



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“LA INTELIGENCIA COMERCIAL Y SU IMPACTO EN LAS
EXPORTACIONES DE ARÁNDANOS FRESCOS DE LAS
EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE TRUJILLO AL
MERCADO DE FRANKFURT - ALEMANIA, TRUJILLO
2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Br. Cristina Maribel, Sichez Coba
Br. Gerardo Jhonatan, Perez Moreno

Asesor:

Mg. José Antonio Rodríguez Palacios

Trujillo – Perú
2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Cristina Maribel, Sichez Coba y Gerardo Jhonatan, Perez Moreno**, denominada:

“LA INTELIGENCIA COMERCIAL Y SU IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE ARÁNDANOS FRESCOS DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE TRUJILLO AL MERCADO DE FRANKFURT – ALEMANIA, TRUJILLO 2017

Mg. José Antonio Rodríguez Palacios
ASESOR

Mg. Francisco Jesús Paredes León
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Alan Enrique García Gutti
JURADO

Lic. Víctor Gaspar Cuadra Jiménez
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1. Realidad problemática.....	15
1.2. Formulación del problema	19
1.3. Justificación	19
1.4. Limitaciones	20
1.5. Objetivos	20
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	20
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	20
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Antecedentes	21
2.2. Bases teóricas.....	29
2.2.1. <i>La Inteligencia comercial</i>	29
2.2.1.1. <i>Definición</i>	29
2.2.1.2. <i>Objetivo de la Inteligencia comercial</i>	30
2.2.1.3. <i>Características de Inteligencia comercial</i>	30
2.2.1.4. <i>Herramientas de la Inteligencia comercial</i>	30
2.2.1.4.1 El proceso de Inteligencia de mercados	31
2.2.1.4.2 Beneficios de la Inteligencia de mercados	31
2.2.1.4.3 Errores de la Inteligencia de mercados	32
2.2.1.4.4 Principales fuentes de la inteligencia comercial	32
2.2.1.4.5 Otras fuentes de información.	35
2.2.1.5. <i>Importancia de la inteligencia comercial</i>	36
2.2.2. <i>Exportación:</i>	36
2.2.2.1. <i>Definición conceptual</i>	36
2.2.2.2. <i>Beneficios de exportar</i>	37
2.2.2.3. <i>Ventajas empresariales de exportar</i>	37
2.2.2.4. <i>Puntos de cuidado al exportar</i>	38

2.2.2.5.	<i>Modalidades de la exportación</i>	38
2.2.2.6.	<i>Regímenes Aduaneros</i>	41
2.2.2.7.	<i>Proceso de exportación</i>	42
2.2.2.8.	<i>Integración Global</i>	42
2.2.3.	<i>Incoterms</i>	50
2.2.3.1.	<i>Definición</i>	50
2.2.3.2.	<i>¿Cuándo tiene validez los Incoterms?</i>	51
2.2.3.3.	<i>Razones para usar los Incoterms</i>	52
2.2.3.4.	<i>Clasificación de los Incoterms</i>	52
2.2.4.	<i>Descripción del producto: Arándanos</i>	63
2.2.4.1.	<i>Código armonizado</i>	63
2.2.4.2.	<i>Partida arancelaria Perú</i>	63
2.2.4.3.	<i>Características del producto</i>	64
2.2.4.4.	<i>Tipos de arándanos</i>	64
2.2.4.5.	<i>Uso</i>	67
2.2.4.6.	<i>Propiedades de los arándanos</i>	68
2.2.4.7.	<i>Beneficios de los arándanos</i>	68
2.2.4.8.	<i>Calidad del fruto del arándano</i>	69
2.2.4.9.	<i>Producción mundial de arándanos</i>	70
2.2.4.10.	<i>Estacionalidad de producción de arándanos mundial</i>	71
2.2.4.11.	<i>Producción Nacional de los arándanos: La Libertad</i>	72
2.2.4.12.	<i>Precio</i>	73
2.2.5.	<i>Ambiente comercial</i>	75
2.2.5.1.	<i>Datos generales de Alemania</i>	75
2.2.5.2.	<i>Análisis Político</i>	78
	2.2.5.2.1 Política Interior:	78
	2.2.5.2.2 Política Exterior:	80
2.2.5.3.	<i>Análisis Socioeconómico</i>	81
2.2.5.4.	<i>Análisis Socio – Cultural</i>	87
2.2.5.5.	<i>Normal y Regulaciones para ingreso de Arándanos frescos al mercado Alemán</i>	88
	2.2.5.5.1 Medidas arancelarias	89
	2.2.5.5.2 Otros impuestos aplicados al comercio	89
	2.2.5.5.3 Regulaciones de importación y normas de ingreso	90
	2.2.5.5.4 Estándares y certificaciones	91
2.2.5.6.	<i>Transporte y Logística</i>	92
	2.2.5.6.1 Medios de transporte	92
2.2.5.7.	<i>Canales de comercialización y distribución</i>	92
2.2.5.8.	<i>Precios</i>	94
	2.2.5.8.1 Precio de importación de arándano fresco en Alemania	95
2.2.5.9.	<i>Presentaciones del producto en Alemania</i>	97
2.2.5.10.	<i>Documentación para ingreso al país de importación</i>	98
2.3.	<i>Hipótesis</i>	99
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA		100
3.1.	<i>Operacionalización de variables</i>	100

3.2.	Diseño de investigación	103
3.2.1.	<i>Según el propósito:</i>	103
3.2.2.	<i>Según su nivel de alcance o profundidad del conocimiento</i>	103
3.2.3.	<i>Diseño de Constatación de Hipótesis</i>	103
3.3.	Unidad de estudio	103
3.4.	Población	103
3.5.	Muestra	103
3.6.	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	104
3.7.	Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	104
3.7.1.	<i>Métodos</i>	104
3.7.2.	<i>Instrumentos y procesamiento de análisis de datos</i>	105
CAPÍTULO 4. RESULTADOS		106
4.1.	Objetivos específico N°01: Identificar el factor cliente para la exportación de arándanos frescos de Trujillo, mediante el uso de la IC.	106
4.1.1.	<i>Población</i>	106
4.1.1.1.	<i>Pirámide poblacional:</i>	106
4.1.1.2.	<i>Distribución de la población alemana por edad</i>	106
4.1.1.3.	<i>Perfil del Cliente</i>	107
4.1.2.	<i>Producto Bruto Interno (PIB)</i>	107
4.1.2.1.	<i>Proyección del PIB</i>	108
4.1.3.	<i>Balanza comercial bilateral</i>	108
4.1.3.1.	<i>Intercambio comercial Perú - Alemania</i>	108
4.1.3.2.	<i>Frutos comestibles exportados por el Perú a Alemania</i>	109
4.1.4.	<i>Comportamiento de la demanda Alemana</i>	110
4.2.	Objetivo específico N°02: Analizar los posibles competidores que permita la exportación de arándanos frescos de Trujillo, aplicando las herramientas de la inteligencia comercial. ..	111
4.2.1.	<i>Identificación de competidores: Países limítrofes</i>	111
4.2.2.	<i>Identificación de competidores: por departamento</i>	112
4.2.3.	<i>Principales empresas agroexportadoras de La Libertad</i>	112
4.3.	Objetivo específico N°03: Identificar los socios comerciales utilizando la inteligencia comercial como herramienta para la exportación de arándanos frescos a Frankfurt – Alemania.	113
4.3.1.	<i>Acuerdos Comerciales</i>	114
4.3.2.	<i>Ferias comerciales</i>	114
4.4.	Objetivo específico N°04: Analizar el entorno económico basado en las herramientas de inteligencia comercial para la exportación de arándanos frescos al mercado de Frankfurt – Alemania.	115
4.4.1.	<i>Tipo de cambio</i>	115
4.4.2.	<i>Impuestos aplicados al comercio</i>	116
4.5.	Objetivo específico N°05: Analizar la viabilidad de mercado que nos permita la exportación de arándanos frescos de Trujillo, utilizando herramientas de inteligencia comercial.	117
4.5.1.	<i>Determinación del mercado objetivo</i>	117
4.5.2.	<i>Determinación del mercado meta</i>	118
4.5.3.	<i>Producción de arándanos frescos del mercado objetivo</i>	118
4.5.3.1.	<i>Rendimiento de la producción de los arándanos</i>	119
4.5.4.	<i>Importaciones del mercado objetivo</i>	120
4.5.4.1.	<i>Evolución de los arándanos frescos</i>	121

4.5.4.2.	<i>Participación mundial de las empresas de La Libertad en la exportación de arándanos frescos</i>	122
4.5.4.3.	<i>Participación de las empresas del sector agro de trujillo al mercado de Alemania</i>	123
4.6.	Objetivo específico N°06: Analizar las barreras derivadas del acuerdo comercial con la UE que permita la exportación de arándanos frescos hacia el mercado de Frankfurt – Alemania.	125
4.6.1.	<i>Arancelarias</i>	125
4.6.2.	<i>Fitosanitarias</i>	126
4.7.	Objetivo específico N°07: Determinar la capacidad productiva de las empresas agroexportadoras de arándanos frescos de Trujillo hacia el mercado de Frankfurt – Alemania.	126
4.8.	Objetivo específico N°08: Describir la cadena logística para la exportación de arándanos frescos al mercado de Frankfurt – Alemania.	127
4.9.	Recolección de información	129
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN		137
CONCLUSIONES		141
RECOMENDACIONES		143
REFERENCIAS		144
ANEXOS		149

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n.º 1: Matriz de selección de mercados	16
Tabla n.º 2: Ventajas y desventajas de la exportación indirecta.....	39
Tabla n.º 3: Ventajas y desventajas de la exportación indirecta.....	40
Tabla n.º 4: Clasificación de los Incoterms 2010.	52
Tabla n.º 5: Datos nutricionales de los Arándanos azules.....	65
Tabla n.º 6: La Libertad: Producción de Arándano (t.).....	73
Tabla n.º 7: La Libertad: Cosecha de Arándano (ha.)	73
Tabla n.º 8: La Libertad: Rendimiento de Arándano (Kg/ha.)	73
Tabla n.º 9: La Libertad: Precio En Chacra de Arándano (S/Kg.).....	74
Tabla n.º 10: Datos generales de Alemania.....	76
Tabla n.º 11: Indicadores de crecimiento Coyuntura económica – Alemania.	81
Tabla n.º 12: Actividad económica por sector – Alemania.....	82
Tabla n.º 13: Intercambio Comercial Alemania – Mundo Millones de US\$.	83
Tabla n.º 14: Intercambio Comercial Alemania – Perú Millones de US\$.	83
Tabla n.º 15: Exportación Sector Agro Perú – Alemania Producto: Arándano 2015 – 2016 millones de US\$.....	84
Tabla n.º 16: Estándares y certificaciones voluntarios.	88
Tabla n.º 17: Tipos del IVA en los países de la UE.	90
Tabla n.º 18: Principales certificaciones y estándares solicitados en Alemania.....	91
Tabla n.º 19: Tiempo de Transporte desde Perú hacia Alemania.	92
Tabla n.º 20: Precios para el Transporte desde Perú hacia Alemania.	92
Tabla n.º 21: Precio Supermercados.	95
Tabla n.º 22: Presentaciones del Producto arándanos en Alemania.....	97
Tabla n.º 23: Operacionalización de variables.....	101
Tabla n.º 24: Distribución poblacional de Alemania por edades 2015	106
Tabla n.º 25: Perfil del consumidor Aleman	107
Tabla n.º 26: Intercambio Comercial Alemania – Perú Millones de US\$.	108
Tabla n.º 27: Análisis de la demanda alemana.....	110
Tabla n.º 28: Peru, Exportaciones de arándanos frescos por empresas.	112
Tabla n.º 29: Tratado bilateral de arándanos frescos Perú – Alemania, período Enero – Setiembre 2017.....	114
Tabla n.º 30: Ferias internacionales para frutas y hortalizas.	114
Tabla n.º 31: Determinación del mercado meta.....	118
Tabla n.º 32: Producción Mundial de Arándanos (Toneladas).	118
Tabla n.º 33: Rendimiento de los Arándanos (Toneladas).	119
Tabla n.º 34: Evolución del rendimiento del arándano (kg/ha.)	120
Tabla n.º 35: Alemania - Importaciones mundiales de arándanos	120
Tabla n.º 36: Evolución de los envíos de arándanos (valor US\$ FOB)	121
Tabla n.º 37: Precios FOB referenciales en kilogramos (Us\$ / Kgr).....	123
Tabla n.º 38: Flujo de Caja.....	124
Tabla n.º 39: Barreras derivadas del acuerdo comercial con la UE para la exportación de arándanos frescos a Alemania - 2016.....	125
Tabla n.º 40: Capacidad productiva de las empresas de Trujillo.....	126
Tabla n.º 41: Exportación de las principales empresas de Trujillo en un período de Enero – Setiembre 2017.....	127
Tabla n.º 42: Crecimiento Poblacional de Alemania 2000 – 2015.....	150
Tabla n.º 43: PBI de Alemania 2000 – 2016.	151
Tabla n.º 44: Proyección del PBI alemán 2016 – 2021	151
Tabla n.º 45: Principales países importadores mundiales del Producto: 081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos 2012 -2016	152
Tabla n.º 46: Valor de las importaciones mundiales de arándanos frescos en Alemania 2012- 2016.	153
Tabla n.º 47: Volumen de las importaciones mundiales de arándanos frescos en Alemania 2012-2016.....	153
Tabla n.º 48: Valor de las importaciones Alemania - Perú de arándanos frescos 2012- 2016.	154

Tabla n.º 49: Volumen de las importaciones Alemania - Perú de arándanos frescos 2012- 2016.	154
Tabla n.º 50: Indicadores comerciales de arándanos frescos importados por Alemania de Perú	155
Tabla n.º 51: Precios por Kg pagado por Alemania por arándanos frescos 2012 – 2016.	156
Tabla n.º 52: Variación de precios por trimestre para arándanos frescos importados por Alemania	157
Tabla n.º 53: Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Alemania en 2016.	158
Tabla n.º 54: Perú: Principales departamentos y empresas más relevantes exportadoras de arándanos frescos al mercado Alemán 2016.	159
Tabla n.º 55: Principales empresas exportadoras del Producto: 0810400000 - Arándanos rojos,	160
Tabla n.º 56: Principales empresas agroexportadoras de Trujillo del Producto: 0810400000 - Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos período Enero – setiembre 2107	160
Tabla n.º 57: La Libertad – Primer productor y exportador de arándano fresco a nivel nacional.	161
Tabla n.º 58: Importaciones peruanas desde Alemania – 2016.	162
Tabla n.º 59: Exportaciones peruanas con destino a Alemania – 2016.	163
Tabla n.º 60: Exportaciones peruanas de frutos comestibles, según código arancelario 08 – 2016.	164
Tabla n.º 61: Inversión de maquinarias y equipos US\$	165
Tabla n.º 62: Inversión de la Propuesta	165
Tabla n.º 63: Costo de la densidad de plantas	165
Tabla n.º 64: Rendimiento Kg./ Ha. de arándanos	165
Tabla n.º 65: Costo de ventas US\$	165
Tabla n.º 66: Gastos administrativos de la propuesta	166
Tabla n.º 67: Gastos operativos	166
Tabla n.º 68: Depreciación /Amortización	166
Tabla n.º 69: Estructura del capital	167
Tabla n.º 70: Financiamiento del préstamo	167
Tabla n.º 71: Plan financiero para el capital de trabajo	167
Tabla n.º 72: Pago del préstamo	167
Tabla n.º 73: Fuente del capital	167
Tabla n.º 74: Costo de capital del préstamo a largo plazo	168
Tabla n.º 75: Costo de capital (capital propio)	168
Tabla n.º 76: Matriz de consistencia.	169

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico n.º 1: Dinámica de la Producción Mundial de Arándanos (en miles TM).	70
Gráfico n.º 2: Periodo Estacional de Producción de Arandanos a Nivel Mundial.	71
Gráfico n.º 3: Crecimiento Poblacional de Alemania 2000- 2015.	78
Gráfico n.º 4: Exportaciones Perú - Alemania.	84
Gráfico n.º 5: Precio de arándanos frescos importada por Alemania – 2016.	96
Gráfico n.º 6: Precio Trimestral de las importaciones de Alemania 2016.	96
Gráfico n.º 7: Pirámide poblacional de Alemania.	106
Gráfico n.º 8: Proyección del PIB de Alemania 2016 – 2021.	108
Gráfico n.º 9: Principales frutos peruanos exportados a Alemania 2016.	109
Gráfico n.º 10: Principales competidores de arándanos peruanos frescos al mercado Alemán 2016.	111
Gráfico n.º 11: Perú: Principales departamentos y empresas más relevantes exportadoras de arándanos frescos al mercado Alemán 2016.	112
Gráfico n.º 12: Tipo de cambio - promedio del periodo (S/ por US\$) - Bancario – Promedio.	116
Gráfico n.º 13: Principales consumidores de arándanos peruanos frescos.	117
Gráfico n.º 14: Contribución de la Región La Libertad a las Exportaciones del Perú.	121
Gráfico n.º 15: Participación mundial de las empresas de La Libertad en la exportación de Producto: 0810400000 - Arándanos rojos, mirtilos y demas frutos del género vaccinium, frescos - 2016. ..	122
Gráfico n.º 16: Participación de las principales empresas exportadoras de arándanos frescos al	123
Gráfico n.º 17: Fuentes de información para la toma de decisiones	129
Gráfico n.º 18: Familiaridad con el concepto de inteligencia comercial.	130
Gráfico n.º 19: Uso de las herramientas de inteligencia comercial.	131
Gráfico n.º 20: Uso y frecuencia de las herramientas de inteligencia comercial	131
Gráfico n.º 21: Frecuencia específica de las herramientas de inteligencia comercial	132
Gráfico n.º 22: Áreas dentro de las empresas especializadas en inteligencia comercial	133
Gráfico n.º 23: Dificultades al utilizar las herramientas de inteligencia comercial	134
Gráfico n.º 24: Importancia del uso herramientas de inteligencia comercial	134
Gráfico n.º 25: Influencia de herramientas de IC en alguna operación de comercio internacional	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n.º 1: Proceso de Inteligencia de mercados.	31
Figura n.º 2: Portada del Trade Map.	33
Figura n.º 3: Portada de Export Helpdesk.	33
Figura n.º 4: Portada de ALADI.	34
Figura n.º 5: Portada SIICEX.	35
Figura n.º 6: Exportación Indirecta.	39
Figura n.º 7: Exportación Directa.	40
Figura n.º 8: Cadena logística.	42
Figura n.º 9: Relación comercial entre Perú – UE.	46
Figura n.º 10: Acuerdo de complementación económica.	48
Figura n.º 11: Alianza del Pacífico.	49
Figura n.º 12: Acuerdo de Asociación Transpacífico.	50
Figura n.º 13: Condiciones de los Incoterms.	51
Figura n.º 14: EXW – EX WORK.	53
Figura n.º 15: FCA – FREE CARRIER.	54
Figura n.º 16: CPT – CARRIAGE PAID TO.	55
Figura n.º 17: CIP – CARRIAGE INSURANCE PAID TO.	56
Figura n.º 18: DAT – DELIVERY AT TERMINAL.	57
Figura n.º 19: DAP – DELIVERY AT PLACE.	58
Figura n.º 20: DDP – DELIVERY DUTY PAID.	59
Figura n.º 21: FAS – FREE ALONGSIDE SHIP.	60
Figura n.º 22: FOB – FREE ON BOARD.	61
Figura n.º 23: CFR – COST AND FREIGHT.	62
Figura n.º 24: CIF – COST, INSURANCE AND FREIGHT.	63
Figura n.º 25: Arbustos de arándanos.	64
Figura n.º 26: Arándano azul.	65
Figura n.º 27: Arándano negro.	66
Figura n.º 28: Arándano rojo.	66
Figura n.º 29: Usos del Arándano.	68
Figura n.º 30: Calidad del fruto del arándano.	70
Figura n.º 31: Ficha comercial de los Berries (arándanos).	74
Figura n.º 32: Mapa.	75
Figura n.º 33: Principales temas políticos que enfrenta Alemania.	79
Figura n.º 34: Mercado: Canales de Distribución y Comercialización de las frutas en Alemania. ..	93
Figura n.º 35: Proceso de comercialización.	94
Figura n.º 36: Ferias comerciales para frutas y hortalizas.	115
Figura n.º 37: Impuesto de Alemania.	116
Figura n.º 38: Clasificación de Empresas Exportadoras.	122
Figura n.º 39: Ruta Logística de exportación de arándanos frescos de Trujillo al mercado de Frankfurt – Vía Marítima.	127
Figura n.º 40: Ruta Logística de exportación de arándanos frescos de Trujillo al mercado de Frankfurt – Vía Aérea.	128
Figura n.º 41: Cadena Logística.	171
Figura n.º 42: Compra y venta internacional.	171
Figura n.º 43: Marca Talsa.	172
Figura n.º 44: Transporte.	172
Figura n.º 45: Carga.	172
Figura n.º 46: Sunat.	173
Figura n.º 47: Senasa.	173
Figura n.º 48: Digesa.	173
Figura n.º 49: Adex.	174
Figura n.º 50: Entrega de mercadería.	174

RESUMEN

El Perú ha tenido un importante crecimiento exportador en los últimos años, con una participación importante en agro – exportación, pues, nuestros productos están siendo competitivos por su alta calidad en mercados nacionales e internacionales, cabe precisar que la mayor parte es gracias a un grupo de industrias de la región La Libertad; que se han beneficiado de las condiciones económicas globales favorables, bajas tasas de interés, y preferencia al acceso del mercado Europeo a través del TLC y los recientemente acuerdos firmados.

El presente estudio analiza el uso de la inteligencia comercial y el impacto que genera en las exportaciones de arándanos frescos de las empresas agroexportadoras de Trujillo al mercado de Frankfurt – Alemania, con la finalidad principal de que las empresas tengan un panorama completo de los beneficios que conducen aplicar la inteligencia comercial como un medio necesario e indispensable para reunir información oportuna y de calidad, permitiendo así tomar decisiones correctas y estratégicas en la elección del mercado y la comercialización del fruto.

Para ello, se utilizó una encuesta y revisión documentaria, lo que nos dio como resultado para la exportación de nuestro producto y los aspectos que intervienen en el mismo, la identificación del mercado (los posibles clientes), la competencia limítrofe y departamental, la cantidad a producir y comercializar, establecer precios de compra y/o venta de las frutas, conocer el volumen de exportación de los arándanos y los indicadores de viabilidad.

El tamaño de nuestro mercado objetivo se calculó considerando los registros de las importaciones del fruto, la competencia, el transporte, la población, poder adquisitivo (PBI per cápita) y tratamiento preferencial, dando como resultado el mercado de Alemania, debido a su mayor interés por consumir productos saludables. Cabe indicar que el consumidor alemán tiene criterios de selección muy estrictos según el producto que demanda.

Los resultados obtenidos del proceso de la investigación permitieron establecer que existe un alto nivel de la demanda de los arándanos frescos por los alemanes en la ciudad de Frankfurt, identificar como principal socio comercial a SANT"ORSOLA SOCIETA COOPERATIVA AGRICOLA, a conocer como principal competidor limítrofe a Chile, y a Ica como departamental, se contempló también la participación de ferias comerciales como Fruitlogistic una de las más importantes en frutas y hortalizas, entre otros.

En el estudio económico tenemos un plan financiero en el que recogemos toda la información desarrollada en cada uno de los planes de actuación, lo que corresponde a una empresa agroexportadora y a los instrumentos aplicados, esta herramienta nos permitió analizar la viabilidad económica y financiera de nuestro proyecto. Esta viabilidad se demuestra con los resultados de los índices de rentabilidad, logrando un VAN positivo de US\$ 558,318.89 con un TIR de 49%, lo que permite la presencia de la empresa en los mercados internacionales de acuerdo con su capacidad financiera.

ABSTRACT

Peru has had an important export growth in the last years, with an important participation in agro - export, because, our products are being competitive for their high quality in national and international markets, it should be pointed out that most of it is thanks to a group of industries in the La Libertad region; They have benefited from favorable global economic conditions, low interest rates, and preference for access to the European market through the TLC and recently signed agreements.

That is why this project aims to conduct a research study on commercial intelligence and its impact on exports of fresh blueberries from agro-export companies in Trujillo to the market in Frankfurt - Germany, with the main purpose that companies have a complete panorama of the benefits that lead to apply commercial intelligence as a necessary and indispensable means to gather timely and quality information, thus allowing to make correct and strategic decisions in the choice of the market and the commercialization of the fruit.

To do this, a survey and documentary review was used, which resulted in the export of our product and the aspects that intervene in it, the identification of the market (potential customers), the border and departmental competition, the quantity produce and market, establish prices of purchase and / or sale of fruits, know the volume of export of blueberries and indicators of viability.

The size of our target market was calculated considering the records of fruit imports, competition, transportation, population, purchasing power (PBI per capita) and preferential treatment, resulting in the German market, due to its greater interest in consuming healthy products. It should be noted that the German consumer has very strict selection criteria according to the product that they demand.

The results obtained from the research process allowed to establish that there is a high level of demand for fresh blueberries by the Germans in the city of Frankfurt, to identify SANT as the main trading partner "SANT"ORSOLA SOCIETA COOPERATIVA AGRICOLA", to be known as the main bordering competitor to Chile, and to Ica as departmental, we also contemplated the participation of trade fairs such as Fruitlogistic, one of the most important in fruit and vegetables, among others.

In the economic study we have a financial plan in which we collect all the information developed in each of the action plans, which corresponds to an agro-export company and the instruments applied, this tool allowed us to analyze the economic and financial viability of our project . This viability is demonstrated by the results of the profitability indexes, achieving a positive VAN of US \$ 558,318.89 with a TIR of 49%, which allows the presence of the company in international markets according to its financial capacity.

NOTA DE ACCESO

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

REFERENCIAS

- ACADEM. (16 de Junio de 2011). Oportunidades de Negocio en el Extranjero. Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de <http://www.100negocios.com/oportunidades-de-negocio-en-el-extranjero>
- ACADEM. (11 de Junio de 2012). Oportunidades de Negocios Internacionales: Cómo Encontrarlas. Recuperado el 08 de Mayo de 2017, de <http://www.100negocios.com/oportunidades-de-negocios-internacionales>
- AgroFórum. (25 de Setiembre de 2012). Arándanos en Perú: Situación actual y perspectivas. Recuperado el 22 de Agosto de 2017, de <http://www.agroforum.pe/fruticultura/arandanos-peru-situacion-actual-y-perspectivas-7119/>
- Almonte, K. (15 de Diciembre de 2011). Demanda, marketing, mercadeo, mercado, mitecon2011, oferta, oferta y demanda. Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de <http://www.eoi.es/blogs/karlasugeilyalmonte/2011/12/15/mercado-oferta-y-demanda/>
- Banco Mundial. (2017). Alemania. Recuperado el 12 de Junio de 2017, de <http://datos.bancomundial.org/pais/alemania>
- BBC Mundo. (24 de Enero de 2017). Qué es el TPP, el gran acuerdo económico de 11 países del cual EE.UU. se acaba de retirar por orden de Donald Trump. Recuperado el 17 de Octubre de 2017, de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38727447>
- Biocomercio. (2014). ¿Cuáles son los contenidos básicos de un estudio de mercado? Obtenido de http://www.ficad.org/lecturas/lectura_dos_unidad_seis_biocomercio.pdf
- Bracamonte, A., & Cisterna, L. (2015). *Adecuación de un modelo de investigación basado en la inteligencia comercial que permita encontrar mercados de exportación para las MYPES del sector confecciones de Trujillo - 2014*. Tesis, Universidad Privada del Norte, La Libertad, Trujillo. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/6500>
- Calzada, L., & Abreu, J. (2009). El impacto de las herramientas de inteligencia de negocios en la toma de decisiones de los ejecutivos. *International Journal of Good Conscience*, 16-52. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://www.spentamexico.org/v4-n2/4%282%29%2016-52.pdf>
- Camacho, J., & Marín, M. (2017). *Herramientas de inteligencia comercial para la exportación de cuadros con motivos religiosos del sector artesanal del distrito de Cajamarca al Estado de Utah en Estados Unidos – 2017*. Tesis, Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017
- Cámara Alemana. (2015 - 2016). Comercio Exterior 2015 - 2016. Recuperado el 09 de setiembre de 2017, de http://www.camara-alemana.org.pe/downloads/170130_ComEx_2016-web.pdf
- Carreño, S. (2011). *Logística de la A a la Z*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado el 25 de agosto de 2017
- Ceballos, L. (2015). Comercio y Aduanas. Recuperado el 25 de agosto de 2017, de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/473-ique-son-los-incoterms-2010>
- CherryTree, & C. (13 de Junio de 2000). *Business Intelligence-The Missing Link*, CherryTree & Co. Recuperado el 22 de Agosto de 2017, de GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com/business-intelligence-teoria-y-conceptos/>
- CIA World Factbook. (06 de Julio de 2015). Alemania Distribución por edad. Recuperado el 12 de Junio de 2017, de http://www.indexmundi.com/es/alemania/distribucion_por_edad.html
- ComexPeru. (Diciembre de 2014). El boom de los arándanos. Perú. Recuperado el 11 de Febrero de 2017, de <https://semanariocomexperu.wordpress.com/el-boom-de-los-arandanos/>
- Cruz, J. (2016). La Inteligencia Comercial. Recuperado el 11 de Octubre de 2017, de <https://es.scribd.com/doc/153067649/LA-INTELIGENCIA-COMERCIAL-doc>
- Datos Macro. (2016). Exportaciones Alemania . Recuperado el 26 de Octubre de 2017, de <https://www.datosmacro.com/comercio/exportaciones/alemania>

- Datos Macro. (2017). Alemania - IVA - Impuesto de Valor Añadido. Recuperado el 26 de Octubre de 2017, de <https://www.datosmacro.com/impuestos/iva/alemania>
- Datos Macro. (2017). Alemania: Economía y demografía. Recuperado el 26 de Octubre de 2017, de <https://www.datosmacro.com/paises/alemania>
- Datos Macro. (2017). PIB de Alemania - Producto Interior Bruto. Recuperado el 14 de junio de 2017, de <http://www.datosmacro.com/pib/alemania>
- Diario del Exportador. (2016). La importancia de los términos Incoterms en el Comercio Internacional. Recuperado el 25 de agosto de 2017, de <http://www.diariodelexportador.com/2016/01/la-importancia-de-los-terminos.html>
- EPBAJ, E.-P. (2016). Perfil de mercado Arándanos. Recuperado el 10 de setiembre de 2017, de <http://www.blueberrieschile.cl/wp-content/uploads/2016/09/perfildemercadoarandanos2016.pdf>
- ESAN, C. (09 de Mayo de 2011). La importancia de la inteligencia comercial en los agronegocios. Recuperado el 31 de Julio de 2017, de https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/05/09/la-importancia-de-la-inteligencia-comercial-en-los-agronegocios/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=socialflow
- Escudero, J. (2016). Oportunidades de negocio si emprendes en solitario. *Emprendedores.es*. Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/emprender-en-solitario>
- Exporthelp. (30 de Junio de 2017). Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Recuperado el 12 de setiembre de 2017, de http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2fvt_ImpuestoSobreElValorAñadido.html&docType=main&languageId=es
- Ferias Alimentarias. (24 de Octubre de 2017). Recuperado el 24 de Octubre de 2017, de http://www.feriasalimentarias.com/main/search_results.asp?nombre_feria=®ion=&nombre=&id_rubr%20o=-1&fecha=2009-01-01&pais=&ciudad=&btn_OREDNAR=NOMBRE&offset=40
- FICAD. (2012). ¿Cómo puedo saber qué oportunidades comerciales tiene mi producto en el mercado extranjero? 3. Recuperado el 23 de febrero de 2017, de http://www.ficad.org/lecturas/lectura_dos_unidad_seis_biocomercio.pdf
- Gallerano, M. V. (18 de Junio de 2009). Inteligencia comercial: llave maestra para la toma de decisiones. Recuperado el Agosto de 22 de 2017, de <http://temasdeadministraciondeempresas.blogspot.pe/2009/06/inteligencia-comercial-llave-maestra.html>
- García. (2012). *Investigación Comercial* (Tercera ed.). ESIC. Recuperado el 06 de Enero de 2018
- García, B., & Izquierdo, J. (2016). *Inteligencia comercial para la importación y venta de suplementos nutricionales de consumo masivo en la ciudad de Cajamarca*. Tesis, Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10259>
- Gerencia Regional de Agricultura La Libertad. (2016). Producto: Arándano. *La Libertad primer productor y exportador de arándano a nivel nacional*. Recuperado el 09 de Octubre de 2017, de <http://www.agrolalibertad.gob.pe>
- Gestión. (2015). Noticias de Arándanos . Recuperado el 09 de Octubre de 2017, de <https://gestion.pe/noticias-de-arandanos-25044>
- González, Á., Orellana, B., & Salguero, V. (2012). "Uso de la Inteligencia de Negocios en las PYMES en El Salvador". Seminario de Trabajo de Investigación, Universidad Dr. José Matías Delgado . Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/AEM/ADT ESGU0001430.pdf>
- Guzmán, K., & Mendoza, R. (2016). *La inteligencia comercial como herramienta implementada en un sistema organizacional de recojo de información para la elaboración comercial y exportación del sazónador de hoja de palta pulverizada California 2016*. Tesis, Universidad

- Privada del Norte, Cajamarca, Cajamarca. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10258>
- Heidemeyer, P. (27 de Octubre de 2016). Propiedades, beneficios y tipos de arándanos. Recuperado el 03 de setiembre de 2017, de https://www.nutridieta.com/arandanos/#Propiedades_de_los_aracutendanos
- Ivan, T. (2012). *Promonegocios.net*. Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de Portal de Mercadotecnia con Artículos, Directorios y Foros: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>
- Jin, S. E. (2013). Trabajo Práctico de comercialización II. Perú. Recuperado el 22 de Agosto de 2017, de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/images/trabajos/6084_19279.pdf
- Kotler, P. (2011). *Fundamentos de Marketing*. Addison-Wesley.
- La Rosa, A. (Setiembre de 1998). Estudio de inteligencia comercial del mercado europeo para pina, mango, melon, fresa, palmito, jugo de frutas tropicales y quinua. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/DInformativos/SGdi101.pdf>
- Lazo, M., & Jara, E. (2010). "La importancia de la inteligencia comercial: Caso práctico exportaciones ecuatorianas". Trabajo de Graduación, Universidad del Azuay. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2808/1/07594.pdf>
- Lerma & Márquez. (2010). *Comercio y Marketing Internacional* (cuarta edición ed.). Cengage Learning Editores. Recuperado el 23 de agosto de 2017, de <https://bibliotecavirtual.cengage.com/books/168-comercio-y-marketing-internacional>
- Lic. Cubas Díaz, M. (s.f.). *SlideShare*. Recuperado el 04 de Mayo de 2017, de https://es.slideshare.net/fridadiaz/manual-oportunidad-negocio?from_action=save
- Lozano, M. (2011). *Inteligencia de Negocios: Una opción ante la toma racional de decisiones responsables*. Maestría, Universidad Autónoma de Manizales. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/606/1/TESIS%20W.pdf>
- Marimon. (1 de Agosto de 2016). La importancia de la inteligencia comercial en los puntos de ventas. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-inteligencia-comercial-en-los-venta-marimon-caneda>
- McBride. (9 de Mayo de 2011). Conexion Esan. Recuperado el 23 de agosto de 2017, de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/05/09/la-importancia-de-la-inteligencia-comercial-en-los-agronegocios/>
- Méndez, L. (29 de Marzo de 2016). Cómo seleccionar el mercado de exportación. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=bN30qXycXUA&index=10&list=PLCPdoezfed48XrOo2oWwHBO1Wz_t-g0o
- MINAGRI. (Junio de 2016). EL arandano en el Perú y el mundo. 10. Perú. Recuperado el 19 de Julio de 2017, de <http://www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2016>
- Mincetur. (1 de Agosto de 2009). Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá. Obtenido de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=60&Itemid=83
- Mincetur. (2011). Acuerdos Comerciales. Recuperado el 24 de Agosto de 2017, de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=50&Itemid=73
- MINCETUR, M. d. (Enero de 2013). El ABC del comercio exterior - guía de capacidades gerenciales. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/01_GUIA_DE_CAPACIDADES_GERENCIALES.pdf
- Minervini, N. (2014). *Ingeniería de la Exportación* (Cuarta ed.). (J. R. Martínez, Ed.) Cengage Learning Editores. Recuperado el 03 de setiembre de 2017, de <https://bibliotecavirtual.cengage.com/books/366-ingenieria-de-la-exportacion>
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (Enero de 2016). Alemania - República Federal de Alemania. Recuperado el 10 de setiembre de 2017, de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/alemania_ficha%20pais.pdf

- Mondragón G., V. (19 de Mayo de 2015). Mercados potenciales para la exportación de arándano. Recuperado el 21 de Junio de 2017, de <http://www.victormondragon.com/2015/05/mercados-potencial-para-la-exportacion.html>
- Mondragón, V. (Agosto de 2016). Exportación indirecta VS Exportación directa. Recuperado el 23 de agosto de 2017, de <http://www.diariodelexportador.com/2016/08/exportacion-indirecta-vs-exportacion.html>
- Mondragón, V. (25 de Marzo de 2016). La Libertad es la región con más exportaciones de arándanos. *Suplemento de Economía y Negocios del Diario La Industria Cash* 48, pág. 12. Recuperado el 13 de Octubre de 2017, de https://issuu.com/camexperu/docs/cash-25_ab53e5ed3980a2
- Muñiz. (25 de Julio de 2017). Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición. Recuperado el 31 de Julio de 2017, de <http://www.marketing-xxi.com/como-acceder-a-los-mercados-internacionales-162.htm>
- Muñoz, A., & Canales. (Mayo de 2010). ¿De qué hablamos cuando hablamos de oportunidades? *TREND MANAGEMENT*. Recuperado el 04 de Mayo de 2017, de http://www.fae.usach.cl/fae1/docs/opinion/DE_QUE_HABLAMOS_CUANDO_HABLAMOS_DE_OPORTUNIDADES.pdf
- OECD, o. (2017). Alemania. Recuperado el 11 de Setiembre de 2017, de <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/germany-es/>
- OMC. (2017). ¿Qué es la OMC? Recuperado el 24 de agosto de 2017, de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm
- Promperú. (Agosto de 2012). Herramientas de Inteligencia Comercial. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2012-9Inteligencia-Comercial.pdf>
- Promperú. (2014). Perfil Producto Mercado - Arándanos en Alemania. Recuperado el 05 de setiembre de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/740579467rad82A5D.pdf>
- Promperú. (2015). La Libertad. Recuperado el 20 de Octubre de 2017, de http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/ficharegion/general/INF_GEN_LA_LIBERTAD.PDF
- PromPerú. (2016). Guía de Mercado Alemania 2016. Recuperado el 06 de setiembre de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/620213757rad6DBBD.pdf>
- Promperú. (2016). Guía de Mercado Alemania 2016 Multisectorial. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/620213757rad6DBBD.pdf>
- Ramírez. (08 de Noviembre de 2012). La globalización y el impacto en el mundo empresarial. *América Economía*. Recuperado el 31 de Julio de 2017, de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/la-globalizacion-y-el-impacto-en-el-mundo-empresarial>
- Rodríguez. (Julio de 2011). Inteligencia comercial y el diseño de productos: a partir de estrategias y fuentes de información. *Ide@s Concyteg*, 804-826. Recuperado el 22 de Agosto de 2017, de http://www.academia.edu/2356719/_2011_Rodr%C3%ADguez-Mart%C3%ADnez_Jorge_Inteligencia_comercial_y_el_dise%C3%B1o_de_productos_a_partir_de_estrategias_y_fuentes_de_informaci%C3%B3n_Revista_Ide_at_s_Concyteg_73_Julio_pag_804-826_ISSN_2007-2716._N%C3%BAmero
- Rodríguez, F., & Moreno, J. (s.f.). *Manual para la identificación de oportunidades de negocio*. Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3_identificacionOportunidades_SAE.pdf
- Rojas, K. (2016). *Inteligencia Comercial aplicada a la administración de negocios internacionales* (Primera ed.). Lima, Surquillo, Perú: MACRO. Recuperado el 24 de Agosto de 2017
- Romero, C. (2016). EL arandano en el Perú y el mundo - Producción, Comercio y Perspectivas 2016. Recuperado el 22 de Junio de 2017, de [www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2016?...estudio-arandano-2016%20\(1\).pdf](http://www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2016?...estudio-arandano-2016%20(1).pdf)

- Sánchez, M., & Salcedo, O. (2017). *Inteligencia comercial orientada a la exportación de snack de arracacha al mercado de San Francisco – California 2017*. Tesis, Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Cajamarca. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11321>
- Siicex. (2014). Perfil Producto Mercado Arándanos en Alemania. Recuperado el 21 de Junio de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/740579467rad82A5D.pdf>
- SIICEX. (24 de agosto de 2017). Preguntas frecuentes. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=162.00000#anclafecha
- Steinhauer, J. (20 de agosto de 2009). *comerciointmexico.wordpress*. Recuperado el 03 de setiembre de 2017, de <https://comerciointmexico.wordpress.com/2009/08/20/ventajas-empresariales-de-exportar/#comments>
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación Efectiva*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=xAUmAgalnHAC&pg=PA68&lpg=PA68&dq=Hay+muchos+factores+que+inciden+en+la+elecci%C3%B3n+del+mercado+de+exportaci%C3%B3n+deseado+entre+ellos+se+pueden+mencionar+el+tipo+de+producto&source=bl&ots=Zs8iBaNd6j&sig=hg2t-aP4-R8D>
- SUNAT. (2016). Recuperado el 03 de Setiembre de 2017, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/>
- Trade Export Helpdesk. (30 de Junio de 2017). Requisitos sanitarios y fitosanitarios. Recuperado el 12 de setiembre de 2017, de http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2frt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es
- Trade Map. (2016). Obtenido de <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3|604||276||TOTAL|||2|1|1|1|1|1|1|1|1>
- Trade Map. (2017). Recuperado el 22 de Junio de 2017, de http://trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||08|||2|1|1|1|1|1|2|1|1
- TradeMap. (2017). Recuperado el 21 de Junio de 2017, de http://trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|604||||081040|||6|1|1|2|1|1|2|1|1
- Trademap. (2017). Posición de Alemania respecto al mundo. Recuperado el 21 de Junio de 2017, de http://trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|604||||081040|||6|1|1|2|1|1|2|1|1
- UDLAP, U. d. (s.f.). Que es exportar y por que exportar. Recuperado el 23 de agosto de 2017, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/gonzalez_n_ym/capitulo3.pdf
- Vergara, C. S. (2016). La Libertad y el arándano. *Producto: ARÁNDANO*. Recuperado el 09 de Octubre de 2017, de <http://www.agrolalibertad.gob.pe>
- Zozaya, R. M. (s.f.). Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/zozaya_r_m/capitulo2.pdf