



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN DE NEGOCIACIÓN
COMERCIAL EN TRABAJADORES DE LA EMPRESA**

ALFA S.A - SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2019.

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN GRADO DE BACHILLER
EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
ARIAS TRUJILLO, LITA QUED**

**ASESOR:
DR. RANDALL JESÚS SEMINARIO UNZUETA**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Desarrollo Empresarial
<https://orcid.org/0000-0003-2052-1738>

**LIMA -PERÚ
2019**

DEDICATORIA

Dedico este presente trabajo a Dios y mis padres, Juan de Dios y Elizabeth, por ser mi fortaleza gracias a su amor, que son fuentes de apoyo constante e incondicional, por enseñarme que en esta vida hay que ser fuertes y luchar a pesar de las adversidades y que siempre hay una esperanza. Agradecemos a todas las personas que confiaron y nos apoyaron para culminar de forma exitosa el presente trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal diseñar estrategias de exportación de negociación comercial para lograr su primera exportación de plásticos, realizan sellado industrial, laminación, corte, pre - prensa y diseño. La actividad comercial se realiza en todas las áreas de la compañía, sin la existencia de un área que se encargue de todas las actividades de comercio exterior. Asimismo, no cuenta con el personal capacitado en temas de comercio internacional, no cuentan con planes estratégicos comerciales ni que involucre a la empresa en sus metas trazadas, de esta forma, el cual permitirá establecer las estrategias correctas para incrementar sus exportaciones y aumentar su ventaja competitiva tanto en el mercado nacional como internacional.

Esta investigación tiene como finalidad diseñar una estrategia de exportación de negociaciones comerciales que permitirá incrementar las exportaciones en la empresa alfa S.A, Asimismo, se basa en la identificación de estrategias de exportación. Con el fin de garantizar el incremento de sus exportaciones al mercado internacional. El presente estudio considera la Investigación Aplicada debido a que se brindará estrategias de exportación de negociación comercial, en trabajadores de la empresa Alfa S. A San Juan de Lurigancho, 2019. Tiene un nivel descriptivo debido a que se dará a conocer las características de las estrategias de exportación en dicho estudio. Se considera el diseño no experimental y de corte transversal, debido a que se realizan estrategias de exportación de negociación comercial, en trabajadores de la empresa Alfa S. A San Juan de Lurigancho, 2019. Para una futura exportación de esta empresa donde existe potencial para sus productos con la finalidad de incrementar las exportaciones. Esto se efectuó a través de la aplicación de instrumentos, las cuales fueron: guía de encuesta a los trabajadores de la empresa.

Palabras claves: Estrategias de exportación de negociación comercial

INDICE

DEDICATORIA	I
RESUMEN	II
INDICE	III
INTRODUCCION.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Problema General	4
1.2.2 Problemas Específicos.....	4
1.3 Objetivos:	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivo Específicos	5
1.4 Justificación de estudio	6
1.4.1 justificación Teórica.....	6
1.4.2 Justificación Práctica.....	7
1.4.3 Justificación Metodológica	7
1.4.4 Justificación Social.....	7
II. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes	8
2.1.1 Antecedentes Internacionales	8
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	11
2.2. Base teórica	15
2.3. Definición de términos básicos	22
III. METODOLOGÍA.....	27
3.1 Tipo de investigación	27
3.2. Nivel de investigación.....	27
3.3. Diseño de la investigación	27
3.4. Área de estudio.....	27
3.5. Población y muestra	28
3.5.1. Muestra	28
3.6. Variables y Operacionalización de variables	29

3.7. Instrumentos de recolección de datos.....	30
3.8. Validación de los instrumentos de recolección de datos.....	30
3.9. Procedimientos para la recolección de datos.....	31
3.10. Componente bioético.....	32
3.11. Procesamiento y análisis de datos	32
VI. RESULTADOS	33
V. CONCLUSIONES.....	45
VI. RECOMENDACIONES	47
VII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA	48
VIII. ANEXO 1	49
ANEXO N°2	50

INTRODUCCION

Este trabajo ha sido realizado con la finalidad de describir estrategias de exportación que las compañías se plantean, para aprovechar las oportunidades que se presentan en el entorno minimizando las amenazas y así cumplir con los objetivos futuros para garantizar la rentabilidad de la empresa. En las organizaciones, es fundamental crear estrategias de exportación para buscar oportunidades que en el mercado existen; mediante la elaboración de las estrategias comerciales, las empresas pueden tomar decisiones claves para el éxito de expandirse en nuevos mercados.

La investigación permitirá a la empresa Alfa S. A el incremento de sus exportaciones de plásticos con una estrategia de exportación de negociación comercial en la cual le permita desarrollar todas sus actividades vinculadas a la internacionalización de la empresa y así contribuir con la expansión y el progreso de esta. La empresa en estudio tiene como mercado objetivo a los distintos países que demanden sus productos.

En lo que respecta a la metodología de la presente investigación; se utilizó el diseño no experimental. De esta manera, para la mayor profundización del estudio, estos diseños estuvieron definidos con la aplicación de instrumentos, tales como la guía de encuesta.

La estrategia de exportación de negociación comercial permite llevar los productos al mercado objetivo y que se mantenga en el tiempo; es fundamental ya que, sin ello, la empresa alfa S.A puede llegar a perder su rumbo y perder en el negocio. La finalidad de implementar dicho estrategias es de responder oportunamente, en forma eficiente y eficaz para satisfacer las necesidades o deseos de sus clientes. Además, para mayor comprensión del estudio, se ha dividido la investigación por capítulos, los cuales se detallan a continuación: definido como “Planteamiento del problema”, se muestra la razón del problema de la investigación, asimismo, se establecen la formulación de los objetivos, tanto el general como los específicos, con el fin de dirigir la investigación.

determinado como “Fundamentación teórica”, se exponen los respectivos antecedentes de la investigación en temas y estudios pasados en temas similares, que ayudarán a entender el contexto del tema de investigación. fijado como “Método”, se establece la metodología utilizada en la investigación, en donde se definirá el diseño a utilizar, la muestra, los instrumentos procedimientos que se requieran para obtener la información necesaria para su análisis posterior.

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 Planteamiento del problema

La empresa Alfa S. A está dedicado al desarrollo de productos de plástico donde realizan impresión, laminación, sellado industrial, corte, pre _prensa y diseño de la más alta calidad, es así que, en la actualidad, la exportación es un gran soporte económico para la mayor cantidad de países en el mundo, debido al dinamismo que ofrece en las economías, pues es generador de ingresos y puestos de trabajo. Se fundamenta en la gran cantidad de empresas que se atreven a ofrecer sus productos en otros lugares del mundo y por supuesto tienen los medios para hacerlos llegar, ya que son conscientes de que tener una proyección global permite el logro de la competitividad. Sin embargo, existen asociaciones que tienen la intención de exportar, pero no cuentan con estrategias adecuadas para lograrlo.

Al respecto es necesario identificar estrategias, que sean aplicadas en la gestión de las asociaciones y permitan realizar la exportación; las mismas que son inexistentes en la Asociación de Artesanos con Discapacidad de la Región Lambayeque – ADADI, la cual presenta debilidades en el aspecto de gestión, preparación y desarrollo de exportaciones. Según indica el exdirector de la Escuela de Comercio Exterior de la Asociación de Exportadores (ADEX), Luis Felipe Osorio al Diario Correo (2015), las empresas en el Perú exportan principalmente porque tienen un excedente o desean ampliar mercado. Es decir, no planifican el inicio y final de sus actividades de exportación. Asimismo, tampoco se proyectan a largo plazo ni cuentan con modelos que les permitan reducir riesgos ante escenarios imprevistos en el mercado. Esta situación tiene como consecuencia la carencia de competitividad y productividad en la exportación.

Hoy en día en la actualidad, la competencia en los mercados va incrementando, donde las empresas se vuelven más exigentes y buscan sobresalir, porque permite llevar los productos al mercado objetivo y que se mantenga en el tiempo. La finalidad de implementar dicha estrategia es responder oportunamente, en forma eficiente y eficaz para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes. Como consecuencia de estas tendencias, la globalización en los mercados nacionales e internacionales de las empresas se han acentuado aún más, resultando imprescindible para los empresarios tener una nueva visión en la actividad económica, mejorando la calidad de sus productos e incrementando su rentabilidad.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como propósito en proponerle una estrategia de exportación de negociación comercial, para así establecer estrategias que permitan a la empresa a conseguir sus objetivos trazados y liderar a nivel de competitividad en los distintos mercados internacionales.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Cuáles son las estrategias de exportación de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?

1.2.2 Problemas Específicos

Problemas Específicos 01

¿Cuáles son los Requisitos de exportación de productos de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?

Problemas Específicos 02

¿Cómo se da la exportación definitiva de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?

Problemas Específicos 03

¿Cuáles son los Medios de transporte de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?

Problemas Específicos 04

¿Cuál es la documentación de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?

Problemas Específicos 05

¿Cuáles son las Formas de pago de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?

Problemas Específicos 06

¿Cuáles son los Incoterms más utilizados de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?

1.3 Objetivos:

1.3.1 Objetivo General

Describir las estrategias de exportación de negociación comercial, en trabajadores de la empresa Alfa S. A - San Juan de Lurigancho, 2019.

1.3.2 Objetivo Específicos

Objetivos específicos 01

Describir los Requisitos de exportación de productos de negociación comercial en los trabajadores de la empresa Alfa S. A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Objetivos específicos 02

Describir la Exportación definitiva de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Objetivos específicos 03

Describir los Medios de transporte de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Objetivo Específicos 04

Conocer la documentación de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Objetivo Específicos 05

Conocer las Formas de pago de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Objetivo Específicos 06

Identificar los Incoterms más utilizados de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

1.4 Justificación de estudio

La presente investigación fundamenta su importancia por cuanto, a las Estrategias de exportación de negociación comercial, en los trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019. hoy en día nos encontramos en un entorno competitivo y globalizado que está en constante cambio, donde existen grandes oportunidades de negocio; y una de las más resaltantes son las exportaciones, es decir muchas empresas están buscando nuevos mercados para llevar sus productos a mercados internacionales, para el crecimiento de la empresa y brindando mejor calidad de productos para uso y consumo directo de los consumidores.

En donde, la presente investigación contribuirá con la población en general, es decir, las pequeñas y grandes empresas del rubro, podrán identificar cómo se han ido dando distintas estrategias de exportación en los últimos años, aprovechando de las grandes tecnologías y oportunidad a que puedan explorar nuevos mercados, incrementar sus ventas, innovar sus productos. Con nuestra investigación podríamos o ayudaría a crear un nuevo instrumento para la recolección o análisis y brindar información por el conocimiento de personas interesados.

1.4.1 justificación Teórica

La presente investigación es de mucha importancia para la empresa Alfa S.A puesto que le ayudará a exportar sus productos a otros países internacionales. Cabe mencionar que, para la elaboración de la presente investigación, se tomó en cuenta información relevante de carácter teórica, así como de libros, revistas, artículos y tesis. El propósito es dar, un aporte al conocimiento existente sobre el uso de las rúbricas validadas, como instrumento de evaluación en estrategias de exportación de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A, cuyos resultados podrán sistematizarse en una encuesta a todos los trabajadores, para ser incorporado como conocimiento a las ciencias empresariales ya que se estaría demostrando que los usos de las rúbricas mejoran el nivel de desempeño de los trabajadores de dicha empresa.

1.4.2 Justificación Práctica

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad el aporte a la empresa Alfa S.A ya que se brinda una estrategia de exportación. Este estudio pretende investigar los caminos que pueden seguir las persona o equipo responsable de la conducción de esta empresa, lo cual les permitirá formular estrategias para incrementar las ventas para lograr la consolidación y el crecimiento de esta empresa.

1.4.3 Justificación Metodológica

El cumplimiento de las estrategias de exportación de negociaciones comerciales en la empresa Alfa S.A propuestos en la investigación, se logrará acudiendo a la utilización de las técnicas de investigación que más se ajusten al tema sujeto de análisis, como son las encuestas, a los trabajadores de la empresa Alfa S.A las cuales ayudarán sin duda alguna a describir los problemas presentados y lo más importante que permitirá dar una alternativa de solución factible, y de la misma forma facilitará expresar los resultados de la investigación . Este tipo de investigación se espera que las propuestas del estudio puedan ser aplicadas en un futuro inmediato, para así comprobar su utilidad en la exportación.

1.4.4 Justificación Social

La presente investigación se justifica debido a que tiene la intención de contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y principalmente de los trabajadores de empresa Alfa S.A ya que en los últimos años la economía peruana y su actividad empresarial viven un intenso proceso de apertura de mercados internacionales, exigiendo mejorar la cadena productiva de sus productos para ir incrementando el desarrollo y crecimiento económico de la sociedad peruana en general. Siendo éste un desafío y un requerimiento que involucra a todos los que actúan en este

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Bojórquez, E. (2011), de título "estrategia de exportación de roadmag a nuevos Mercados, salmag ltda", Universidad De Chile. **El objetivo General** es definir una estrategia de exportación del producto RoadMag hacia mercados internacionales, por parte de la empresa SALMAG Ltda. La empresa es un Joint Venture formado en el año 1999 por las compañías SQM (Sociedad Química y Minera de Chile) y SCL (Sociedad Chilena de Litio), para el desarrollo y comercialización del producto químico "Cloruro de Magnesio Hexahidratado" ($MgCl_2 \cdot 6H_2O$), cuyo nombre comercial es RoadMag. **Diseño de la investigación** es no experimental, de tipo descriptivo. **La muestra** se realizó una encuesta dirigida 15 Departamentos de Transporte del área de interés en Estados Unidos, respecto a los productos anti-icing/de-icing, obteniendo respuestas en 5 de ellas. **Se utilizó** fuentes secundarias de información tales como organismos estatales, bases de datos comerciales y publicaciones desarrolladas en la industria, así como también de fuentes primarias a través de entrevistas a empresas competidoras, distribuidores y potenciales clientes. **La investigación llego a las siguientes conclusiones:** la evaluación económica del proyecto de exportación, podemos señalar que éste resulta rentable, con un VAN \$540698 USD, considerando un horizonte de evaluación de 5 años y con una tasa de descuento del 17%. La evaluación reporta además un Tasa Interna de Retorno (TIR) del 60%, y un periodo de retorno de la inversión de 4 años. A su vez, el análisis de sensibilidad bidimensional realizado a la evaluación económica determinó que las variables críticas del proyecto, como son el precio de venta del producto en Estados Unidos y las cantidades estimadas a vender, tienen un impacto importante en la evaluación, pudiendo hacer incluso negativo el VAN si éstas disminuyen considerablemente, por lo que se debe poner especial atención a ellas.

Guandique, Ramírez y Vásquez (2016), de título "Plan de exportación para la introducción en Guatemala de ropa juvenil exclusiva creada en El Salvador", Universidad De El Salvador Centro América. **El objetivo General** es elaborar y presentar un plan de exportación que permita introducir satisfactoriamente las prendas diseñadas de la marca SARAHDZ al mercado de Guatemala, con el propósito de lograr la aceptación de los consumidores del mercado meta. **Diseño de la investigación** es

experimental, tipo de un enfoque mixto, es decir enfoque cualitativo y cuantitativo. **La muestra** estuvo conformada por 68 personas que son: Joven, hombre o mujer, con edad entre 18 años a 35 años, de la Ciudad de Guatemala que frecuentan o viven en Paseo Cayalá. De nacionalidad de Guatemala o extranjero. **Se Utilizó** la encuesta, entrevista, observación y trabajo de campo que se llevó a cabo en el centro comercial Paseo Cayalá de la Ciudad de Guatemala en una de las tiendas exclusivas “COCO LINE”. **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** son muy exigente en cuanto a calidad, diseño y materiales. De preferencia con la moda del momento y a detalles hechos a mano que representan un gran valor en la prenda. El diseñador salvadoreño puede posicionar sus productos y recibir aceptación si los diseños cumplen con las exigencias del consumidor. En este sentido el país de procedencia no afecta la aceptación del producto. La consideración de estos aspectos dentro del plan de exportación garantizará el éxito del producto en el nuevo mercado y En base a la proyección financiera se prevé que es factible la inversión por que genera un VAN positivo con un periodo de recuperación de inversión de dos años.

Gonzales, Rodríguez y Tutila, (2016), de título” Plan de exportación de nuez de marañón hacia Canadá”, Universidad De El Salvador. **El objetivo General** es Diseñar un plan de exportación de nuez marañón para comercializarla en el mercado canadiense, a través de distribuidoras que permitan vender el producto con marca propia a consumidores finales. **Diseño de la investigación** es no experimental, tipo de investigación es descriptiva y explicativa. **La muestra** no se estimó universo y muestra, porque la población es de tipo finita, debido a que solo existen 6 intermediarios que importan y comercializa la nuez de marañón en el mercado canadiense, además porque no se obtuvo respuesta a la solicitud de una entrevista en línea que proporcionaría información enriquecedora para la investigación. **Se utilizó** entrevista de profundidad para los productores, la información se captó por medio de la realización de una guía de preguntas semi-estructuradas, para obtener información oral, lo que permitió improvisar con el fin de profundizar en las respuestas del entrevistado y la Observación directa donde la información se captó realizando notas de lo observado, en el proceso de procesar la nuez en las instalaciones de la empresa. **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** Al realizar meditar el análisis de las empresas productoras y procesadoras de nuez de marañón se concluye que la empresa que dispone con la capacidad productiva para exportar a Canadá es La Asociación de Productores Agroindustriales Orgánicos de El Salvador (APRAINORES) y El estado de resultados

proyectado se elaboró con datos obtenidos a partir del cálculo de los presupuestos, el estado permite realizar proyecciones sobre los futuros ingresos y gastos que generaría la empresa, conociendo así su futura rentabilidad. Para el caso se presenta que la empresa generará \$109,398.80 de utilidad del periodo.

Mejillones y Jaime (2015), de título “**Plan estratégico de exportación de cacao fino producido en el cantón Guayaquil para el mercado de Shanghái**”, Universidad Politécnica Salesiana. **El objetivo General** es elaborar un plan estratégico exportador de cacao fino de aroma para determinar la incursión y posicionamiento del producto ecuatoriano en el mercado de Shanghái. **Diseño de la investigación** es no experimental, tipo de investigación es exploratorio. **La muestra** estuvo conformado a trabajadores en distintas compañías exportadores dl mismo de Guayaquil, se tomó como población a 12 empresas exportadoras de cacao. **Se utilizó** la entrevista realizado en PRO- Ecuador con el Ing. Francisco López, delegado sectorial de PRO –Ecuador y la observación directa que sirve para validar las entrevistas por lo que se destaca la importancia de esta investigación y futuros trabajos. **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** el análisis realizado de la situación actual, objetivo a cumplir para el desarrollo, problemas del sector, ventajas, y exportación del cacao y aroma fino, determinan que el presente proyecto si es viable.

Flores y Suasnavas (2013), de título “**Propuesta de exportación y comercialización de rosas deshidratadas e impresas “dry roses” al mercado de estados unidos para falconfarms**”, Universidad central del Ecuador. **El objetivo General** es Diseñar una propuesta de exportación y comercialización de rosas deshidratadas e impresas al mercado de Estados Unidos para FALCONFARMS, a través de la reutilización de sus recursos añadiéndoles valor agregado. **Diseño de la investigación** es no experimental, de tipo descriptivo. **La muestra** estuvo conformado a 312 personas Hombres y mujeres que se encuentren entre 25 y 64 años. **Se utilizó** la entrevista está dirigida a los directivos de la compañía FALCONFARMS, quienes aportaran con sus conocimientos para el desarrollo veraz de la investigación planteada y la observación que se desarrollara en todo el proyecto. **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** Dentro del mercado de Estados Unidos no existen rosas impresas y preservadas al mismo tiempo, por lo tanto, se pretende ser una empresa líder en el mercado ya que de acuerdo al estudio económico realizadola presente propuesta es altamente rentable pues tiene una tasa de rendimiento (TIR) de 124%.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Ricald, L. (2003), de título “empresa de familiares de producción artesanal de mates burilados de Huancayo: problemática y lineamientos básicos para la creación de consorcios de exportación, “**Universidad Mayor De San Marcos**”. **El objetivo General** es determinar la problemática de la producción, comercialización y exportación que tienen las empresas familiares artesanales de mates burilados en Huancayo, para proponer lineamientos básicos de creación de consorcios orientados a la exportación de sus productos. **El diseño de la investigación** es no experimental y transversal o transaccional, tipo descriptivo y explicativo, de nivel aplicativo. **La muestra** se ha utilizado el muestreo probabilístico estratificado no proporcional con la finalidad de dividir poblaciones heterogéneas por la línea de producción (curtiembre y peletería, textiles y artículos conexos) en su población llamadas estratos (chilca, Huancayo, el tambo. Cochás chico y cochás grandes, por el cual el número de encuestados son a 146 personas. Se **utilizó** el método que se ha empleado en la investigación responde a la técnica e instrumentos de recolección de datos desde la perspectiva metodológicas cuantitativas (encuestas) y cualitativas (entrevista a profundidad y observación participativa). **La investigación llegó a las siguientes Conclusiones** los lineamientos para la creación de consorcios de exportación están basados en estudios y experiencias que se han hecho en realidades similares a la nuestra porque unilateralmente los artesanos no podrán dar soporte a las actividad de producción y comercialización, aumentar la capacidad técnica o financiera, factores necesarios para poder cumplir con los requerimientos demandados del mercado exterior el mismo que contribuirá a mejorar el nivel de vida de sus habitantes y solucionar el problema de desempleo.

Gonzales y Vargas (2016), de título “**Plan de negocios para la exportación de palta hass para el mercado de Canadá de la asociación de productores Augusta López Arenas de Pitipo – ferreñafe 2016**”, Universidad Señor De Sipan. **El objetivo General** es proponer un plan de negocios que facilite la exportación de palta Hass de la Asociación de Productores Augusta López Arenas del Distrito de Pítipo al mercado de Canadá. **Diseño de la investigación** es no experimental, de tipo de descriptivo. **La muestra** estuvo conformada por el número de entrevistados serán 8 personas que son todos los que conforman la asociación Agustina López Arenas. En la Región

Lambayeque se entrevistaron a 2 especialistas en comercio exterior, con experiencia en el sector agroindustrial, Son 5 importadores en Canadá. **Se utilizó** Como instrumentos de recolección de información, de acuerdo con las técnicas se utilizarán las siguientes: Para las encuestas se utilizó el cuestionario a los importadores de palta Hass. Para las entrevistas se utilizó la guía de entrevista a la Asociación Augusta López Arenas y a los expertos en comercio exterior. Para la técnica de análisis documental se utilizó la base documental el cual permitió elegir, **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** La inversión que se requiere para el plan es de US\$ 216,786 en lo cual será financiado por Agro banco en un 46% y un 54% por el capital propio de los agricultores. El plan de negocios es viable para un inversionista pues el Valor Actual Neto Económico (VANE) es de US\$ 61,284.18 y la Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) es de 40% .Mientras el Valor Actual Financiero es de US\$ 61,228.14 y Tasa de Interna de Retorno Financiero es de 62%.Se concluye que un plan de negocios es un instrumento de análisis y propuesta estratégica con impacto en los indicadores empresariales de ingreso, lo cual sería de una gran ayuda para la Asociación de Productores Augusta López Arenas del Distrito de Pítico, sin embargo no es determinante en la comercialización internacional de Palta Hass debido a producción obtenida hasta el momento.

Lavaggi, Morí, y Rozas (2016), de título "**Plan de negocio para una empresa de exportación de chocolate orgánico**", Universidad Del Pacifico. **El objetivo General** es determinar el país destino y conocer el mercado de chocolate en específico e Identificar las condiciones de acceso (aranceles, acuerdos, cuotas y restricciones sanitarias, entre otras) en el mercado meta. **Diseño de la investigación** es no experimental, tipo de investigación descriptivo. **La muestra** estuvo conformada a 315 personas más habituales de consumo de chocolate. **Se utilizó** fuentes primarias para corroborar y obtener información del mercado de chocolate orgánico, se llevó a cabo entrevistas a profundidad. Entre los entrevistados, destacan especialistas en comercio exterior, empresarios productores de chocolate y Fuentes secundarias Para la recopilación de la información secundaria, se consultaron revistas especializadas, páginas web de Internet, **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** La inversión total del proyecto es de S/ 790.510, de los cuales 31% será aportado por los socios y el resto financiado por bancos a 5 años. La TIR corresponde a 44,5%; el VAN financiero, a S/ 963.989; y el período de recupero descontado es de 2,56 años, El macro

entorno presenta una situación con elementos que favorecen a la empresa, dados los factores políticos, económicos, tecnológicos, socioculturales y legales revisados.

Núñez y Yajahuanca, (2016), de título “**Plan De Negocios Para La Exportación De Galletas De Quinua Al Mercado De EE.UU. De La Empresa T&C Procesadora De Alimentos S.C.R.L, Chiclayo 2016**”, Universidad Señor De Sipan. **El objetivo General** es determinar de qué manera un Plan de Negocio facilita a la empresa T&C procesadora de alimentos S.C.R.L, exportar galletas de quinua al mercado de Estados Unidos, Chiclayo 2016. **Diseño de la investigación** es no experimental descriptivo, tipo de investigación descriptivo, explicativo y propositiva. **La muestra estuvo conformada** un total de 11 personas a quienes se entrevistaron y encuestaron. **Se utilizó** una entrevista a la unidad de estudio T&C Procesadora de Alimentos S.C.R.L, una entrevista a una empresa importadora de productos peruanos con similitud a el producto escogido para la investigación, y encuestas a extranjeros estadounidenses con el fin de identificar sus preferencias y gustos. **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** Se elaboró un plan de negocio para exportar galletas basadas en quinua al mercado de los Estados Unidos. Para ello se tuvo en cuenta las recomendaciones de Karen Weinberger, por lo tanto, se hizo un estudio económico financiero para determinar la factibilidad y rentabilidad de la exportación de galletas. Lo cual se propuso en la investigación el cual obtuvo un TIR de 26% y un VAN de S/147,517.34 lo que representa que el plan de negocios es viable y a la vez rentable.

Roncal, O. (2017), de título” **Diseño de un plan estratégico comercial para incrementar las exportaciones de palta hass a Alemania en la empresa negociación agrícola YOTITA S.A., Pítipo – Lambayeque; 2016 – 2019**”, Universidad San Martín De Porres. **El objetivo General** es Diseñar un plan estratégico comercial para incrementar las exportaciones de palta Hass a Alemania en la empresa Negociación Agrícola **YOTITA S.A., Pítipo -Lambayeque; 2016-2019**. **Diseño de la investigación** utiliza un diseño mixto; es decir, un diseño exploratorio cualitativo de estudio de casos y descriptivo cuantitativo simple. **La muestra** estuvo conformada, por cinco poblaciones, las cuales son las siguientes: los colaboradores de la empresa negociación agrícola YOTITA S.A.; la data bibliográfica definida, las empresas exportadoras de palta HASS y las personas especialistas en temas de exportación. **se utilizó** seis instrumentos, las cuales son: guía de entrevista no estructurada para las empresas

exportadoras de palta Hass, guía de revisión documental de la empresa, ficha bibliográfica, guía de entrevista no estructurada a la empresa, análisis documental y guía de entrevista no estructurada a especialistas en temas de exportación. **La investigación llegó a las siguientes conclusiones:** Al implementar las estrategias mediante el Plan Estratégico Comercial diseñado, su costo correspondería a S/. 22, 537.55 soles. Considerando que los responsables serían el Área de Recursos Humanos, el Área Comercial, el Área de Sistemas, Área de Campo y el Área de Logística.

2.2. Base teórica

DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS

Las estrategias de exportación forman la parte esencial en un plan de negocios, El vocablo “estrategia” viene del griego strategos que significa “un general”. Del mismo modo esta palabra descende de raíces que significan ejército y “acaudillar”. El verbo griego stratego simboliza planear la ruina o destrucción total de los enemigos debido al uso eficaz de los recursos. Inicialmente, en el contexto mercantil, el uso del concepto estrategia en la Grecia antigua, Mintzberg y Voyer (2014).

Según Sócrates define estrategia como “cotejó las actividades de ambos opositores, es decir las del empresario con las del general y llegó a la conclusión que, en toda tarea, quienes realmente la ejecutan debidamente deben realizar planes y mover recursos para lograr los objetivos. Sin embargo, al parecer este punto de vista desapareció con la caída de la ciudad-estado de Grecia y reapareció hasta después de la revolución industrial”. (párr. 23)

Es muy importante realizar plan de estrategias, para llegar a las metas propuesta que es la clave principal en una empresa y sus trabajadores demostrando sus capacidades y habilidades dentro de la organización.

DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA SEGÚN EL AUTOR KENNETH

Una definición enfocada a que la estrategia representa ser un modelo de objetivos, propósitos, así como de políticas y planes para lograr estas metas. De tal manera, que le permitan a la organización definir la actividad a la cual se dedicará o tipo de empresa que será. En síntesis, el autor señala que este es el medio fundamental para definir el perfil de la empresa. Tal es así, que, en el caso de empresarios modernos, la emplean como una poderosa arma que les admite defenderse y lidiar ante la ineludible competencia. Desde la óptica empresarial la definición de estrategia orientada al campo competitivo de la empresa enfoca su fuerza primordialmente en temas de crecimiento, diversificación y retiro de un negocio, Kenneth (1986) define: “[...] cuando hacemos referencia a la palabra estrategia desde el punto de vista empresarial, esta debe ser concebida como aquel hilo conductor que una a las actividades de la empresa con los productos y mercados [...]” (p.23) Una estrategia también es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, para tener en cuenta las establecidas las metas claras.

DEFINICION DE EXPORTACIÓN

Definición de exportación, se interpreta como exportación, a la actividad que consiste, en comercializar productos o servicios fuera del país al país del oferente. Este dinamismo es transcendental dentro de los negocios internacionales y, por consiguiente, repercuten en la economía nacional, Lerma y Márquez (2010) Define “[...] las exportaciones, representan la fase final del proceso de distribución de mercancías nacionales en el mercado extranjero, gracias a la elaboración de un conjunto de operaciones emprendidas por el exportador “[...] (p.9) Exportación, se entiende como a la salida de mercancías, servicios, capital, mano de obra, entre otros, de carácter nacional hacia un mercado extranjero, a través de la frontera aduanera. Siendo esta la forma más común de entrar ocurriéndose ocasionalmente o de forma sistemática.

DEFINICIÓN DE EXPORTACIÓN

Exportación es el envío legal de mercancía nacionales para su uso o consumo en el extranjero. La legislación Nacional (Ley de Aduana Contempla dos tipos de exportación: la definitiva y la temporal. Refiere Sawyer (2006)

En su libro “INTERNACIONAL ECONOMICS”, Define exportación:” Como la venta de bienes y servicio de un país al extranjero; es de un uso común denominar así todo los ingresos que recibe un país por concepto de venta de bienes y servicio, sean estos tangibles e intangibles, los servicios tangibles corresponde generalmente a los servicios no factoriales tales como, servicio por transformación, transportes diversos, fletes y seguros, y los intangibles corresponde a los servicios, como servicios financieros que comprenden utilidades, intereses, comisiones y algunos servicios no financieros.(párr. 1).

Exportación es la salida legal de mercancía de un territorio nacional a un territorio extranjero para uso y consumo final, cumpliendo con las normas y leyes determinadas por la agencia de aduanas.

DEFINICIÓN DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL

La negociación comercial consiste en el acercamiento de dos partes opuestas, hasta que alcanzan una posición aceptable para ambas, es un proceso de interacción comunicativa en el que dos o más partes intentan resolver un conflicto de intereses, utilizando el diálogo y la discusión, descartando la violencia como método de actuación y avanzando hacia un acercamiento gradual mediante concesiones mutuas, (Morley y Stephenson (1977) define “[...] la negociación es el que se toma una decisión conjunta por dos o más

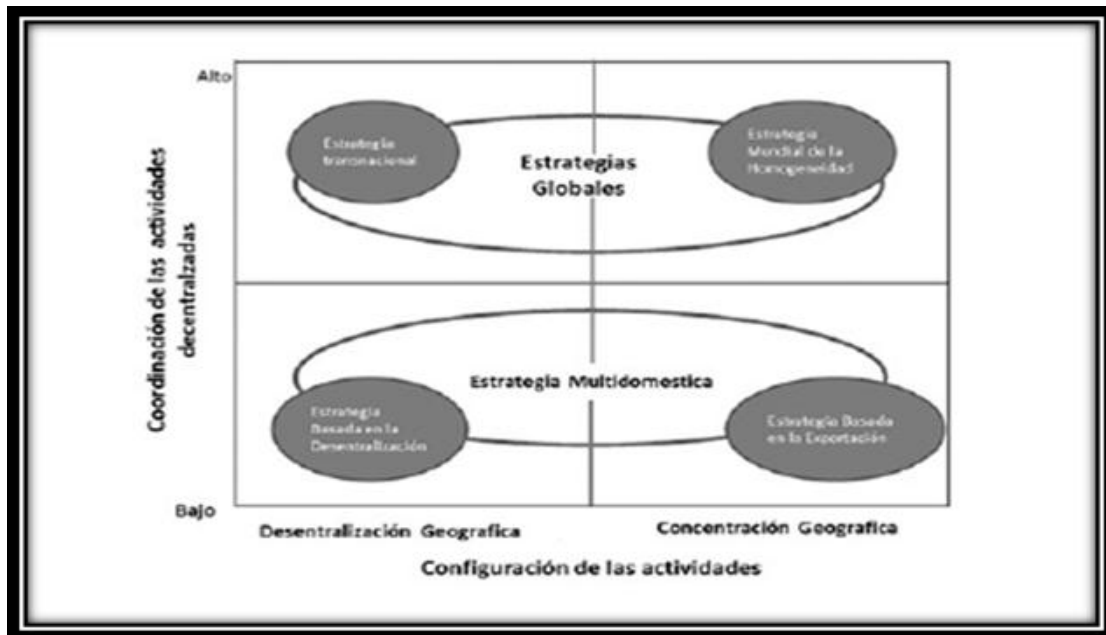
partes. Las partes verbalizan en primer lugar sus demandas contradictorias, moviéndose posteriormente hacia el acuerdo mediante un proceso de realización de concesiones [...]” (p.4) La negociación comercial también se determina por el factor de oferta y demanda teniendo este factor gran impacto en el tono que pueda alcanzar la negociación.

DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN DE NEGOCIACIONES COMERCIALES

Estrategia de exportación de negociación comercial, son las diferentes formas de entrada que puede utilizar una empresa para desarrollar su actividad de negocio en mercados exteriores. Pueden ser operaciones comerciales en destino como es el caso de la exportación, el desarrollo conjunto con un socio en país destino, la inversión directa en el exterior para producir y/o comercializar en país destino mediante una sociedad mercantil. La estrategia de internacionalización se aplica principalmente a actividades relacionadas con la comercialización de los productos o en la existencia de filiales comerciales dotadas de cierta autonomía. Esta opción se fundamenta en una configuración más concentrada y en una baja necesidad de coordinación de las actividades

Una estrategia consiste en establecer el objetivo a alcanzar, obtener la información relevante, analizarla adecuadamente, tomar las decisiones correctas, negociarlas con el posible socio e implementar conjuntamente dichas decisiones negociando e incorporando los imprevistos que irán modificando la estrategia, ya que no es algo fijo. Cuando la estrategia se refiere a los negocios internacionales, la empresa debe ir analizando y tomando una serie de decisiones tales como actividad de negocio que desea internacionalizar, la diferenciación en la que podrá competir globalmente, el país en el que desarrollará su actividad, el modo de entrada o tipo de negocio a realizar y el mercado objetivo al que se dirigirá en cada país exterior³. Una parte de la estrategia internacional se refiere a las decisiones que forman la estrategia para financiar cada negocio internacional, en cada país y para cada mercado, (Zingone y Ruiz, 2011⁷. (párr. 12)

Esta estrategia ayudara a muchas empresas a exportar y hacer negociaciones comerciales de productos ya sea de bienes y servicios. Las empresas deben ir analizando y tomando una serie de decisiones de ir a nuevos mercados para ver que sus productos no sean rechazados en los mercados internaciones y que solo busque satisfacer las necesidades y deseos a sus clientes futuro



DEFINICIÓN DE REQUISITOS DE EXPORTACIÓN

En la comercialización de mercancías a nivel global existen diferentes tipos de mercancías: mercancías peligrosas, mercancías ilícitas, mercancías prohibidas o restringidas. Las Mercancías Prohibidas y Restringidas; objetos, productos, bienes que por sus particularidades o función están prohibidas o restringidas para entrar o salir de un país (importación o exportación), las que deben cumplir con los requerimientos establecidos en las normativas legales, procesos y procedimientos de cada país, Beato Alba (2008) define “[...] los requisitos de exportación de mercancías restringidas o de prohibida importación evita que importadores (personas físicas o jurídicas) inviertan recursos económicos y tiempo; con el dilema que luego no puedan recibir la mercancía adquirida. De tener duda al momento de decidir importar, es preferible realizar consultas anticipadas para obtener una información oficial de las entidades gubernamentales vinculadas. [...]” (p.9) los requisitos de exportación sirven para saber cuáles son las mercancías prohibidas en una aportación, permite a las empresas conocer que mercaderías pueden exportar a otros países internacionales.

DEFINICIÓN EXPORTACIÓN DEFINITIVA

Es el régimen aduanero aplicable a mercancías de libre circulación, que salen del territorio aduanero para uso y consumo en el mercado externo, Márquez y Lerma (2017)

define que la exportación definitiva se divide en exportación por tramite regular: es cuando el valor FOB de lo exportado supera los US\$ 2000, en este caso es obligatorio la intervención de un agente de aduana, y la exportación por tramite simplificado es cuando el monto de lo exportado no excede los US\$ 2000, no es necesaria la intervención de un agente de aduanas y la exportación por Courier “exporta fácil” define que es mecanismo promotor de exportaciones diseñados principalmente para la micro y pequeño empresario. (parr.9)

La exportación definitiva es un régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales para su uso o consumo definitivo en el exterior, es importante conocer la exportación por trámite regular, exportación por trámite simplificado, la exportación por Courier “exporta fácil.

DEFINICIÓN DE TIPOS DE TRASPORTE

En una economía global, el transporte de mercancías se convierte en una necesidad de primer orden. Ahora bien, no todos los medios de transporte tienen la misma utilidad, dependiendo de la mercancía, Márquez y Lerma (2017) Por este motivo, define tres formas diferentes de transporte “[...] modalidad aérea, es un medio rápido y seguro, por lo general, necesita poco embalaje y capital, modalidad marítima, es un medio más económico para artículos de gran valor en relación a su peso y volumen, modalidad terrestre ,es permite el transporte de producto desde el deposito del vendedor al de comprador [...]” (p.49).es importante conocer que medio se va utilizar en una exportación ,conocer sus ventajas y desventajas de cada medio de transporte, ya sea la modalidad aérea ,marítima terrestre .

DEFINICIÓN DE LOS DOCUMENTOS QUE SE NESESITAN PARA EXPORTAR

Define los documentos de exportación son los siguientes factura comercial, es emitida por el exportador por orden del cliente importador, lista de embarque, es un documento que acompaña la factura comercial y es elaborado por el exportador, certificado de origen ,es identificar y garantizar la procedencia de las mercancías este documento lo emite la cámara de comercio de lima, la póliza de seguro ,es el documento extendido por las compañías de seguros en el cual se establece la cobertura de riesgos, condiciones y tiempo convenidos entre el exportador y el importador ,la declaración simplificada, es un documento aduanero utilizado para las exportaciones cuyo monto no supera el valor FOB US\$ 2000. Márquez y Lerma (2017) define “[...] todos los documentos de exportación es importante conocer para realizar una exportación a territorio internacional [...]” (p.45).es importante conocer los documentos, para realizar una exportación, por cualquier medio ya sea marítimo es el documento conocimiento de embarque, cuando se utiliza un medio de transporte aéreo se emite la guía área, cuando se utiliza un medio de transporte terrestre para realizar la exportación el documento es carta porte.

DEFINICIÓN DE MEDIOS FORMAS DE PAGO DE EXPORTACIÓN

Define Algunas de las formas de pago de mercancía adquirida en el extranjero son bastante riesgosas para el importador, exportador o para ambos. El pago en efectivo y en cheque, aunque son posibles, también son muy riesgosos, en especial el primero, por lo cual no son recomendables, La cobranza personal mediante cobradores propios o contratados en el lugar correspondiente al comprador, son un respaldo a la cobranza en caso de que el pago no se haya hecho por anticipado. Este tipo de cobranza aplica cuando el pago se hace en efectivo y también cuando se hace con cheque o algún título de crédito como pagaré y letra de cambio. Márquez y Lerma (2017) definen “[...] Para hacer el pago internacional consiste en utilizar los sistemas bancarios, tanto del país del exportador como del importador, mediante el envío de giros bancarios y transferencias [...]” (p.591). Cabe resaltar que debemos saber cómo se va efectuar los medios de pago en una exportación, conocer todos los trámites que se va realizar, por lo tanto, ya sea para el importador y exportador sean favorables para ambos.

DEFINICIÓN DE INCOTERMS MÁS UTILIZADOS

Los incoterms (internacional comercial) son importantes para determinar el precio de venta del producto; ya que en este depende de los costos adicionales en los que incurren, así como de los riesgos asumidos por el vendedor. Márquez y Lerma (2017) definen “[...] Los incoterms son un conjunto de reglas internacionales, dada por la cámara de comercio internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compra y venta internacional. [...]” (p.34).es decir los incoterms más utilizados son, ex Works (en fabrica) significa que el exportador cumple con todas sus responsabilidades cuando pone la mercancía a disposición del comprador, FOB (libre a bordo) es cuando el vendedor queda libre de obligaciones cuando las mercancías pasa al borde del buque en el puerto de embarque convenido, CIF(costo, seguro y flete) es cuando el vendedor queda libre de obligaciones cuando las mercancías sobre pasa la borda en el puerto de destino convenido.

2.3. Definición de términos básicos

Según Daniels y Radebaug p.714

Exportación: Es el medio más común del que se sirve las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que la empresa que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/bad/brunet_ca/capitulo2.pdf

Según prompex Perú

La partida arancelaria: Es un código numérico que clasifica las mercancías. La mala clasificación de una partida arancelaria implica una penalidad (multa o recargo) por SUNAT. Internacionalmente las partidas están armonizadas a 6 dígitos, “Sistema Armonizado de Designación y Clasificación de mercancías” En el caso peruano, el código se compone por 10 dígitos.

<http://www.prompex.gob.pe/miercoles/portal/mme/descargar.aspx?archivo=0dda3719-3167-4f96-9b1a-e2f1a0304720.pdf>

Según Cabanellas de Torres

Arancel: Valorización o tasa; ley o norma. Tarifa oficial que establece los derechos que se han de pagar por diversos actos o servicios administrativos o profesionales; como las costas judiciales, aduanas, ferrocarriles.

<https://diccionario.leyderecho.org/arancel/>

Según Vela Andrés

Los INCOTERMS: Los incoterms son aquellos términos que definen claramente las obligaciones entre compradores y vendedores, dentro de un contrato internacional regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos de la operación y la distribución de riesgos de la operación.

https://www.academia.edu/20384821/Los_incoterms

Según la RAE

Comercialización: Es el acceso a un mercado más amplio, estabilidad en las ventas.

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según Carlos Moneta

La globalización: Cuando se habla de globalización se tiende a identificarla con el proceso de globalización económica, olvidando las dimensiones política, cultural y social. Sostiene que en el campo cultural podría entenderse la globalización como el pasaje de identidades culturales tradicionales y modernas, de base territorial, a otras modernas y postmodernas, de carácter transterritorial.

<file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-Globalizacion-4796216.pdf>

Según José Zafrilla Sánchez y Tomás Laencina López

La negociación: es un proceso que permite establecer acuerdos respecto a situaciones, objetos, relaciones, etc. que aparecen como dotadas de valor siempre y cuando las partes deseen mantener o continuar su relación de intercambio bajo unas nuevas condiciones que se establecen tras el proceso negociado

<file:///C:/Users/pc/Downloads/81651-07%20Negociacion.pdf>

Según Zingone

Proceso: Los procesos son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

<https://definicion.mx/proceso/>

Según la RAE

Visión: Es el motivo o la razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado.

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según la RAE

Objetivo: Se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr. Es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según la RAE

Demanda: Puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a una unidad de tiempo específico

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según la RAE

Oferta: Como aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según Cabanellas Guillermo

Aduanas: Es una entidad pública que tiene la misión de registrar los bienes importados y exportados a un país. Está presente en lugares estratégicos como aeropuertos, terminales ferroviarios, costas y fronteras, y tiene la obligación de gestionar las operaciones de comercio exterior tanto de entrada como de salida y cobrar los impuestos fijados por ley.

<https://www.genei.es/ayuda/aduanas-y-envio-internacional/que-es-una-aduana>

Según la RAE

Bidimensional: significa literalmente dos dimensiones, que pueden ser, ancho y largo, pero sin que tomemos en cuenta la profundidad.

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según Humbertocd 2016

La inversión: consiste en la colocación de dinero en una empresa o en el caso de que sea financiera se adquieren valores con la finalidad de que se incremente mediante la ganancia de la empresa o el comportamiento del valor en el mercado. Las inversiones implican un riesgo, pero también oportunidades de obtener un beneficio o rendimiento.

<https://www.rankia.mx/blog/como-comenzar-invertir-bolsa/3338298-que-inversion>

Según López Gonza

Curtiembre: Es una estrategia de gestión empresarial. Integra la dimensión ambiental con un enfoque preventivo y de administración eficiente de recursos con el objetivo de reducir riesgos, mejorar el cumplimiento legal y aumentar la competitividad de las empresas.

<https://prezi.com/1sh1gvsxcbm9/curtiembre/>

Según Casillo Hurtado

Lineamiento: Se define como modelo de un sistema a la estructura cuyo comportamiento es conocido o se puede deducir a partir de bases teóricas, y que se asemeja bastante al sistema real en estudio.

<https://prezi.com/mrrxcy4r8rbg/lineamientos/>

Según Huertas Marcos

La TIR o tasa interna de retorno: Es una herramienta financiera de gran importancia en la elaboración de proyectos, permite viabilizar el proyecto desde el punto de vista financiero al complementarlo con el VNP o valor presente neto.

<https://prezi.com/yohvezky6hao/tasa-interna-de-retorno-tir/>

Según López G. (2003)

VAN o Valor Actual Neto: Método mediante el cual se compara el valor actual de todos los flujos de entrada de efectivo con el valor actual de todos los flujos de salida de efectivo relacionados con un proyecto de inversión.

<https://prezi.com/wg8vwvoue7y8/valor-actual-neto-van/>

Según Urbina Ávila

Factibilidad: Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.

https://prezi.com/jqzvrs_jyilt/factibilidad/

Según la RAE

Cotejo: Consiste en analizar las características de dos o más objetos o situaciones para establecer similitudes y diferencias y desarrollar algún tipo de valoración.

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según Méndez Josué

Síntesis: Es la conformación de algo completo a raíz de los elementos que se le han quitado durante un procedimiento previo.

https://prezi.com/qgzhhu6-tv_o/la-sintesis/

Según Castro Lina

Sistemática: Es la ciencia que estudia la diversidad como consecuencia de su historia evolutiva y establece la información básica para descubrir y reconstruir patrones biológicos y generar hipótesis para explicar los procesos que producen dichos patrones.

<https://prezi.com/fo7zoznwr5nc/la-sistemica/>

Según la RAE

Gradual: Es cuando algo se desarrolla, realiza u ocurre de forma sucesiva y continua, por grados.

<https://www.rae.es/recursos/diccionarios>

Según Lores Martin

La concesión: Se realiza mediante un contrato que brinda el derecho de reventa de productos o servicios de forma exclusiva a una empresa.

<https://prezi.com/lbmkq08j2o-d/concesion/>

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

El presente estudio considera la Investigación Aplicada debido a que se brindará estrategias de exportación de negociación comercial, en los trabajadores de la empresa Alfa S.A. - San Juan de Lurigancho, 2019. La característica respecto sobre la investigación aplicada es mencionada por Carrasco, S (2014) en su obra Metodología de la investigación.

3.2. Nivel de investigación

El presente estudio considera la Investigación a un nivel descriptivo debido a que se dará a conocer las características de las estrategias de exportación en dicho estudio. Dicha Características respecto a los niveles de investigación son consideradas por Hernández, R (2014) en su obra Metodología de la investigación.

3.3. Diseño de la investigación

En el presente estudio se considera el diseño no experimental, debido a que se realizan estrategias de exportación de negociación comercial, en los trabajadores de la empresa Alfa S.A.- San Juan de Lurigancho, 2019. Para una futura exportación de esta empresa donde existe potencial para sus productos.

3.4. Área de estudio

El presente estudio considera el área de investigación dentro de las Ciencias Empresariales, que a su vez corresponde a la Ciencias Sociales

3.5. Población y muestra

El presente estudio considera como población a aquella comprendida por las unidades de análisis correspondientes a documentos cuyo contenido hace referencia a las estrategias de exportaciones y negociación comercial, en los trabajadores de la empresa Alfa S.A. - San Juan de Lurigancho, 2019. Dicha información será obtenida de la empresa alfa s.a.

3.5.1. Muestra

Para seleccionar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la muestra

z= nivel de confianza elegido: 95% (1.96)

p= probabilidad a favor: 0.5

q= probabilidad en contra: 0.5

N= tamaño de la población: 126

e= error máximo permitido: 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 128 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(128-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 96$$

El tamaño de la muestra en esta investigación es de 96 colaboradores de la empresa ALFA S.A. a quienes se les aplicará la respectiva encuesta, para obtener datos sobre las estrategias de exportaciones y negociación comercial de los productos que ofrecen a los clientes.

3.6. Variables y Operacionalización de variables

“Estrategia de exportación de negociación comercial, en los trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.”

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Unidad de medida
ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN	Estrategia de exportación consiste en mantener instalaciones en el país de origen y transferir bienes y servicios al exterior para su venta en mercados extranjeros. Zingone, L., & Ruiz, M. F. (2016).	La variable Estrategias exportación serán medidas a través de las dimensiones: Estrategias esenciales de exportación, Tipos de exportación, Medios de transporte, Documentación, Formas de pago, Incoterms más utilizados.	Requisitos de exportación de productos	Mercancías prohibidas	3	cuantitativa
				Mercancías peligrosas	2	cuantitativa
				Mercancías especiales	1	cuantitativa
			Exportación definitiva	Exportación por tramite regular	1	cuantitativa
				Exportación por tramite simplificado	1	cuantitativa
				Exportación por Courier Exporta fácil	1	cuantitativa
			Medios de transporte	Modalidad aérea	2	cuantitativa
				Modalidad marítima	2	cuantitativa
			Documentación	Factura comercial	2	cuantitativa
				Lista de empaque	2	cuantitativa
				Certificado de origen	1	cuantitativa
				Póliza de seguro	2	cuantitativa
				Declaración Única de Aduana	2	cuantitativa
			Formas de pago	Trasferencia al exterior	3	cuantitativa
				Cheque	3	cuantitativa
				Cobranza documentaria	3	cuantitativa
				Carta de crédito	2	cuantitativa
			Incoterms más utilizados	EXWOR	2	cuantitativa
				FOB	3	cuantitativa
				CIF	3	cuantitativa

3.7. Instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se realizaron encuestas a todos los trabajadores de la empresa Alfa S.A.

Encuesta: Debido a que es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento), los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos

3.8. Validación de los instrumentos de recolección de datos

La ficha de registro empleada en el presente estudio será evaluada por especialistas correspondientes a las áreas de investigación, quienes brindarán su conformidad para el empleo de dichos instrumentos.

Para validar el instrumento de recolección de datos se utilizó el SPSS, realizando una encuesta a personas de forma virtual es decir de forma directa, luego se recolecto toda la información, para ver si la confiabilidad de la encuesta se vio en el alfa de Cronbach.

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Tomado de Ruiz Bolivar (2002) .

Según García-Bellido, R. El coeficiente Alfa de Cron Bach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems. Entre las ventajas de esta medida se encuentra la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría (o empeoraría) la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem.

Después de seguir los pasos para ver la confiabilidad de las preguntas puestas en el cuestionario, se mostró que todas son válidas y bien estructuradas.

Por lo tanto, esta investigación es carácter confiable con un .882.

En el siguiente cuadro muestra el número de preguntas y el porcentaje determinado para la validación, exclusión y el total de los ítems.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	40	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Después de los resultados obtenidos, las preguntas son confiables porque se tuvo un puntaje de rango 0.882 lo que indica que la magnitud es muy alta, esto significa que el cuestionario se puede llevar a cabo a los colaboradores de la empresa industrial “Alfa S. A- San Juan de Lurigancho 2019.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cron Bach	N de elementos
,967	40

3.9. Procedimientos para la recolección de datos

La información registrada implica desarrollo de parámetros o actividades previas que incluyen lo siguiente: Búsqueda de información en fuentes confiables (SUNAT), El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

De libros y revistas de autores confiables. Tesis nacionales internacionales aprobadas.

La presente investigación se realizó con el siguiente procedimiento:

Primero, se le otorgó de manera impresa al dueño de la empresa Alfa S.A. un Documento donde figure el Consentimiento para desarrollar dicho instrumento, que permitió ser más confiable el desarrollo de la investigación.

Segundo, se diseñó el cuestionario estructurado en la que se formularon preguntas cerradas dirigida a los colaboradores de la empresa Alfa S.A

Tercero, se presentó a los expertos, los instrumentos para su validación.

Cuarto, se coordinó con el gerente de la empresa para acordar la fecha y hora de la Encuesta para realizar a sus colaboradores.

3.10. Componente bioético

De acuerdo con el estudio realizado, la información registrada será fiel respecto a las fuentes originales, no modificándose los datos. Además, toda información considerada en el presente estudio se realiza por autoría hacia las fuentes originales.

3.11. Procesamiento y análisis de datos

Los datos obtenidos a partir de la ficha de registro servirán para crear una matriz principal por medio del programa Excel, posteriormente dichos datos serán organizados empleando el programa estadístico SPSS en su versión 21, lo cual permitirá el desarrollo del análisis estadístico descriptivo, en base a las características de la información obtenida a partir de la variable.

VI. RESULTADOS

4.1. Estadística descriptiva

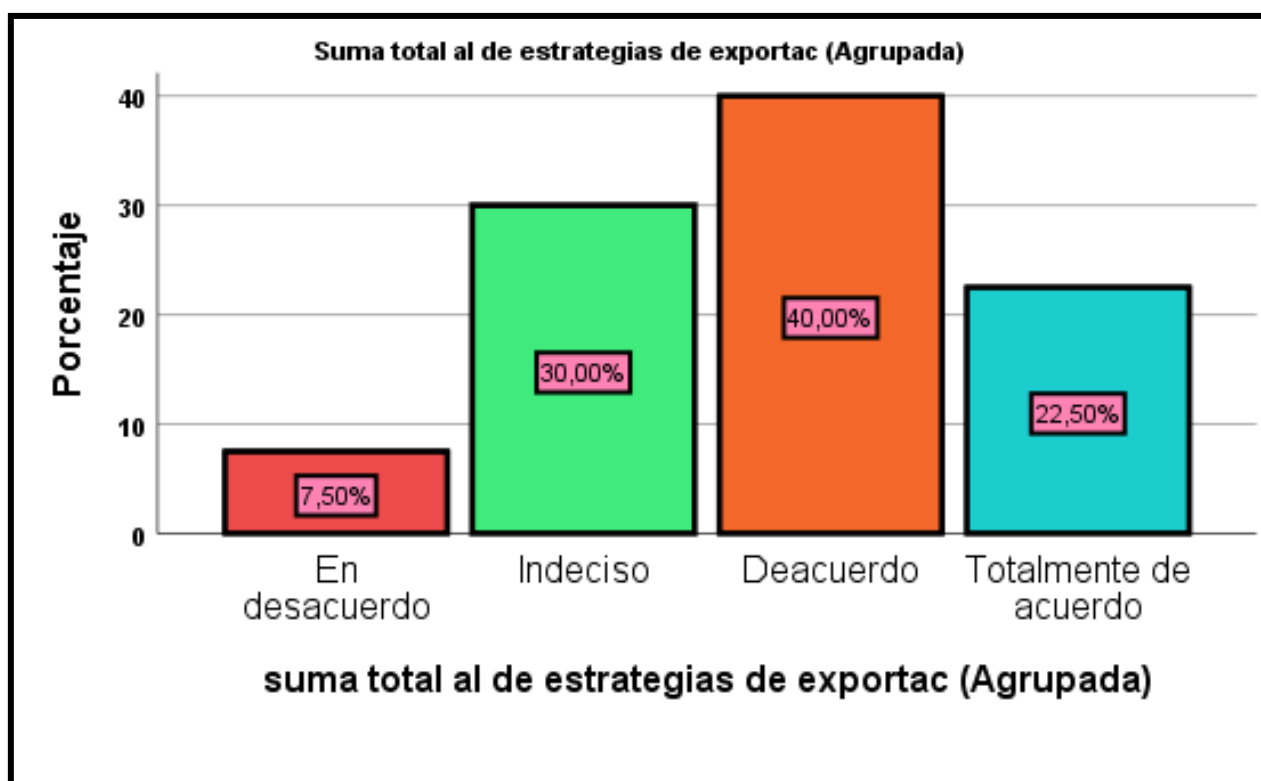
Objetivo General

Describir las estrategias de exportación de negociación comercial, en trabajadores de la empresa Alfa S. A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 01

Estrategias de exportación de negociación comercial, en trabajadores de la empresa alfa S. A - San Juan de Lurigancho, 2019

Suma total al de estrategias de exportación (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	7,5	7,5	7,5
	Indeciso	12	30,0	30,0	37,5
	De acuerdo	16	40,0	40,0	77,5
	Totalmente de acuerdo	9	22,5	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



De la totalidad de los trabajadores de la empresa Alfa S.A, se puede apreciar que un 40 % de los evaluados, tienen conocimiento sobre estrategias de exportación de negociación comercial en el nivel de acuerdo, el 30 % un nivel de indeciso, el 22.50 % un nivel totalmente de acuerdo y el 7.50 % un nivel en desacuerdo.

Decisión:

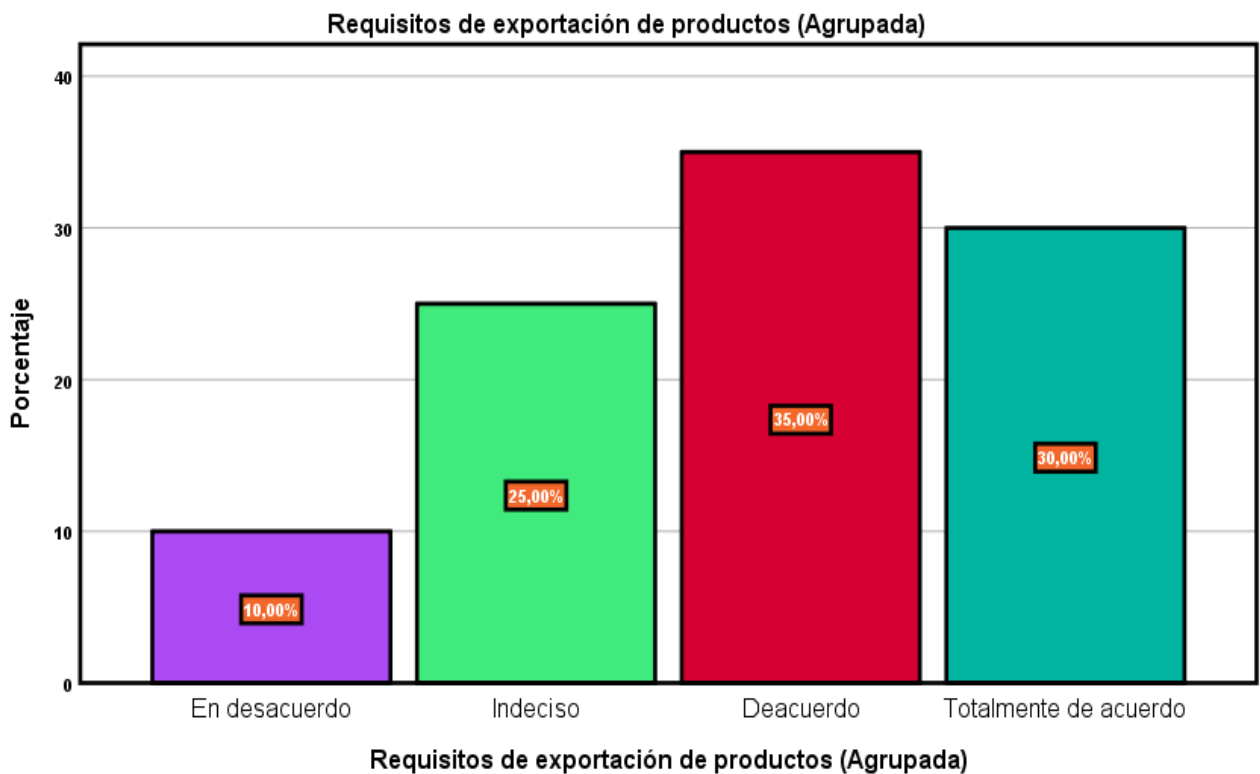
De los resultados obtenidos se concluye que la didáctica del conocimiento de estrategias de exportación de negociación comercial favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y por otra parte que algunos no tienen conocimiento en un nivel indeciso.

Objetivos específicos 01

Describir los requisitos de exportación de productos de negociación comercial en los trabajadores de la empresa Alfa S. A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 02

Requisitos de exportación de productos (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	10,0	10,0	10,0
	Indeciso	10	25,0	25,0	35,0
	De acuerdo	14	35,0	35,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	12	30,0	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



Interpretación:

De la totalidad de los trabajadores de la empresa Alfa S.A, se puede apreciar que un 35 % de los evaluados, tienen conocimiento sobre los requisitos de exportación de productos en el nivel de acuerdo, el 30 % un nivel totalmente de acuerdo, el 30 % un nivel indeciso y el 10 % un nivel en desacuerdo

Decisión:

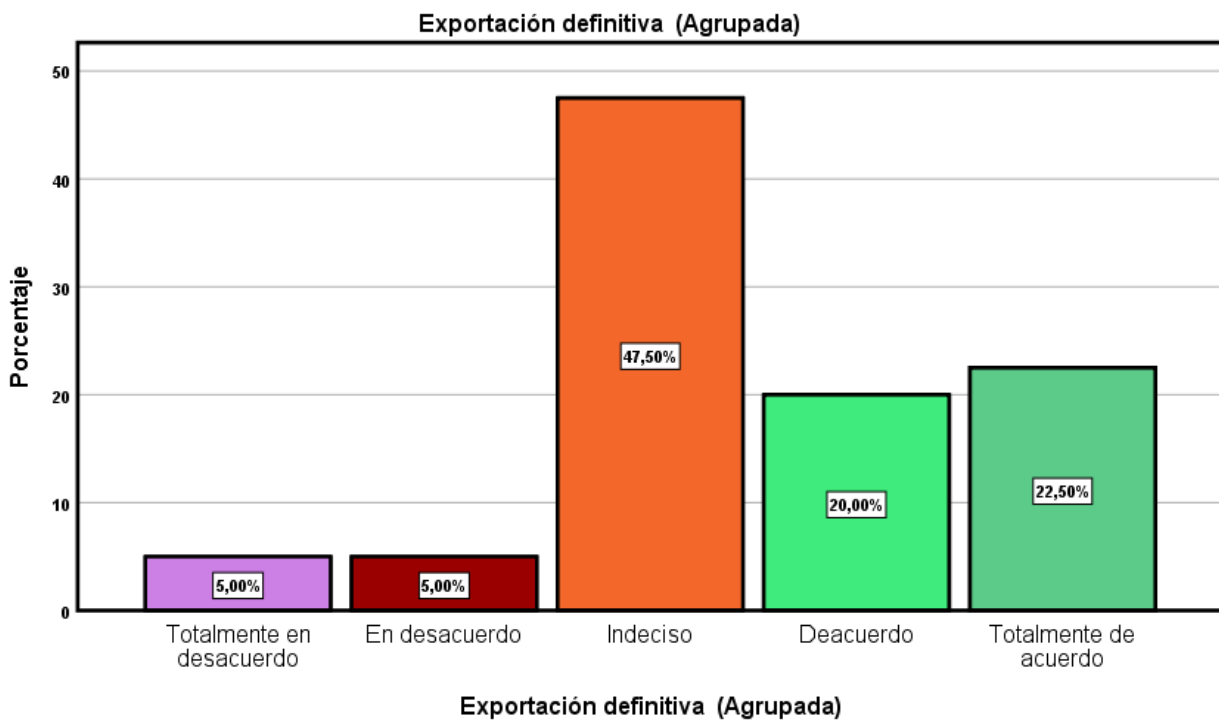
De los resultados obtenidos se concluye que la didáctica del conocimiento sobre requisitos de exportación de productos favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y talmente de acuerdo.

Objetivos específicos 02

Describir la Exportación definitiva de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 03

Exportación definitiva (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	En desacuerdo	2	5,0	5,0	10,0
	Indeciso	19	47,5	47,5	57,5
	De acuerdo	8	20,0	20,0	77,5
	Totalmente de acuerdo	9	22,5	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



Interpretación:

De la totalidad de los trabajadores de la empresa Alfa S.A, se puede apreciar que un 47.50% de los evaluados, no tienen conocimiento sobre exportación definitiva en el nivel de indeciso, el 22.50 % un nivel totalmente de acuerdo, el 20 % un nivel de acuerdo, el 5% totalmente de desacuerdo y el 5 % un nivel en de desacuerdo.

Decisión:

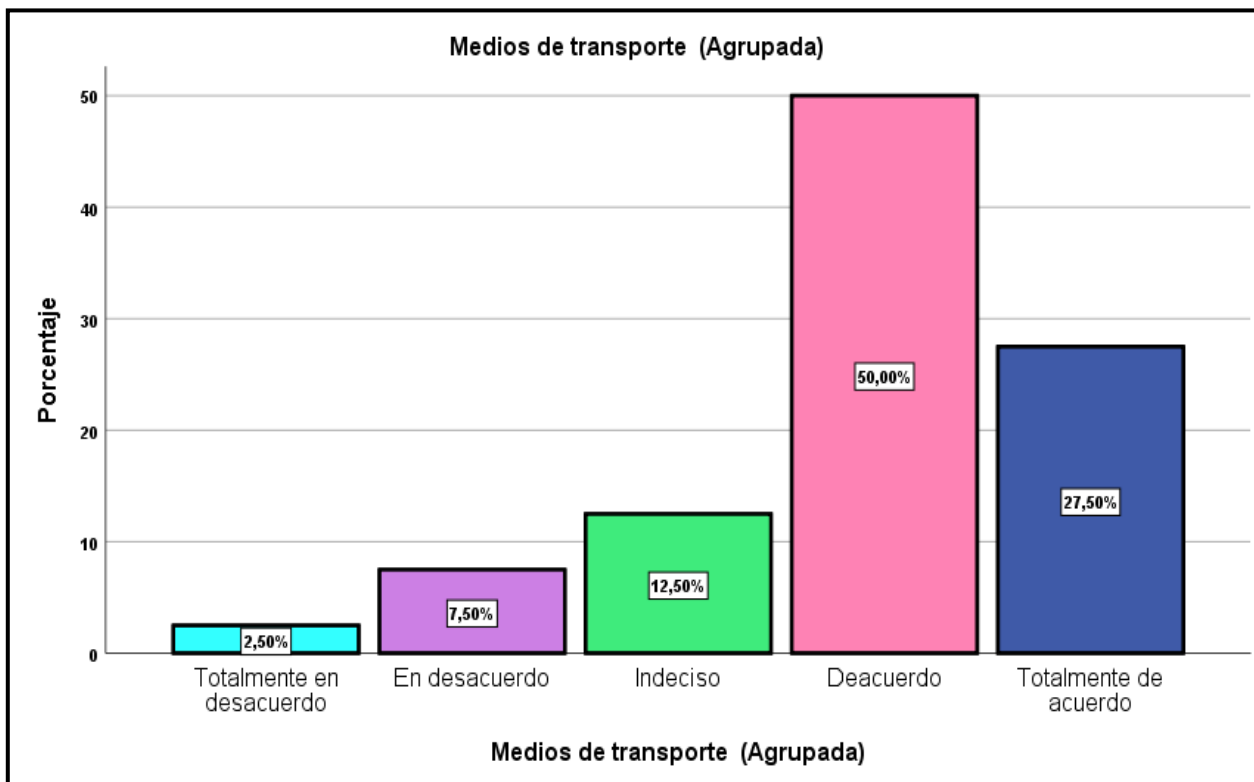
De los resultados obtenidos se concluye que la didáctica del conocimiento sobre la exportación definitiva no favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de indeciso y talmente de acuerdo. De tal modo se realizará una capacitación a todos los trabajadores que no tienen conocimiento sobre exportación definitiva.

Objetivos específicos 03

Describir los Medios de transporte de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 04

Medios de transporte (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	En desacuerdo	3	7,5	7,5	10,0
	Indeciso	5	12,5	12,5	22,5
	De acuerdo	20	50,0	50,0	72,5
	Totalmente de acuerdo	11	27,5	27,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



Interpretación:

De la totalidad de los trabajadores de la empresa Alfa S.A, se puede apreciar que un 50% de los evaluados, tienen conocimiento sobre los medios de transporte en el nivel de acuerdo, el 27.50 % un nivel de acuerdo, el 12.50 % un nivel de indeciso, el 7.50% en desacuerdo y el 2.50 % un nivel totalmente en desacuerdo.

Decisión:

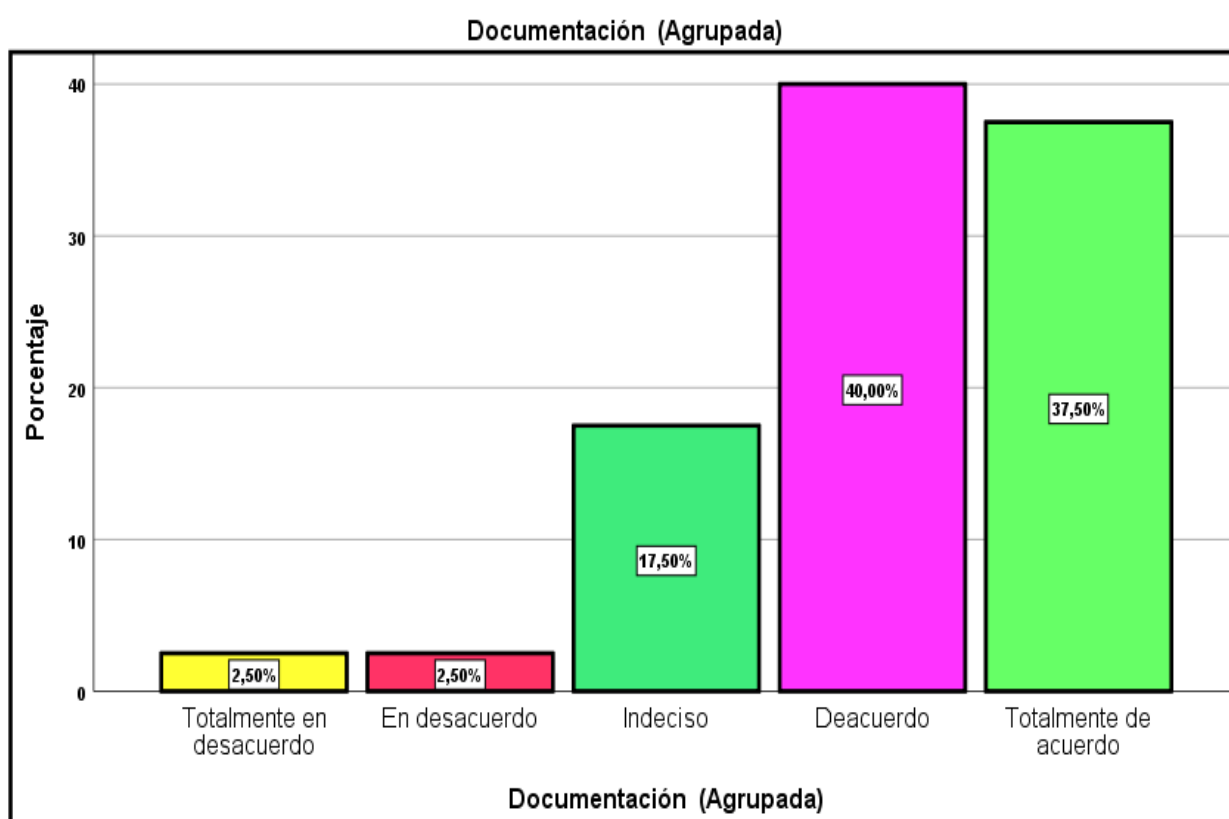
De los resultados obtenidos se concluye que la didáctica del conocimiento sobre los medios de transporte favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Objetivo Específicos 04

Conocer la documentación de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 05

Documentación (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	En desacuerdo	1	2,5	2,5	5,0
	Indeciso	7	17,5	17,5	22,5
	De acuerdo	16	40,0	40,0	62,5
	Totalmente de acuerdo	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



Interpretación:

De la totalidad de los trabajadores de la empresa Alfa S.A, se puede apreciar que un 40 % de los evaluados, tienen conocimiento sobre los documentos de exportación en el nivel de acuerdo, el 37.50 % un nivel de totalmente de acuerdo, el 17.50 % un nivel indeciso, el 2.50% totalmente en desacuerdo y el 2.50 % un nivel en desacuerdo.

Decisión:

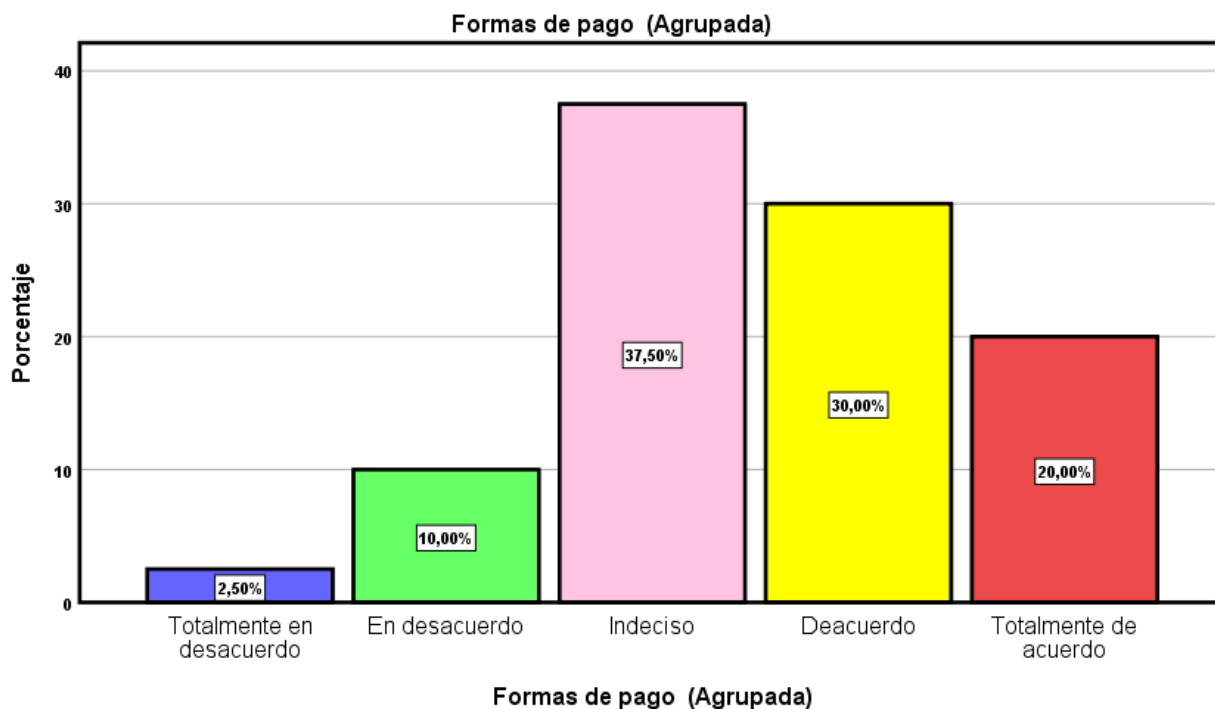
De los resultados obtenidos se concluye que la didáctica sobre los documentos de exportación favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y por otra parte que algunos tienen conocimiento en un nivel totalmente de acuerdo.

Objetivo Específicos 05

Conocer las Formas de pago de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Tabla 06

Formas de pago (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	En desacuerdo	4	10,0	10,0	12,5
	Indeciso	15	37,5	37,5	50,0
	De acuerdo	12	30,0	30,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



Interpretación:

De la totalidad de los trabajadores de la empresa Alfa S.A, se puede apreciar que un 37.50% de los evaluados, no tienen conocimiento sobre las formas de pago que se realiza en una exportación en el nivel de indeciso, el 30 % un nivel de acuerdo, el 20 % un nivel totalmente de acuerdo, el 10 % en un nivel en desacuerdo y el 2.50 % un nivel totalmente en desacuerdo.

Decisión:

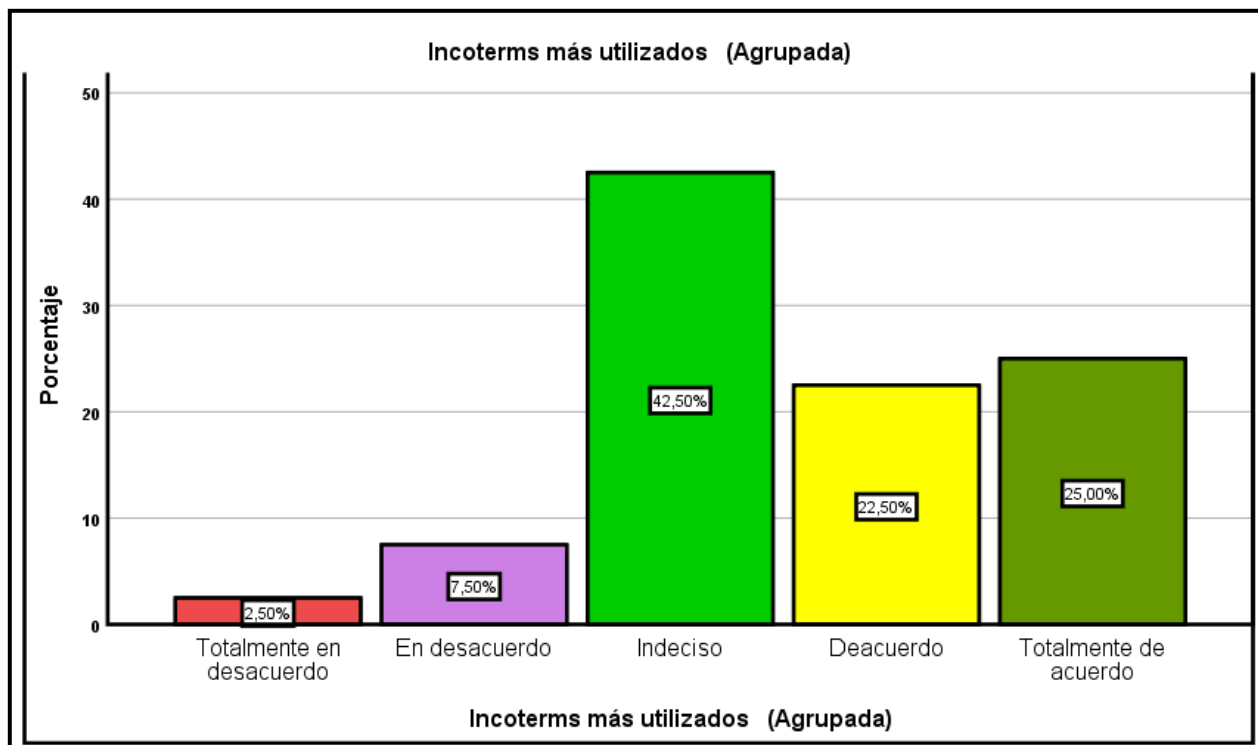
De los resultados obtenidos se concluye que la didáctica del conocimiento sobre formas de pago en una exportación no favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de indeciso y de acuerdo. De tal modo se realizará una capacitación a todos los trabajadores que no tienen conocimiento sobre las formas de pago en una exportación.

Tabla 07

Objetivo Específicos 06

Identificar los Incoterms más utilizados de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Incoterms más utilizados (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	En desacuerdo	3	7,5	7,5	10,0
	Indeciso	17	42,5	42,5	52,5
	De acuerdo	9	22,5	22,5	75,0
	Totalmente de acuerdo	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



Interpretación:

De la totalidad de los trabajadores de la empresa Alfa S.A, se puede apreciar que un 42.50% de los evaluados, no tienen conocimiento sobre los incoterms más utilizados en una exportación en el nivel de indeciso, el 25 % un nivel totalmente de acuerdo, el 22.50 % un nivel de acuerdo, el 7.50 % en un nivel en desacuerdo y el 2.50 % un nivel totalmente en desacuerdo.

Decisión:

De los resultados obtenidos se concluye que la didáctica del conocimiento sobre los incoterms más utilizados en una exportación no favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de indeciso y totalmente de acuerdo. De tal modo se realizará una capacitación a todos los trabajadores que no tienen conocimiento sobre los incoterms que se utiliza en una exportación.

V. CONCLUSIONES

Primera: De la evaluación realizada por medio de una encuesta a los trabajadores de la empresa Alfa S.A, el resultado obtenido se concluye que la didáctica del conocimiento de estrategias de exportación de negociación comercial favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y talmente de acuerdo.

Segunda: De la evaluación realizada por medio de una encuesta a los trabajadores de la empresa Alfa S.A, el resultado obtenido se concluye que la didáctica del conocimiento sobre requisitos de exportación de productos favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y talmente de acuerdo.

Tercera: De la evaluación realizada por medio de una encuesta a los trabajadores empresa Alfa S.A, el resultado obtenido se concluye que la didáctica del conocimiento sobre la exportación definitiva no favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de indeciso y talmente de acuerdo. De tal modo se realizará una capacitación a todos los trabajadores que no tienen conocimiento sobre exportación definitiva

Cuarta: De la evaluación realizada por medio de una encuesta a los trabajadores empresa Alfa S.A, el resultado obtenido se concluye que la didáctica del conocimiento sobre los medios de transporte favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y talmente de acuerdo.

Quinta: De la evaluación realizada por medio de una encuesta a los trabajadores empresa Alfa S.A, el resultado obtenido se concluye que la didáctica sobre los documentos de exportación favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de acuerdo y por otra parte que algunos tienen conocimiento en un nivel totalmente de acuerdo.

Sexta: De la evaluación realizada por medio de una encuesta a los trabajadores empresa Alfa S.A, el resultado obtenidos se concluye que la didáctica del conocimiento sobre las formas de pago en una exportación no favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de indeciso y de acuerdo. De tal modo se realizará una capacitación a todos los trabajadores que no tienen conocimiento sobre las formas de pago en una exportación.

Séptima: De la evaluación realizada por medio de una encuesta a los trabajadores empresa Alfa S.A, el resultado obtenido se concluye que la didáctica del conocimiento sobre los incoterms más utilizados en una exportación no favorece el mismo que tiene tendencia en el nivel de indeciso y totalmente de acuerdo. De tal modo se realizará una capacitación a todos los trabajadores que no tienen conocimiento sobre los incoterms que son utilizadas en una exportación.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Para la aplicación de las estrategias en los trabajadores, se recomienda a la empresa Alfa S.A realizar capacitaciones constantes sobre cómo realizar una exportación hacia otro mercado internacional.

Segunda: Se recomienda a la empresa Alfa S.A que se cree un área para realizar estrategias de exportación funciones específicas del comercio exterior con el fin de que todos los involucrados puedan obtener mayores conocimientos al respecto.

Tercera: Se sugiere realizar capacitaciones referentes a temas de estrategias de exportación de negociación comercial con la finalidad de aprovechar los beneficios que ofrece la actividad comercial. Conocer sus debilidades les permitirá enfocar todos los esfuerzos para lograr una |exportación

Cuarta: Se aconseja desarrollar las estrategias propuestas en la presente investigación para lograr la exportación en la empresa Alfa S.A, para que así pueda salir a otros mercados nuevos, mejorando su rentabilidad.

Quinta: Finalmente, se recomienda a la empresa Alfa S.A que debe dar a conocer cuáles son sus objetivos y que estrategias a todos sus trabajadores para mejorar sus conocimientos sobre estrategias de exportación.

VII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Zingone, L., & Ruiz, M. F. (2016). Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Falconí, F. (2006). El tratado de libre comercio: ¿va porque va? Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Reyes, G. E. (2006). Negociaciones comerciales internacionales de países de pequeñas economías. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Zapata, A. (2009). Negociación: Arte empresarial. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- VELA, A. (2019). Incoterms Retrieved from https://www.academia.edu/20384821/Los_incoterms
- Sawyer. (2006). Exportation Retrieved from http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/bustos_1_lc/capitulo_2.pdf
- Makarova, z. (2019). EXPORTACION. Retrieved from <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/e/exporta.htm>
- LORES, M. (2019). Concesión. Retrieved from <https://prezi.com/lbmkq08j2o-d/concesion/>
- Gan, F., & Triginé, J. (2005). Negociación. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Milesi, D. (2002). Competencias endógenas y estrategia de exportación de las pymes exportadoras exitosas <https://ebookcentral.proquest.com>

VIII. ANEXO 1

ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL EN TRABAJADORES DE LA EMPRESA ALFA S.A.- SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2019.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
Problema General	Objetivo General	ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN	Dimensión 01	<ul style="list-style-type: none"> • Mercancías prohibidas • Mercancías peligrosas • Mercancías especiales 	A. Método y diseño de investigación		
¿Cuáles son las estrategias de exportación de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A.- San Juan de Lurigancho, 2019?	Describir las estrategias de exportación de negociación comercial, en trabajadores de la empresa Alfa S. A - San Juan de Lurigancho, 2019.		Requisitos de exportación de productos			<ul style="list-style-type: none"> • Exportación por tramite regular • Explotación por tramite simplificado • Explotación por Courier 	Tipo: aplicada
Problemas Específicos	Objetivo Específicos		Dimensión 02				<ul style="list-style-type: none"> • Modalidad aérea • Modalidad marítima • Modalidad terrestre
Problemas Específicos 01	Objetivos específicos 01		Exportación definitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial • Lista de empaque • Certificado de origen • Póliza de seguro • Declaración Única de Aduana 		Diseño: no experimental	
¿Cuáles son los Requisitos de exportación de productos de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A.- San Juan de Lurigancho, 2019?	Describir los Requisitos de exportación de productos de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S. A - San Juan de Lurigancho, 2019.		Dimensión 03			<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial • Lista de empaque • Certificado de origen • Póliza de seguro • Declaración Única de Aduana 	
Problemas Específicos 02	Objetivos específicos 02		Medios de transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial • Lista de empaque • Certificado de origen • Póliza de seguro • Declaración Única de Aduana 			Población: Trabajadores de la empresa alfa s. a .c Muestra: 40 trabajadores
¿Cómo se da la Exportación definitiva de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A -San Juan de Lurigancho, 2019?	Describir la Exportación definitiva de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.		Dimensión 04		<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial • Lista de empaque • Certificado de origen • Póliza de seguro • Declaración Única de Aduana 	Técnicas e instrumento de recolección de datos Técnica: Encuesta realizada a los trabajadores de la empresa Alfa S.A Instrumento : cuestionario 40 preguntas	
Problemas Específicos 03	Objetivos específicos 03		Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial • Lista de empaque • Certificado de origen • Póliza de seguro • Declaración Única de Aduana 			
¿Cuáles son los Medios de transporte de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?	Describir los Medios de transporte de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.		Dimensión 05		<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial • Lista de empaque • Certificado de origen • Póliza de seguro • Declaración Única de Aduana 		
Problemas Específicos 04	Objetivo Específicos 04		Formas de pago	<ul style="list-style-type: none"> • EXWOR • FOB • CIF 			
¿Cuáles son la documentación de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?	Conocer las Formas de pago de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.		Dimensión 06		<ul style="list-style-type: none"> • EXWOR • FOB • CIF 		
Problemas Específicos 05	Objetivo Específicos 05		Incoterms más utilizados				
¿Cuáles son los Formas de pago de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?	Conocer las Formas de pago de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.						
Problemas Específicos 06	Objetivo Específicos 06			Procesamiento de análisis de datos: Spss (programa de estadístico informativo muy usado en las ciencias sociales y aplicadas)se usó para la confiabilidad del cuestionado			
¿Cuáles son los Incoterms más utilizados de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019?	Identificar los Incoterms más utilizados de negociación comercial en trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.						

8.1 ANEXO N°2

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Cuestionario Sobre Estrategia De Exportación De Negociación Comercial, En Los Trabajadores De La Empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019.

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de **“Estrategia de exportación de negociación comercial, en los trabajadores de la empresa Alfa S.A - San Juan de Lurigancho, 2019”**. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo para responder con las siguientes preguntas del cuestionario:

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

Totalmente de acuerdo (5)

De acuerdo (4)

Indeciso (3)

En desacuerdo (2)

Totalmente en desacuerdo (1)

Variable: ESTRATEGIAS DE EXPORTACION		Escala				
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5
Mercancías de exportación	Mercancías prohibidas					
	1	Usted conoce cuáles son las mercancías prohibidas de exportación				
	2	Usted conoce a Las principales entidades como DIGEMID, SENASA DIGESA, realizan el control de mercancías prohibidas de exportación.				
	3	Usted sabe cuáles son las consecuencias que trae al introducir ilícitamente mercancías cuya exportación están prohibidas.				
	Mercancías peligrosas					
	4	Conoce cuales son las mercancías peligrosas que pueden poner en riesgo su salud.				
	5	Usted cree que el remitente debe conocer la normativa sobre el transporte de mercancías peligrosas				
Mercancías especiales						
6	Conoce cuales son las mercancías especiales de exportación					
Exportación definitiva	Exportación por tramite regular					
	7	usted realizaría una exportación por tramite regular, sabiendo que el valor FOB de lo exportado supera los US\$/2000, debe contar con un agente de aduana .				
	Exportación por tramite simplificado					
	8	Usted realizaría una exportación por tramite regular sabiendo que el monto no exceda los US\$/2000				
	Exportación por Courier "exporta fácil"					
9	Usted sabe que la exportación por Courier "exporta fácil" es medio diseñado principalmente para el micro y pequeño empresario					
Medios de transporte	Modalidad aérea					
	10	Usted cree que el transporte aéreo es un medio rápido y seguro				
	11	Usted sabe que el transporte aéreo es costoso				
	Modalidad marítima					
	12	Usted sabe que el transporte marítimo es el más económico				
13	Crees que el transporte marítimo es la más adecuada para realizar el traslado de las mercancías					
Documentación	Factura comercial					
	14	El vendedor le emite factura cada vez que realiza una compra				
	15	Crees que es importante emitir una factura				
	Lista de embarque					
	16	La lista de embarque es un documento que acompaña a la factura es obligatorio presentar				
	17	Usted está de acuerdo el documento de lista embarque debe ser elaborado únicamente por el exportador				
	Certificado de origen					
	18	Crees que es importante presentar el documento de certificado de origen				
	Póliza de seguro					
	19	Crees que es importante contar con un seguro para trasladar las mercancías				
Declaración única de aduana						
20	La declaración única de aduana es un documento importante que se debe presentar al momento de realizar una exportación					
21	La declaración única de aduana es un documento que debe ser declarado únicamente por un agente de aduana					
Formas de pago	Transferencia el exterior					
	22	Para realizar un pago de trasferencia es más seguro				
	23	La trasferencia de pagos se realiza por intermedio de entidades bancarias				
	24	Crees que se debe tener en cuenta los intereses del banco en el exterior que por lo general son bastantes altas				
	Cheque					
	25	Crees que es la más adecuada que el deudor utiliza un cheque para pagar al acreedor				
	26	Es posible realizar un pago de cheque a través de un banco				
	27	Crees que es riesgoso pagar en cheque				
	Cobranza documentaria					
	28	El pago por cobranza documentaría crees que es más adecuad				
29	Estás de acuerdo que el vendedor debe solicitar a un banco para realizar el pago por Cobranza documentaría					

	30	Usted cree que al pagar por cobranza documentaría implica menores costos financieros					
	Carta de crédito		Escala				
	31	Usted realizaría la carta de crédito sabiendo que el pago realizado es a favor del exportador					
	32	Creer que el exportador debe tener en cuenta los términos y condiciones de cumplir con el pago mediante la carta de crédito					
Incoterms más utilizados	EXWOR (en fabrica)		Escala				
	33	Usted sabe que el Incoterms más utilizados es el EXWOR (en fabrica)					
	34	El Incoterms EXWOR (en fabrica es utilizado para cualquier tipo de transporte					
	CIF (costo seguro y flete)						
	35	Usted sabe que el Incoterms más utilizados es CIF (costo seguro y flete)					
	36	Creer que es obligatorio presentar un seguro en el Incoterms CIF (costo seguro y flete)					
	37	Creer que el transporte marítimo es el más utilizado					
	FOB (libre a bordo)		Escala				
	38	Usted sabe que el Incoterms más utilizados es FOB (libre a bordo)					
	39	El incoterms FOB (libre a bordo) es utilizado exclusivamente para transporte por vía marítima					
40	Usted utilizaría cualquiera de los incoterms ya sea EXWOR (en fabrica), CIF (costo seguro y flete), FOB (libre a bordo).						