



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“EL MERCADO DE NUEVA YORK - ESTADOS
UNIDOS COMO UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS
PARA LA EXPORTACIÓN PERUANA DE BANANO
ORGANICO DE LA REGION PIURA 2016”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administrador y Negocios Internacionales

Autora:

Br. Linda Isabel Chávez Valdiviezo

Asesor:

Mg. Marco Florián Rodríguez

Trujillo – Perú
2016

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por la Bachiller: Linda Isabel Chávez Valdiviezo, denominada:

**“EL MERCADO DE NUEVA YORK - ESTADOS UNIDOS
COMO UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS PARA LA
EXPORTACIÓN PERUANA DE BANANO ORGANICO
DE LA REGION PIURA 2016”**

Mg. Marco Florián Rodríguez
ASESOR

Dr. Alberto Zelada Zegarra
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Aldo Cotrina Villar
JURADO

Mg. Víctor Cuadra Jiménez
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema.....	13
1.3. Justificación	13
1.4. Limitaciones.....	14
1.5. Objetivos.....	14
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	14
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	14
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Antecedentes.....	15
2.2. Bases Teóricas	16
2.2.1. <i>VENTANA DE OPORTUNIDADES</i>	16
¿ <i>QUÉ ES UNA VENTANA DE OPORTUNIDADES?</i>	16
2.2.2. <i>FACTORES</i>	17
2.2.2.1. <i>NECESIDADES INSATISFECHAS</i>	17
2.2.3. <i>ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL</i>	18
2.2.4. <i>VENTAJAS DE LA ASOCIATIVIDAD</i>	19
2.2.5. <i>TIPOS DE ASOCIATIVIDAD</i>	21
2.2.6. <i>RESTRICCIONES DE LA ASOCIATIVIDAD</i>	22
2.2.7. <i>EXPORTACIONES E IMPORTACIONES</i>	23
TIPOS DE IMPORTACIÓN	24
2.2.8. <i>TIPOS DE EXPORTACIÓN</i>	25
2.2.9. <i>VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA EXPORTACIÓN</i>	27
2.2.10. <i>RESTRICCIONES DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN</i>	28
2.2.11. <i>LAS BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIA</i>	29
2.2.12. <i>PRODUCTOS NOVEL FOOD</i>	30
2.2.13. <i>MERCADO</i>	31
2.2.14. <i>TIPOS DE MERCADO</i>	33

2.2.15. COMPETENCIA PERFECTA	34
2.2.16. LA COMPETENCIA PERFECTA Y LA EFICIENCIA ECONOMICA.....	36
2.2.17. MERCADOS DE COMPETENCIA IMPERFECTA	36
2.2.18. ESTUDIO DE MERCADO	37
2.2.19. COMPETENCIA INTERNA	37
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	39
2.2.20. PRODUCTOS BANDERA DEL PERÚ.....	40
LISTA DE PRODUCTOS BANDERA	41
2.2.21. OFERTA EXPORTABLE.....	42
2.2.22. BANANO ORGANICO.....	46
2.2.23. EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	49
2.2.24. Mercado de Estados Unidos	53
2.2.25. Contexto Político – Legal – Gubernamental	56
2.2.26. Perfil del consumidor americano	56
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	57
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS	62
3.1. Formulación de la hipótesis	62
3.2. Operacionalización de variables	62
CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS.....	64
4.1. Tipo de diseño de investigación.....	64
4.2. Material de estudio.....	64
4.2.1. Unidad de estudio.	64
4.2.2. Población.	64
4.2.3. Muestra.	64
4.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos.	64
4.3.1. Para recolectar datos.	64
4.3.2. Para analizar información.....	65
CAPÍTULO 5. PROPUESTA DE SOLUCIÓN	66
CAPÍTULO 6. RESULTADOS	90

CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN106

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: LA RAÍZ: BASE DEL BANANO.....	47
ILUSTRACIÓN 2: BANANA ORGÁNICO	67
ILUSTRACIÓN 7: OFERTA NACIONAL DE BANANO EN ESTADOS UNIDOS.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: INDICADORES DE CRECIMIENTO	55
TABLA 2: REPARTICIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA POR SECTOR	56
TABLA 3: FICHA TÉCNICA	67
TABLA 4: INVERSIÓN TOTAL (NUEVOS SOLES)	77
TABLA 5: RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DEL TRABAJO	79
TABLA 6: ESTRUCTURA DE CAPITAL EN NUEVOS SOLES	80
TABLA 7: SUPUESTOS	81
TABLA 8: ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO	81
TABLA 9: ENTORNO FINANCIERO	82
TABLA 10: BETAS BY SECTOR	82
TABLA 11: ESTRUCTURA DE CAPITAL	85
TABLA 12: COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.....	86
TABLA 13: ESTADO DE RESULTADO	87
TABLA 14: INFORMACIÓN GENERAL DE ESTADOS UNIDOS	90
TABLA 15: POBLACIÓN DE ESTADOS UNIDOS.....	90
TABLA 16: EVOLUCIÓN ANUAL PIB DE ESTADOS UNIDOS	91
TABLA 17: EVALUACIÓN ANUAL PIB PER CÁPITA DE ESTADOS UNIDOS	91
TABLA 18: CONCENTRACIÓN Y DISTANCIA MEDIA	92
TABLA 19: PAÍSES EXPORTADORES DE BANANO A ESTADOS UNIDOS.....	93
TABLA 20: MERCADOS PROVEEDORES A ESTADOS UNIDOS	94
TABLA 21: DEMANDA NACIONAL DE BANANO DE ESTADOS UNIDOS.....	95
TABLA 22: TENDENCIAS DEL CONSUMO DE BANANO EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS ...	97
TABLA 23: PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS	99
TABLA 24: PRINCIPALES MERCADOS QUE SE DIRIGEN LAS EXPORTACIONES DE BANANO PERUANO	100
TABLA 25: PRECIOS FOB REFERENCIALES EN KILOGRAMOS.....	101
TABLA 26: EXPORTACIONES DE BANANO POR DEPARTAMENTO	102
TABLA 27: EXPORTACIONES DE BANANO POR PUERTO DE DESTINO	103
TABLA 28: EXPORTACIONES DE BANANO POR PUERTO DE EMBARQUE	104
TABLA 29: EXPORTACIONES DE BANANO POR BLOQUE ECONÓMICO	105

RESUMEN

La presente investigación consistió en realizar un estudio de la ventana de oportunidad de negocio que ofrece el mercado de Estados Unidos para el incremento de las exportaciones de Banana Orgánico, sustentando que el mercado de Estados Unidos es muy atractivo para la venta del Banano Orgánico.

Planteándose como hipótesis que el mercado de Estados Unidos si constituirá una ventana de oportunidad para las exportaciones de Banano Orgánico.

Para contrastar la hipótesis se utilizó, como diseño de investigación, una investigación no experimental – longitudinal, así como para la recolección de datos fuentes primarias como entrevistas, fuentes secundarias como información estadística de páginas web, estudios de mercado, etc. A lo largo de la investigación se pudo observar que el Banano Orgánico conforma uno de los productos con mayor crecimiento durante los últimos años representando así mayor potencial a futuro, puesto que este es un fruto muy distinguido ypreciado en los mercados extranjeros, especialmente en Estados Unidos por el valor que éste producto goza respecto a sus propiedades y características, complementándose con las tendencias favorables de consumo con que éste mercado cuenta.

En el estudio se resaltó que el Perú presenta ventajas competitivas en comparación con el resto del mundo. Perú no solo posee las tierras y la variedad climática que le propician una importante primacía a nivel global, sino que también cuenta con el adicional de su posición geográfica, contando con estaciones anuales inversas a muchos mercados del mundo.

Con lo mencionado anteriormente se constituyó que Estados Unidos, es un país donde existen oportunidades para los productores peruanos de Banano Orgánico, ya que tanto la demanda como las importaciones están en continuo crecimiento, es un territorio abierto al comercio que exige recibir productos de calidad.

Planteándose finalmente como propuesta un proyecto de Exportación.

ABSTRACT

The present investigation was to conduct a study of the window business opportunity offered by the United States market for the increase in Peruvian Organic Banana exports, supporting the US market is very attractive for Organic Banana sale.

Considering the hypothesis that the US market if they constitute a window of opportunity for organic banana exports

To test the hypothesis was used as research design, a non-experimental research - longitudinal as well as primary data collection sources such as interviews, secondary sources such as statistical information from web pages, market research, etc. Throughout the investigation it was observed that the organic banana forms one of the fastest growing products in recent years and represents the greatest potential for the future, since this is a very distinguished fruit and prized in foreign markets, especially in the United States by the value that this product has regarding its properties and characteristics complemented by favorable trends in consumption that this market has.

The study highlighted that Peru has competitive advantages compared with the rest of the world. Peru not only has the land and climate variability that will foster an important global primacy, it also has the added of its geographical position, with reverse many markets worldwide annual seasons.

With the above was established that the United States is a country where there are opportunities for Peruvian producers of organic banana, because both demand and imports are growing steadily it is open to trade territory that demands to receive quality products.

Finally considering as an export project proposal.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Arellano Cueva, R. (2002). *Comportamiento del Consumidor*.
- Bonta, P., & Farber, M. (2002). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Norma.
- Bradley, F., & Calderon, H. (2006). *Marketing Internacional*.
- CIA - THE WORLD FACTBOOK, P. (2014). *WWW.CIA.COM*.
- Comerciales, A. (2014). *www.acuerdoscomerciales.gob.pe*.
- Daniels, j. D., & Sullivan, D. P. (2004). *Negocios Internacionales*.
- Fisher, I., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill - Interamericana Editores S.A.
- Gough, I. (1991). *precondiciones para la satisfaccion de necesidades*. Reino Unido.
- INEI. (2014).
- kingdon. (1984). *La investigación Institución, innovación y regulación: Ventana de oportunidad*.
- Koch, A. (1997). *Definition and evaluation of competence, capability and skill gaps in international business*. Obtenido de <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EUM0000000004337>
- Kotler, A. C. (2004). *marketing* .
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2003). *Marketing*. México: Pearson.
- MINAG, A. . (2010). <http://www.adexperu.org.pe/>. Obtenido de <http://www.adexperu.org.pe/>.
- Neef, M. M. (1994). *Las necesidades en el desarrollo a escala humana*. España.
- OEEE-UE, M. . (2015). <http://minagri.gob.pe/portal/>. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/>.
- Peruzzotti, P. A. (2008). *Exportar con éxito*.
- PROMPERU. (1997). *REGLAMENTO UE NRO 258/97 "NOVEL FOOD"*.
- Ramón, R. (1997). *Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes*.
- Reid, A. L. (1973). *las técnicas modernas de venta y sus aplicaciones*.
- Sen, A. K. (1984). *Desarrollo, capacidades y funcionamiento*. Oxford.
- SIICEX. (2014). *WWW.SIICEX.GOB.PE*.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- SUNAT. (2014). *www.sunat.gob.pe*.
- TRADEMAP. (2014). *www.trademap.com*.

Valenzuela Valdivia, L. (2010). *Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la producción y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos*. Lima: Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú.

ANEXOS

ANEXO N° 01: FICHA DE ENTREVISTA:

✓ **Entrevistado:**

1. ¿Por qué cree usted que las exportaciones peruanas de banano orgánico al mundo han aumentado en los últimos años?
2. ¿Usted considera que las exportaciones peruanas de banano orgánico seguirá creciendo en los próximos 5 años?
3. ¿Usted considera que los Estados Unidos es un mercado para exportar banano orgánico?. Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son estas ventajas cuantitativas y cualitativas?, si la respuesta es negativa ¿Cuáles son las desventajas?
4. Si es afirmativa la pregunta anterior ¿Usted considera que las importaciones de Estados Unidos de Banano Orgánico crecerá en los próximos 5 años?
5. ¿Usted considera que pueden existir otros mercados para la exportación de Banano Orgánico Peruano? Si la respuesta es Sí ¿cómo cuáles?

ANEXO N° 02: ENTREVISTA 1

Entrevistado:

Ing. Miguel Ángel Morales Zapata – Jefe del área de producción de la empresa Bos de Salitral.

- 1. ¿Por qué cree usted que las exportaciones peruanas de banano orgánico al mundo han aumentado en los últimos años?**

Debido a que se están implementando nuevas áreas, en la actualidad tenemos un alrededor de 7,000 hectáreas de banano y además el porcentaje de producción por hectárea está aumentando el último año 2015 hemos tenido una alza de 23% a razón del año 2014, este crecimiento tiene que ver con las condiciones de nuestro clima y también con el aumento en el sembrado de banano.

- 2. ¿Usted considera que las exportaciones peruanas de banano orgánico seguirá creciendo en los próximos 5 años?**

Claro que sí, porque tenemos en la actualidad nuevas plantaciones de empresas que están viniendo al Norte a sembrar banano, de aquí a 5 años vamos a tener una mayor producción de banano orgánico en el Perú.

- 3. ¿Usted considera que los Estados Unidos es un mercado para exportar banano orgánico? Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son estas ventajas cuantitativas y cualitativas?, si la respuesta es negativa ¿Cuáles son las desventajas?**

Estados Unidos es un mercado potencial debido a que se encuentra mucho más cerca a diferencia de Europa, tenemos que los costos de naviera son menores, es un mercado donde debemos de explotar mejor debido a que también Estados Unidos tiene mucha acogida de banano debemos de afianzarnos más en ese mercado.

Las ventajas cuantitativas es que nosotros vamos a reducir costos en temas de exportación ya que la naviera no te va a costar lo mismo a EE.UU que de aquí a Europa, a esta va durar muchos más días

Y las cualitativas es que gracias a que nuestro banano es de muy buena calidad, es dulce, tiene grandes porcentajes de potasio y está libre de minerales, tenemos muy buena acogida dentro del mercado de EE.UU nuestro banano esta afianzado en grandes mercados internacionales y con muy buen prestigio.

4. Si ser afirmativa la pregunta anterior ¿Usted considera que las importaciones de Estados Unidos de Banano Orgánico crecerá en los próximos 5 años?

Por supuesto que sí, el porcentaje de crecimiento depende mucho del grado de calidad de nosotros y que esté libre de todo residuo químico, los principales requisitos que nos exige EE.UU para ingresar a su mercado son las certificaciones, que son 3 Global Gap, Comercio justo y Orgánica y nosotros como asociación Bos las tenemos, si tenemos estas 3 certificaciones el mercado de EE.UU va hacer una puerta abierta para nuestra producción.

5. ¿Usted considera que pueden existir otros mercados para la exportación de Banano Orgánico Peruano? Si la respuesta es Sí ¿cómo cuáles?

Un mercado potencial y que deberíamos de explotar es el mercado de Corea ellos pagan un muy buen precio, pero son muy exigentes en el tema de calidad, pero es un buen mercado para exportar y tener más productividades, pero para eso tenemos que implementar otras certificaciones y que nuestra fruta sea de mayor calidad, también pide cero inocuidad en los centros de empaque, tiene que tener una asepsia de total, es un poco más costoso y nos dificulta ya que si tenemos y tomamos las medidas preventivas pero para el banano necesitamos más centros de empaque no es como el mango que se empaqueta en uno solo, en el banano es en micro empaques que son en parcela y es un poco más costoso implementar todo ese tema un poco mas tecnificado.

6. ¿Usted considera que el Perú tiene potencial para producir banano orgánico para exportación? sí o no ¿Porque?

Sí, porque el banano se encuentra actualmente en una etapa de crecimiento, es un producto altamente rentable, acá en el Norte es una de las principales zonas productoras de banano orgánico ya que tenemos múltiples ventajas que se presenta en cuanto al suelo, clima, recursos hídrico asegurado, disponibilidad de oferta durante todo el año, disponibilidad de mano de obra económica a diferencia de otros países, también se tiene 3 puertos cerca: Talara, Paita y Bayovar.

El Perú actualmente es preferido por los clientes por su mayor confiabilidad y calidad. En estos momentos la demanda supera la oferta.

ANEXO N° 03: ENTREVISTA 2

Entrevistado:

Ing. Rafael Santisteban – Promperu

1. **¿Por qué cree usted que las exportaciones peruanas de banano orgánico al mundo han aumentado en los últimos años?**

Si, ha habido mayor crecimiento porque hay más inversionistas sembrando en ese cultivo

2. **¿Usted considera que las exportaciones peruanas de banano orgánico seguirá creciendo en los próximos 5 años?**

Si

3. **¿Usted considera que Estados Unidos es un mercado para exportar banano orgánico? Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son estas ventajas cuantitativas y cualitativas?, si la respuesta es negativa ¿Cuáles son las desventajas?**

Si, el poder adquisitivo y el nivel de rotación de los productos siempre hacen que estados unidos sea un buen mercado.

4. **Si ser afirmativa la pregunta anterior ¿Usted considera que las importaciones de Estados Unidos de Banano Orgánico crecerá en los próximos 5 años?**

Si, los habitantes de estados unidos aprecian el consumo de frutas y verduras y sobre todo si son orgánicos.

5. **¿Usted considera que pueden existir otros mercados para la exportación de Banano Orgánico Peruano? Si la respuesta es Sí ¿cómo cuáles?**

Si, Japón, Corea, y los países de Europa.

6. ¿Usted considera que el Perú tiene potencial para producir banano orgánico para exportación? sí o no ¿Porque?

Sí, tenemos la calidad necesaria para producir una buena oferta exportable de banano.

ANEXO N° 04: ENTREVISTA 3

Entrevistado:

Ms. Ruy Pardo – Gerente de la Macro Región Norte – Adex Perú

1. **¿Por qué cree usted que las exportaciones peruanas de banano orgánico al mundo han aumentado en los últimos años?**

Porque se están dedicando más tierras de cultivo para esta fruta.

2. **¿Usted considera que las exportaciones peruanas de banano orgánico seguirá creciendo en los próximos 5 años?**

Precisamente por lo expuesto en el primera pregunta, si van a crecer porque están sembrándose más tierras por inversionistas nuevos.

3. **¿Usted considera que Estados Unidos es un mercado para exportar banano orgánico? Si la respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son estas ventajas cuantitativas y cualitativas?, si la respuesta es negativa ¿Cuáles son las desventajas?**

Si, desde hace ya varios años con la apertura del tratado de libre comercio, Estados Unidos ha sido un destino principal para las exportaciones de nuestros productos, las razones cuantitativas es el alto poder adquisitivo de los habitantes de ese país y en las razones cualitativas su tendencia al consumo de productos orgánicos.

4. **Si ser afirmativa la pregunta anterior ¿Usted considera que las importaciones de Estados Unidos de Banano Orgánico crecerá en los próximos 5 años?**

Por las razones expuestas en la pregunta anterior si de acuerdo

5. **¿Usted considera que pueden existir otros mercados para la exportación de Banano Orgánico Peruano? Si la respuesta es Sí ¿cómo cuáles?**

Definitivamente si, la unión europea, Japón, Rusia, etc

6. ¿Usted considera que el Perú tiene potencial para producir banano orgánico para exportación? sí o no ¿Porque?

Sí, contamos con todos los recurso en el Perú para ello, clima, calidad de tierras, inversiones, mano de obra, etc.

ANEXO N° 05: Matriz de Consistencia

Título: El Mercado de Estados Unidos como una oportunidad de Negocios para la exportación peruana de Banano Orgánico			
Problema	Objetivo General	Hipótesis	Metodología
¿En qué medida el Mercado de Estados Unidos constituye una oportunidad de negocios para la exportación de Banano Orgánico Peruano, periodo 2016 - 2020?	<p>Determinar en qué medida el Mercado de Estados Unidos constituye una oportunidad para la exportación de Banano Orgánico Peruano periodo 2016 -2020.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar cuantitativamente el mercado de Estados Unidos para la exportación de banano orgánico • Analizar cualitativamente el mercado de Estados Unidos para la exportación de banano orgánico 	<p>El Mercado de Estados Unidos constituye una oportunidad de negocios significativa para la exportación de Banano Orgánico Peruano periodo 2016 – 2020.</p> <p>Variable Independiente:</p> <p>Oportunidad de Negocios.</p> <p>Variable Dependiente:</p> <p>Exportación</p>	<p>Tipo de diseño de investigación.</p> <p>No experimental – Longitudinal</p> <p>Material de estudio.</p> <p>Unidad de estudio.</p> <p>Las exportaciones de Banano Orgánico entre Perú y Estados Unidos teniendo como línea base los años 2010-2015.</p> <p>Población.</p> <p>Las exportaciones de Banano Orgánico entre Perú y Estados Unidos teniendo como línea base los años 2010-2015.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar las exportaciones peruanas de Banano Orgánico Peruano en el periodo 2010-2015. • Elaborar una propuesta de exportaciones del Banano <p>Justificaciones</p> <p>Práctica:</p> <p>La presente investigación encuentra su justificación práctica en que ayudará a los exportadores peruanos de Banana Orgánico a incrementar sus exportaciones al mercado de Estados Unidos buscando el mejor canal de distribución generando de esta manera</p>		<p>Muestra.</p> <p>Las exportaciones de Banano Orgánico entre Perú y Estados Unidos teniendo como línea base los años 2010-2015.</p> <p>Técnicas, procedimientos e instrumentos.</p> <p>Para recolectar datos.</p> <p>Entrevistas: Se realizaron entrevistas a 3 expertos peruanos que dominan el tema de exportación e importación de Banano Orgánico; dado que ellos nos podrán dar un escenario más amplio y claro sobre la situación del Banano Orgánico en nuestro país.</p> <p>Fuente de información primaria: Como fuente de información primaria para la recolección de datos relevantes que</p>
--	---	--	---

	<p>mayores ingresos.</p> <p>Teórico:</p> <p>En la teoría de la “ventana de oportunidades”; según Kingdon habitualmente usado en el mundo de los negocios, es ampliamente empleado también en el campo de las políticas públicas, y por el gobierno regional de la libertad al establecer funciones de la oficina de comercio exterior.</p> <p>Valorativa:</p> <p>La presente investigación encuentra su justificación valorativa en que servirá de ayuda</p>		<p>hagan la investigación más nutritiva, se ha realizado entrevistas a los exportadores de Banano Orgánico para obtener de esta manera una información más enriquecida y dar conclusiones precisas.</p> <p>Fuente de información secundaria: Para un estudio más sofisticado se ha utilizado fuentes de información secundaria ya sea virtuales y escritas, tales como: (tesis, libros, reportes que hablan sobre las propiedades del Banano Orgánico, estudios anuales sobre el incremento de las exportaciones).</p> <p>Para analizar información.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de entrevistas a expertos. - Fichas de entrevistas. - Análisis de datos. - Índice de datos.
--	--	--	--

	<p>para principiantes exportadores de Banano Orgánico promoviendo mayor participación de mercado, generando más empleos, elevando sus ingresos y mejorando la calidad de vida de los habitantes de las comunidades aledañas en donde se encuentra la tierra fértil para el cultivo de Banano Orgánico.</p> <p>Académica:</p> <p>La presenta investigación encuentra su justificación académica en la carrera de Administración y Negocios Internacionales dentro de los</p>		<p>- Análisis bibliográficos.</p> <p>- Fichas bibliográficas.</p>
--	--	--	---

	<p> cursos: Financiamiento del Comercio Exterior; Cotizaciones Internacionales, Agro Negocios de Exportación, Internacional Managment, Logística y Distribución Física Internacional, Inteligencia Comercial Internacional e Investigación de Mercados. </p>		
--	--	--	--