

Estrategias de exportación de aguaymanto fresco

Export strategies of fresh aguaymanto

¹ Héctor Diomedes Villegas Chávez. ² Juan José Julio Vera Abanto. ³ Lenin Rodríguez Castillo

^{1,2} Docentes Principales de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca. Av. Atahualpa 1050. Cajamarca-Perú.

³ Docente Asociado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca. Av. Atahualpa 1050. Cajamarca-Perú.

Recibido: 10-01-20

Aceptado: 24-02-20

Resumen.

La investigación es de carácter descriptivo, se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca; aborda la problemática relacionada con la utilización Estrategias de exportación de aguaymanto fresco de la ciudad de Cajamarca. El presente trabajo, pretende dar soluciones a la mentada ausencia, contemplando expresamente ciertas excepciones, y alentando el auge de algunas acciones en el tema. Aquí, es donde se destaca la importancia de este trabajo, en el cual se ha aceptado el desafío de conformar un contenido orgánico y sistemático de opinión profesional que permita a los empresarios, alumnos, docentes, tomar una idea acabada sobre la exportación de productos nativos propios de la región, en el presente caso es el Aguaymanto, con el objeto de contribuir a que los distintos sectores posiblemente involucrados en la generación y el desenvolvimiento de las empresas dedicadas a la exportación del producto antes mencionado, encuentren en el mismo una guía de acción, un principio de solución a sus inquietudes, un llamado de atención a sus proyectos, en fin, criterios técnicos de validez para su confrontación. En este contexto el objetivo del presente trabajo se centra en la implementación de “Estrategias de exportación de aguaymanto fresco”, se debe comprender que la implementación no tendrá efectividad completa sin una previa consideración de la temática organizacional y cultural que envuelva cada uno de las áreas de la empresa “The Golden Fruit SAC.” dedicada a la Exportación de aguaymanto como producto fresco a los países de EE.UU y Alemania,

Palabras clave: *Exportación, estrategias, aguaymanto, alimento.*

Abstract.

The research is descriptive, it was carried out at the Faculty of Economic, Accounting and Administrative Sciences of the National University of Cajamarca; It addresses the problem related to the use of fresh water and manto export strategies in the city of Cajamarca. The present work, tries to give solutions to the mentioned absence, expressly contemplating certain exceptions, and encouraging the rise of some actions in the subject. This is where the importance of this work is highlighted, in which the challenge of forming an organic and systematic content of professional opinion that allows entrepreneurs, students, teachers, to take a finished idea on the export of native products has been accepted typical of the region, in this case it is Aguaymanto, in order to help the different sectors possibly involved in the generation and development of the companies dedicated to the export of the aforementioned product, find in it a guide action, a principle of solution to your concerns, a call for attention to your projects, in short, technical criteria of validity for your confrontation. In this context, the objective of this work is focused on the implementation of “Fresh water and export strategies”, it should be understood that the implementation will not be fully effective without prior consideration of the organizational and cultural issues involved in each of the areas of the company

"The Golden Fruit SAC" dedicated to the export of Aguaymanto as a fresh product to the countries of the USA and Germany.

Keywords: *Export, strategies, Aguaymanto, food.*

Introducción

En el actual mundo económico donde están inmersas las empresas, a la competencia entre las organizaciones, la incertidumbre donde no se sabe si se podría lograr rentabilidad, exige una mayor necesidad de mejorar la flexibilidad de adaptarse al contexto económico en que se desarrolla para poder sobrevivir y hacer frente a los distintos fenómenos que podrán llevarnos al quiebre o liquidación de empresas.

Esta exigencia nos lleva a pensar en cada vez tendremos que tener una mejor solidez en ventas, incrementando la necesidad de administrar eficientemente los recursos, preparamos para lo inesperado y hacer frente a factores que no podemos controlar, con el único fin de permanecer en el mercado.

Por ello los gerentes, directores de ventas de las empresas, deben llevar una buena estrategia de ventas, con objetivos que nos lleven a lograr los beneficios, a corto, mediano y largo plazo, realizando estrategias de exportación, para lograr el máximo desarrollo y minimizar el riesgo al fracaso porque de ello depende si las organizaciones generen una rentabilidad y asegurar las condiciones futuras de la empresa.

Por lo tanto, una buena "Estrategias de exportación de aguaymanto fresco es definir claramente los objetivos por alcanzarse a corto, mediano y largo plazo, establecer las acciones que se llevarán a cabo para conseguir dichos objetivos, y cuantificar los recursos que tendrán que invertirse; además debe incluir una serie de elementos fundamentales para el logro de los objetivos, tales como el análisis del entorno, el establecimiento de objetivos y

metas, la definición de los mecanismos de Exportación control y evaluación del desempeño.

Cabe destacar, que las estrategias de exportación permiten planear las estrategias de ventas en el exterior, así como el control para mejorar la Gestión de las empresas del de exportación de aguaymanto de la ciudad de Cajamarca.

El presente trabajo, pretende dar soluciones a la mentada ausencia, contemplando expresamente ciertas excepciones, y alentando el auge de algunas acciones en el tema. Aquí, es donde se destaca la importancia de este trabajo, en el cual se ha aceptado el desafío de conformar un contenido orgánico y sistemático de opinión profesional que permita a los empresarios, alumnos, docentes, tomar una idea acabada del estado de situación de la temática abordada, con el objeto de contribuir a que los distintos sectores posiblemente involucrados en la generación y el desenvolvimiento de las empresas dedicadas a la comercialización de aguaymanto, encuentren en el mismo una guía de acción, un principio de solución a sus inquietudes, un llamado de atención a sus proyectos, en fin, criterios técnicos de validez para su confrontación

El objetivo del presente trabajo se centra en la implementación de "Estrategias de exportación de aguaymanto fresco", se debe comprender que la implementación no tendrá efectividad completa sin una previa consideración de la temática organizacional y cultural que envuelva cada uno de las áreas de la empresa en estudio.

La metodología que se empleará propone una evaluación de carácter descriptivo no experimental.

El instrumento que se utilizará para la recolección de los datos es el cuestionario estructurado, que será aplicado a los distintos empresarios relacionados, público en general, del distrito de la provincia de Cajamarca. Como resultado del presente trabajo de investigación, y conforme al objetivo planteado, se pretende ayudar a los empresarios dedicados a la comercialización de aguaymanto, respecto al conocimiento y uso de estrategia de exportación como herramienta fundamental para la mejora gestión de sus empresas.

Materiales y método

Se realizó una investigación de carácter no experimental, con un diseño transaccional, descriptivo y de carácter exploratorio, aplicándose esencialmente la abstracción y la generalización. La muestra fue determinada sobre la población conformada por todas las empresas que se dedican a la exportación de aguaymanto fresco del distrito de Cajamarca. El estudio se llevó a cabo en base a la aplicación de revisión bibliográfica de doble propósito, que permitió evaluar la implementación de Estrategias de exportación como herramienta de gestión que permita mejoras en la gestión de las empresas del sector, específicamente de la empresa de exportación de aguaymanto "THE GOLDEN FRUITS.A.C." en un concepto moderno.

Para el análisis de la información se elaboraron los gráficos con el software utilitario Microsoft Excel.

Resultados y discusión

Los resultados muestran como las empresas implementaran una estrategia de diferenciación centrada que en la actualidad las empresas que no tienen un conocimiento exacto de los beneficios y desventajas que puede ocasionar la

implementación de estrategias de diferenciación en la exportación, en su empresa; es por ello que surge la necesidad de realizar la presente investigación, para poder de una u otra manera guiar e informar a las empresas de nuestra localidad, especialmente a las empresas en el rubro de exportación y así determinar la importancia de obtener estrategias de diferenciación para la permanencia en el mercado.

Por tal motivo se ha considerado para fines de la presente investigación, estudiar la incidencia de la implementación de Estrategias de Diferenciación en la empresa "Tha Golden Fruit S.A.C.", para el año 2018.

Conclusiones

1. El negocio de exportación de aguaymanto como fruto fresco es rentable, pues la recuperación de la inversión va a ser en un periodo corto de tiempo.
2. La demanda mundial del producto tiende a aumentar lo cual es muy beneficioso para el incremento de nuestros ingresos.
3. Considerando las proyecciones que hemos realizado nuestro negocio tiene estabilidad en el tiempo pues sus ingresos tienden a aumentar y no a disminuir.
4. A pesar de que necesita realizar un mayor número de trámites para poder trasladar nuestro producto hasta el consumidor este negocio sigue siendo una idea atractiva para cualquier inversionista considerando lo mencionado anteriormente.

Referencias bibliográficas

Benavides L. (2015) Estudio de pre factibilidad para la producción y comercialización de Aguaymanto – sierra exportadora.

PROMPERU (2015) Exportación del producto aguaymanto según sus principales mercados en kg 2009 – 2014.

PROMPERU (2014) Exportaciones del producto aguaymanto según sus principales presentaciones en Dólares (US\$) en el 2013 – <http://www.sierraexportadora.gob.pe/productos/catalogo-de-productos/aguaymanto/>
<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

El ABC del comercio exterior – Ministerio del Comercio Exterior y Turismo

Fuente: “Perú posiciona a la industria con producto originario”: www.portalfruticola.com, marzo 2013.

Fuente: Reporte “Experiencia Bio Comercio Villa Andina SAC Perú Natura

Fuente: Entrevista de Mónica Vera, gerente general de Eco Proyectos & Soluciones “Volúmenes y Contratos Claros para exportar en Fresco”. Agro Negocios Perú N°38. Mar-Abr 2014.

Plan de negocio: exportación de aguaymanto – Universidad Peruana de Ciencias

Saldaña L. (2017) Plan de Internacionalización para la Exportación de Aguaymanto en la Asociación de Productores Agropecuarios los Triunfadores de Santa Cruz – Udimá, 2017 (Tesis de grado) Universidad César Vallejo. Perú.

Vásquez E. (2017). Influencia de la asimetría de información de mercado en el nivel de ventas de los productores de aguaymanto distrito, Bambamarca, 2013 – 2015 (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Cajamarca. Perú.