓		✓		
D2: Exigencias								
4	La empresa para exportar cuenta con el certificado de origen aprobado por SENASA y exigidos según requerimientos por FDA.	✓		✓		✓		
5	Cumple con la exigencia de la ficha técnica y la descripción del producto	✓		✓		✓		
6	La empresa está certificada por SENASA en la producción de alimentos naturales para cumplir los estándares de inocuidad y salubridades	✓		✓		✓		
D3: Documentación para exportar								
7	El contrato cuenta con las principales cláusulas para la exportación	✓		✓		✓		
8	Cuenta la empresa con el packinglist para exportar la harina de maca al mercado americano	✓		✓		✓		
9	La empresa cuenta con el certificado de seguro de transporte para la exportación de la harina de maca..	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Wladimir Villanueva Obregon DNI: 29685615

Especialidad del Validador: Finanzas

Lima 10 de Oct del 2018

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Comercialización

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Marketing Mix								
1	La oferta del producto exportable tiene un nivel de aceptación y crecimiento en las ciudades americanas	✓		✓		✓		
2	El precio de exportación al mercado americano estimula a un mayor nivel de productividad	✓		✓		✓		
3	La diversidad y calidad del producto determina una mayor promoción en el mercado americano.	✓		✓		✓		
4	La empresa cuenta con una buena capacidad optima de producción de la harina de maca.	✓		✓		✓		
D2: Feria Agroexportador								
5	Participa en ferias y ruedas de agro exportación de productos naturales organizado por ADEX	✓		✓		✓		
6	Incrementa su mayor participación en ferias, ruedas comerciales convocadas por PRODUCE	✓		✓		✓		
7	Reciben asesoramiento técnico y comercial para la exportación de su producto por parte de COMEX Perú.	✓		✓		✓		
D3: Demanda								
8	La producción del insumo natural abastece con la demanda y requerimiento de su mercado destino	✓		✓		✓		
9	La demanda del producto tiene un nivel intensivo de crecimiento en distintas ciudades americanas	✓		✓		✓		
10	Su volumen exportable entre los años 2014 al 2017 ha crecido considerablemente.	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Vladimir Villanueva Obregón DNI: 29685615

Especialidad del Validador: Finanzas

Lima 10 de Oct del 2018

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

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

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

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

Firma del Experto Informante.

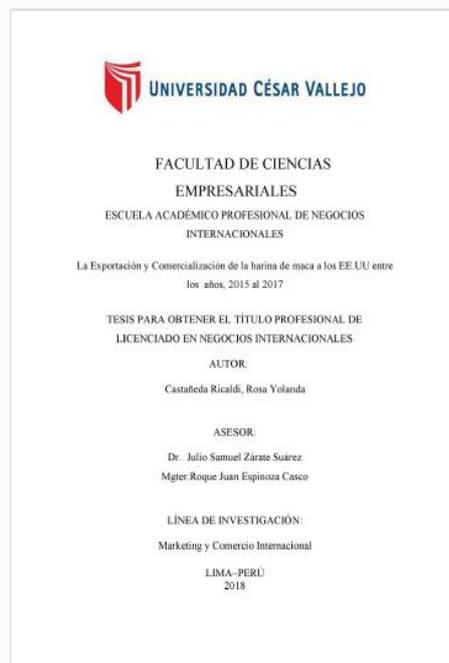


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Rosa Yolanda Castañeda Ricaldi
Título del ejercicio: GENIAL
Título de la entrega: Exportacion y Comercializacion de...
Nombre del archivo: tesis_Rosa_casta_edo.docx
Tamaño del archivo: 4.72M
Total páginas: 101
Total de palabras: 16,755
Total de caracteres: 97,441
Fecha de entrega: 20-dic-2018 05:23p.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1059340764

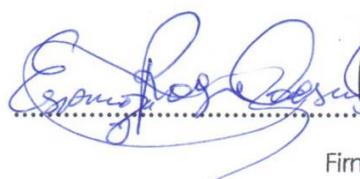


Yo, Roque Juan Espinoza Casco, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo de Ate, revisor(a) de la tesis titulada

"La Exportación y Comercialización de la harina de maca a los EE.UU entre los años 2015 al 2017" del (de la) estudiante Rosa Yolanda Castañeda Ricaldi, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Ate, 22 de diciembre del 2018



Firma

Roque Casco Espinoza Casco

DNI: 07766626

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias X

25 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

25 F T ETS

Coincidencias

1	Entregado a Universidad...	9 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	6 %
3	www.sicorex.gob.pe	1 %
4	www.diariodelexportad...	1 %
5	tesis.pucp.edu.pe	1 %
6	docplayer.es	1 %
7	macaeporta.blogspot...	1 %

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

La Exportación y Comercialización de la harina de maca a los EEUU entre los años 2015 al 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:
Cecilia Ricaldi, Rosa Yolanda

ASESOR:
Dr. Julio Samuel Zúñiga Suárez
Miguel Ángel Espinoza Cessa

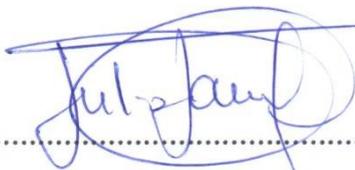
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN:
Marketing y Comercio Internacional

Lima, Perú
2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) Rosa Yolanda Castañeda Ricaldi cuyo título es: "LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA HARINA DE MACA A LOS EE.UU ENTRE LOS AÑOS, 2015 AL 2017"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12 (doce).

Ate, 19 de diciembre del 2018



PRESIDENTE



SECRETARIO




VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Rosa Yolanda Castañeda Ricaldi, identificado con DNI N° 73676703,

egresado de la Escuela Profesional de Negocios Internacional mes de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA HARINA DE MACA A LOS EE.UU ENTRE LOS AÑOS, 2015 AL 2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

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

FIRMA

73676703

FECHA: Ate, 22 de diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Programa de estudios de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Rosa Yolanda Castañeda Ricaldi

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA HARINA DE MACA A LOS EE.UU ENTRE LOS AÑOS, 2015 AL 2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 19 de diciembre de 2018

NOTA O MENCIÓN: 12


ESPINOZA CASCO ROQUE JUAN

