



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

“LA EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE AJÍ  
PAPRIKA DE LA EMPRESA EXPORTADORA  
AJINORTE SAC EN EL PERIODO 2016”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Wilmer Alexander Clavo Pineda.

Orlando Joffre Cruzado Aguirre.

**Asesor:**

Lic. Juan Ramón Méndez Vicuña.

Lima – Perú

2018

## APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los bachilleres **Wilmer Alexander Clavo Pineda** y **Orlando Joffre Cruzado Aguirre**, denominada:

**“LA EVOLUCIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE AJÍ PAPRIKA DE LA EMPRESA,  
EXPORTADORA AJINORTE SAC EN EL PERIODO 2016”**

Juan Ramón Méndez Vicuña

---

Lic. Nombres y Apellidos  
**ASESOR**

Evelin Aragón Grados

---

Mg. Nombres y Apellidos  
**JURADO**  
**PRESIDENTE**

Elizabeth Mayuri Ramos

---

Mg. Nombres y Apellidos  
**JURADO**

Juan Carlos Ocampo Risco

---

Eco. Nombres y Apellidos  
**JURADO**

## DEDICATORIA

La presente tesis se la dedicamos en primer lugar a Dios, que nos ha brindado una vida llena de alegrías y aprendizaje, permitiéndonos vivir una muy grata experiencia en nuestra etapa universitaria.

Además, por permitirnos llegar a este momento tan especial en nuestras vidas, por los triunfos y los momentos difíciles que nos ha enseñado a creer más en él.

A nuestros padres, por ser los pilares más importantes y por demostrarnos siempre su amor y apoyo incondicional a lo largo de nuestras vidas, sus consejos han sabido guiarnos para culminar nuestra carrera profesional.

A nuestros hermanos por compartir momentos inolvidables y ser uno de los seres más importantes en nuestras vidas.

Agradecemos de manera incondicional, por guiarnos para ser auténticos tanto en nuestras vidas profesionales como personal.

A nuestros amigos, por mostrarnos su apoyo y su amistad.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros maestros que no sólo nos han inculcado conocimientos, sino también, lecciones de vida para nuestros futuros.

A nuestro asesor de tesis, por su apoyo incondicional y orientación en todo el proceso de investigación.

A nuestros padres de forma especial, por su dedicación y apoyo incondicional.

Expresamos también nuestro más sincero agradecimiento a toda la plana docente de la Universidad Privada del Norte, que durante el transcurso de cada año académico nos brindó su apoyo y nos transmitieron todos sus conocimientos.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Contenido

<b><u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u></b> .....	<b>ii</b>
<b><u>DEDICATORIA</u></b> .....	<b>iii</b>
<b><u>AGRADECIMIENTO</u></b> .....	<b>iv</b>
<b><u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u></b> .....	<b>v</b>
<b><u>ÍNDICE DE TABLAS</u></b> .....	<b>vii</b>
<b><u>ÍNDICE DE FIGURAS</u></b> .....	<b>viii</b>
<b><u>RESUMEN</u></b> .....	<b>ix</b>
<b><u>ABSTRACT</u></b> .....	<b>x</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>11</b>
1.1. Realidad problemática .....	11
1.2. Formulación del problema .....	12
1.3. Justificación .....	12
1.4. Limitaciones .....	12
1.5. Objetivos .....	12
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>14</b>
a) Antecedentes.....	14
<i>Nacionales.</i> .....	14
<i>Internacionales.</i> .....	15
b) Bases teóricas .....	16
c) Hipótesis.....	54
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA</b> .....	<b>55</b>
1.1 Operacionalización de variables.....	55
<b>CAPÍTULO 4. RESULTADOS</b> .....	<b>68</b>

<b>CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....</b>	<b>80</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>82</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>83</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>84</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Partidas Arancelarias del Páprika .....	23
Tabla 2 Tratamiento Arancelario .....	24
Tabla 3 Arancel del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018 al 2025 .....	24
Tabla 4 Dosis de tratamiento de Bromuro.....	25
Tabla 5 Dosis de Tratamiento de bromuro de metilo a presión atmosférica .....	25
Tabla 6 Items a investigar antes de realizar una exportación.....	29
Tabla 7 Matriz de consistencia.....	55
Tabla 8 Producción y precio en chacra de Aji páprika.....	57
Tabla 9 Superficie cosechada de capsicums 2015 .....	58
Tabla 10 Principales variedades de capsicum exportado el 2015 .....	58
Tabla 11 Destino de las exportaciones peruanas de ají páprika en el periodo 2016 .....	59
Tabla 12 Exportación en FOB 2016 .....	59
Tabla 13 Empresas que exportan Ají Páprika .....	60
Tabla 14 Estacionalidad de producción de la Páprika por país. ....	61
Tabla 15 Precios del Ají Páprika en México por kg. ....	61
Tabla 16 Precios del Ají Páprika en EEUU por kg.....	62
Tabla 17 Compra de materia prima 2016 y 2017 .....	62
Tabla 18 Venta por contenedor de 40 pies 2016 y 2017 .....	64
Tabla 19 Producto descartado para la exportación de primera calidad .....	65
Tabla 20 hoja de cotejo.....	67
Tabla 21 Calidad de la producción de Ají Páprika 2016.....	69
Tabla 22 Compra de Ají Páprika 2016 .....	70
Tabla 23 Impuesto al Ají Páprika 2016 .....	71
Tabla 24 Precios del Ají en el exterior periodo 2016 .....	72
Tabla 25 Precios de ají páprika a finales 2016.....	75

Tabla 26 Despacho de contenedores 2016 Exportadora Ají Norte SAC.....	77
Tabla 27 Superficie sembradas de HAS de Ají Páprika en el periodo 2016 .....	77
Tabla 28 Compra primeros meses del 2016 .....	78

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Componentes Nutricionales .....	22
Figura 2 Factura de exportación .....	30
Figura 3 Packing List .....	31
Figura 4 Certificado de origen.....	32
Figura 5 Certificado Fitosanitario .....	34
Figura 6 Comprobante de pago bancario CPB.....	35
Figura 7 Certificado Fitosanitario (exportación).....	36
Figura 8 Bill of lading .....	39
Figura 9 Certificado de Fumigación .....	40
Figura 10 Contrato de compra. ....	42
Figura 11 Dua de exportación.....	43
Figura 12 Secuencias de actividades en el transporte Internacional de Mercancías .....	46
Figura 13 Cadena de suministro, logística de aprovisionamiento.....	47
Figura 14 Compra de materia prima 2016.....	63
Figura 15 Compra de materia prima 2017.....	63
Figura 16 venta de páprika por contenedor 2016.....	64
Figura 17 Producto descartado para la exportación 2016 .....	65
Figura 18 Producto descartado para la exportación 2017 .....	66
Figura 19 Resultados ventas de ají páprika 2016 .....	68
Figura 20 Empaque y embalaje .....	73
Figura 21 Certificado de origen Exportadora Ají Norte sac. ....	74



## RESUMEN

En el presente estudio se realizará un análisis a la evolución de la exportación de Ají Párika, de la empresa Exportadora Ajinorte sac, detalle de compras, ventas, mes a mes durante el periodo 2016.

En el primer capítulo, realizaremos una previa visión a la realidad problemática y oportunidad que representa la globalización con respecto a la necesidad de productos agrícolas por parte de diferentes países del mundo, en especial Estados Unidos, y México, en primera instancia para ir abarcando el amplio mercado, de la misma manera establecer nuestros objetivos y limitaciones, los cuales fortaleceremos para aminorarlos, creando una oportunidad para nosotros.

En el Segundo Capítulo, presentamos antecedentes nacionales e internacionales a la exportación de Ají Párika, un análisis del producto, los beneficios que nos traerá exportar, tipo de exportaciones que existen, y un amplio estudio a los documentos comerciales que implica la exportación, su logística, y los incoterms por medio el cual se llega a diferentes acuerdos internacionales en términos del contrato comercial a realizar.

En el Tercer Capítulo, elaboramos las variables respectivas a la presente tesis, la matriz de consistencia que nos facilita tener una visión general de estudio, puesto que nos permite evaluar el grado de conexión lógica y coherencia entre el título, el problema, los objetivos, las hipótesis, las variables, método, de mismo modo la población y la muestra correspondiente de estudio. También se realizará un estudio a la producción nacional de la Párika, la compra de materia prima por parte de Exportadora Ajinorte sac en el periodo 2016 y 2017.

En el Cuarto Capítulo, presentamos los resultados, previo un análisis detallado a la hoja de cotejo realizado en el capítulo anterior. En los subsiguientes capítulos, mostramos la discusión, conclusiones y recomendaciones, al presente proyecto.

## ABSTRACT

In the present study an analysis will be carried out on the evolution of the export of Aji Paprika, of the Exportadora Ajínorte sac company, detail of purchases, sales, month by month during the 2016 period.

In the first chapter, we will make a preview of the problematic reality and opportunity represented by globalization with respect to the need for agricultural products by different countries of the world, especially the United States, and Mexico, in the first instance to encompass the wide market, in the same way to establish our objectives and limitations, which we will strengthen to reduce them, creating an opportunity for us.

In the Second Chapter, we present national and international background to the export of Ají Paprika, an analysis of the product, the benefits that will bring us to export, type of exports that exist, and an extensive study of the commercial documents that implies the export, its logistics, and the incoterms by means of which different international agreements are reached in terms of the commercial contract to be made.

In the Third Chapter, we elaborate the respective variables to the present thesis, the matrix of consistency that allows us to have a general view of the study, since it allows us to evaluate the degree of logical connection and coherence between the title, the problem, the objectives, the hypothesis, the variables, the method, in the same way the population and the corresponding sample of study. There will also be a study of the national production of the Paprika, the purchase of raw material by Exportadora Ajinorte sac in the 2016 and 2017 period.

In the Fourth Chapter, we present the results, after a detailed analysis of the comparison sheet made in the previous chapter. In the following chapters, we show the discussion, conclusions and recommendations, to the present project.

## CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

En las últimas décadas la globalización ha representado la apertura de mercados que incrementa el comercio internacional, Exportadora AJINORTE SAC, es una empresa joven relativamente, cuya principal actividad es la exportación del ají paprika entera (seco al natural) al mercado Mexicano y Estadounidense; cuenta con la mano de obra especializada y maquinarias idóneas para el proceso de empaquetamiento y exportación; somos conscientes que las exportaciones significan un factor muy importante en la economía de un país, ya que aumentan el ingreso nacional del mismo por medio de transacciones que generan divisas.

Debido a la gran aceleración de exportaciones e importaciones, los países del primer mundo tienen la principal característica de ser consumidores principales de productos que contengan valor nutricional y beneficioso para el organismo como el ají paprika.

A nivel mundial los principales mercados de mayor consumo de productos que contienen un alto nivel nutricional como el ají paprika son: "Estados Unidos, México, Reino Unido, Japón, Alemania, Canadá, Federación de Rusia, Francia, Países Bajos (Holanda), España, Chile, entre otros". Sin embargo la exportación de Capsicum Annum (ají paprika), se vio afectada en algunas oportunidades por la naturaleza como el fenómeno del niño, y por el ingreso de producción china al mundo, en volúmenes grandes y a un costo inferior; En la campaña del 2012 el precio de la páprika peruana rondó los US\$ 2,20/kilo, bordeando los US\$ 91,2 millones exportados ese año, esta reducción de precio se debió al amplio volumen ofertado por china, 80 mil toneladas de ají paprika a un bajo precio; todo ello afectó la producción y exportación de la Paprika para el 2013 ya que entre enero y noviembre del mismo año la exportación peruana de Paprika sumó US\$ 71,1 millones, lo que significó una contracción de 28% respecto a similar periodo de 2012.

Otro factor que influyó en la caída del valor de venta de la páprika fueron los subsidios que reciben los agricultores chinos gracias a la devolución del DRAWBACK que es el 20%, y en el Perú es apenas del 4 %.

Las acciones inmediatas que se tomaron para hacer frente ante la arremetida de China, se mejoró la calidad del producto en unidad ASTA, tamaño, siendo de esa manera aceptado a nivel mundial e hicimos frente a los grandes volúmenes de producción de china.

## 1.2. Formulación del problema

### Problema General

¿Cuánto progresó la exportación de Ají paprika en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C. en el 2016?

### Problemas específicos

P.E 1- ¿Cuánto progresó la producción de Ají Páprika en el 2016 en exportadora Ajinorte S.A.C.?

P.E 2- ¿De qué manera afecta los impuestos arancelarios para la exportación de Ají paprika en la empresa exportadora Ajinorte S.A.C.?

P.E 3- ¿De qué manera favorece los tratados de libre comercio para la exportación de Ají paprika en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.?

P.E 4- ¿Cuánto nos facilita la documentación comercial en la exportación de Ají Paprika para la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.?

P.E 5- ¿Cómo afecta la variabilidad de precios del Ají Paprika en la exportación en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.?

## 1.3. Justificación

Como profesionales de negocios internacionales y conociendo las oportunidades del tratado comercial de Perú, México, EE. UU. vemos en la necesidad de analizar el balance de las exportaciones para incentivar y promover las exportaciones de Ají Páprika con el fin de tener una ventaja competitiva y motivar a las empresas productoras peruanas a estar a la vanguardia con las exigencias del mercado exterior.

## 1.4. Limitaciones

Dificultad para poder captar información de primera mano de las exportaciones de Ají Páprika. Otra dificultad que teníamos fue para tener acceso a información de fuentes oficiales de zonas de producción de Ají paprika en las zonas de producción en Perú. A pesar de ello decidimos seguir llevando a cabo la tesis.

## 1.5. Objetivos

### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar el progreso de la exportación de Ají paprika en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C. en el periodo 2016.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Medir el progreso de la producción de Ají Páprika en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.
- Explicar de qué manera afecta los impuestos arancelarios para la exportación de ají paprika en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.
- Comparar los precios y como afecta su variabilidad en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.
- Explicar lo favorable de los tratados de libre comercio en la exportación de Ají Paprika para la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.
- Explicar la variabilidad de precios del Ají Paprika en la Exportación en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.

## CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

### a) Antecedentes

#### Nacionales.

**(Córdor Sánchez, 2014)** Exportación de ají páprika al mercado español 2003 – 2013. El autor nos dice que para la presente investigación se han elaborado 3 indicadores para ser evaluados los cuales son valor exportado, volumen exportado y precio de exportación de esta forma se concluyó que el valor de exportación de aj paprika al mercado español no mantiene una tendencia definida, de la misma manera el volumen de exportación, sin embargo el único de los 3 indicadores que muestra una tendencia creciente es el Precio de exportación, lo cual no indica que el mercado español es rentable ya que el precio es bueno, sin embargo el problema está en la cantidad demandada.

**(GARAVITO, 2015)** Perfil del mercado de aj páprika en el Perú 2000 - 2010. El autor nos comenta que, a partir del año 2000, el Perú se ha reafirmado como un país exportador de Páprika seco. Teniendo como zonas productoras los valles de Chiclayo, Chao, Vir, Santa, Ica, Tacna, Barranca y Arequipa y continúan Piura y Chiclayo en el Norte y en el Sur Lima, Arequipa y Tacna. Además, que en los años 2000 - 2010 el comercio mundial ha crecido un 6.6%, la dinámica de las exportaciones del ají paprika en toneladas ha presentado un comportamiento similar a la producción incrementándose entre el año 2000 y el año 2010, tras la gran aceptación en países como Estados Unidos, España, México, que representan los principales mercados de destino. Se concluye que El panorama mundial muestra un mercado en crecimiento destacando la presencia del Perú como importante proveedor de aj páprika de los mayores importadores del mundo tales como Estados Unidos y Europa.

**(Angelica, 2010)** Plan de exportación de la paprika a EE. UU. El autor nos dice que debido a la estabilidad de los precios y las condiciones ambientales favorables la paprika continúa siendo una alternativa de exportación, porque existe una creciente demanda nacional de paprika seco que se orienta a Estados Unidos y Europa. Además, nos comenta que el aumento de la oferta local ha permitido que el Perú se convierta en el primer exportador de páprika a nivel mundial, habiendo alcanzado al cierre del trimestre del año 2009 ingresos altos. Teniendo en su mayor parte como destino el mercado norteamericano.

### **Internacionales.**

**(Bioversity International, 2014)**, realizaron diferentes estudios diagnosticando el funcionamiento de las cadenas de valor de los ajíes nativos del Perú y Bolivia, identificando los diferentes cuellos de botella que se presentan a lo largo de la cadena, también se identificaron diferentes problemas como: el desabastecimiento de las materias primas tanto en volumen como en calidad, y la falta de tecnología adecuada para generar productos inocuos, aptos para la venta y el consumo humano. También se han mencionado aspectos como la falta de normas técnicas y la poca investigación e innovación. En el eslabón de la comercialización, la escasa formación, información del mercado, la deficiente planificación, acceso al financiamiento, capacidad de gestión y negociación, la falta de políticas o normatividad a lo largo de la cadena de valor de los ajíes nativos, la falta de compromiso de los gobiernos, son factores limitantes que desvinculan a la empresa del mercado.

**(PRO CHILE, 2007)** De acuerdo con los datos encontrados en la página de Pro Chile, durante el año 2007, Chile se ubicó en el tercer lugar entre los países que exportan verduras deshidratadas a los Estados Unidos, destacando el ají y el pimentón. Es así participa de una porción equivalente al 10.2% en ese mercado. Asimismo, Chile ha podido ingresar a competir con China y México, porque ha incorporado alta tecnología a sus procesos, lo cual ha elevado los estándares sanitarios. En este sentido, tal como señala la Oficina de Pro Chile Miami "el ají chileno resulta altamente atractivo en Estados Unidos, gracias a su producción orgánica y su asociación a la cocina indígena".

**(Luna, 2014)**, Proceso de extracción y beneficiado de semilla híbrida de Chile pimiento (*Capsicum annum* L.) Para exportación en la empresa HFT Seedservices S.A., potrero carrillo, jalapa" El Chile pimiento (*Capsicum annum* L.). El autor nos dice que Guatemala es un país adecuado para la producción de semillas híbridas de vegetales, ya que cuenta con factores como, la diversidad de climas, mano de obra experimentada y capacitada disponible, luminosidad y estaciones bien marcadas que generalmente permiten tener una producción buena y estable todo el año. Los aspectos más importantes que se deben considerar son los puntos críticos que se encuentran desde el momento de importación de las líneas parentales, siembra, plantado, hibridación, cosecha de frutos, procesamiento y extracción, empaque y exportación de las distintas variedades, puesto que es necesario seguir un estricto sistema de registro y control, para asegurar la calidad y pureza de las semillas. Por último, se recomienda realizar la descripción de los procesos de producción de

semillas de otras especies, considerando que la extracción y el beneficiado de estas, es una actividad importante para el desarrollo de los distintos procesos productivos en el país.

## b) Bases teóricas

Enseguida se procederá a definir algunos términos básicos relacionados con el presente trabajo de investigación tales como los siguientes:

### • Exportación

(Correa, 2013) La exportación incluyen el valor de los bienes y servicios producidos internamente, adquiridos por no residentes durante el período de referencia. La importancia de observar esta variable reside en el hecho de que las exportaciones generan divisas para el país, lo cual incrementa sus tenencias. Además, implican un aumento de la producción nacional. También es un elemento para evaluar el grado de competitividad del país.

(Rodríguez, 2012) La exportación es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero existiendo de acuerdo a la Ley aduanera dos tipos principales de exportación la definitiva y temporal.

(Greco, 2005) La exportación es un bien o servicio vendido al exterior de un país u salida de cualquier mercadería de un territorio aduanero o atravesar la frontera, es decir, trasladar la mercadería de un país a otro u venta de bienes de un país a otro u otros países.

(Sevilla Siglo XXI, 2009) La exportación es la venta de productos a clientela extranjera, o sea, no pertenecientes al mercado nacional.

(Víctor, 2011) La exportación es la salida legal de mercancías de un país para el uso o consumo fuera de su territorio

(Nelson, 2010) Las exportaciones son las mercancías que venden individuos o países o es enviar productos a otro país o territorio extranjero.

(Villalobos, 2006) La exportación es la salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior y la prestación de servicios al exterior, efectuada en determinadas condiciones. La exportación se entenderá consumada cuando la mercancía amparada por la declaración correspondiente haya



sido legal y efectivamente enviada al exterior, con la intención de ser usada o consumida.

(Márquez, 2011) La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global.

#### ❖ **Clasificación de la Exportación.**

Conforme a lo normado por la Ley General de Aduanas aprobada mediante Decreto Legislativo. N° 105311, las exportaciones aduaneramente se clasifican en:

- **Exportación Definitiva.**

La exportación definitiva en adelante exportación es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno. (Sunat, 2009)

- **Exportación Simplificada.**

Facilitar el despacho para la exportación definitiva de mercancías con o sin la intervención de un despachador de aduana que, por su cantidad, calidad, especie, uso, origen o valor, y sin fines comerciales o si los tuviera no son significativos para la economía del país. (Sunat, Sunat, 2008)

- **Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo.**

Permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas con la finalidad de reimportarlas en un plazo determinado, sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por su uso. Las mercancías exportadas bajo este régimen al ser reimportadas no estarán sujetas al pago de los derechos arancelarios y demás tributos aplicables a la importación para el consumo y recargos de corresponder. (Sunat, Sunat, 2008)

- **Exportación Temporal para Reimportación en el mismo Estado.**

Régimen que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas con la finalidad de reimportarlas en un plazo determinado, sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por su uso. (Sunat, Sunat, 2009).

- **Régimen Simplificado de Exportación - Exporta Fácil.**

El mecanismo promotor de exportaciones denominado EXPORTA FACIL, ha ido diseñado principalmente para el micro y pequeño empresario, para poder acceder a mercados internacionales. (Sunat, Sunat, 2007)

#### ❖ **Formas de la Exportación.**

**Existen dos formas de exportar.**

##### **Exportación Directa.**

Esta es la modalidad más ambiciosa, donde el exportador debe administrar todo el proceso de exportación, desde la identificación del mercado hasta el cobro de lo vendido. Las ventajas de una exportación directa son: mayor control ejercido sobre todo el proceso de exportación; potencialmente mayores ganancias; relación directa con los mercados y con los clientes. Este tipo de exportación es el camino más directo para aumentar las ganancias y obtener un sólido crecimiento empresarial a mediano y largo plazo. Cuando la empresa está por emprender el camino hacia la exportación directa, debe reflexionar acerca de los canales de distribución más apropiados. Estos canales de distribución incluyen: agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales. (Minagri, 2017)

##### **Exportación Indirecta.**

Esta forma de exportar es utilizada por pequeñas empresas que no se sienten en condiciones de comprometerse con la exportación directa; o bien por empresas que ya exportan, pero que eligen la vía del intermediario para ingresar a nuevos mercados. A través de intermediarios. En este caso la empresa exporta, por ejemplo, a través de una "Trading" (sociedad intermediaria) que busca o tiene los compradores en los mercados del extranjero. (Minagri, 2017)

La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es que ésta es una manera de acceder a los mercados internacionales sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa. (Minagri, 2017)

- **Beneficios de exportar.**

La actividad de exportación nos sumerge en un mundo de oportunidades de crecimiento económico tanto para cada una de las empresas como para enfrentar con éxito la tarea de hacer del Perú un país exportador, integrado al mundo y que mejore los niveles actuales de calidad de vida de todos los peruanos. Se detallan a continuación los beneficios que involucra realizar exportaciones al exterior:

- a) Necesidad de operar en un mercado de volúmenes: Garantiza una dimensión industrial de la empresa (alcanzando una economía de escala).
- b) Posibilidad de precios más rentables: Existen productos que el mercado interno no valora de manera suficiente, en cambio en el exterior los precios pueden ser mucho más interesantes.
- c) Para diversificar riesgos: ¿Cuántas empresas cierran porque dependen exclusivamente del mercado interno? Hay países donde hay grandes fluctuaciones (por ejemplo, en ocasión del cambio de gobierno) que afectan por completo las empresas. Colocar parte de la producción en el mercado externo amortigua los efectos de las periódicas o eventuales crisis.
- d) Alargamiento del ciclo de vida del producto: Cuando los productos en el mercado interno ya alcanzaron su madurez o inclusive iniciaron su fase de declive en el mercado interno, pueden ser exportados a mercados donde el nivel tecnológico general es inferior.
- e) Para mejorar la imagen con los proveedores, bancos y clientes: Una empresa que exporta, necesariamente adquiere un mayor prestigio, status (pues la exportación es un diplomado para la competitividad). Esto se refleja en sus operaciones en el mercado interno. (Tesis UPN, 2014)

- **Descripción del Ají Paprika.**

El ají paprika, (*Capsicum annum* L. var. *longum*) es un cultivo originario de América del Sur y Centro América, concretamente Perú y México. La paprika es un morrón totalmente madurado. Es secado al sol, tiene un color rojo brillante o rojo-anaranjado, y mide 8 a 17 centímetros largo y 3 a 4 centímetros ancho. Su sabor es dulce y no picante. Se pueden agrupar en dos los productos y calidades derivadas: la paprika entera y la paprika procesado. (Tesis PUCP, 2016)



- **Variedades.**

- **Papri King.**

El fruto producido por esta variedad de Paprika tiene una longitud promedio de 15.2 20.3cm. El fruto es de paredes delgadas con un excelente color rojo y poco picante en la mayoría de las condiciones de cultivo, la capacidad de secado es muy buena. Papriking ofrece niveles hasta 220/280 unidades.

- **PapriQueen.**

Produce frutos de paredes delgadas, de largo ligeramente menor PapriKing pero de hombro mucho más ancho, de buena capacidad de secado. Ofrece niveles 200/300 u ASTA con menos de 500 grados.

- **Sonora.**

Pimiento tipo Anaheim está caracterizado por excelentes cosechas de frutos grandes y uniformes. Produce frutos de (20.3 x 3.8 cm) de dos celdas lisas y de paredes gruesas. Es una planta de tamaño medio, erecta con madurez precoz. El fruto madura hacia el rojo oscuro y tiene muy altos niveles de ASTA es excelente para procesamiento con 300 a 600.

**Derivados y formas de consumo:**

Se utiliza en la industria alimentaria como colorante natural y para dar sabor a las comidas. En la industria farmacéutica y de cosméticos es usado para dar color a lápices y polvos de maquillaje, aceite esencial u oleoresina.

- **USOS DE LA PAPRIKA**

**Páprika de mesa**

- ✓ Usos: Consumo directo
- ✓ Características. Buen tamaño (10-12 cm. de longitud) y buena apariencia sin estrías)
- ✓ Apariencia: Sin manchas o decoloraciones en la superficie
- ✓ Color: no requiere grados Asta específicos
- ✓ Contenido de Humedad: 12 %

**Páprika prensada**

- ✓ Usos: Sirve como materia prima para la obtención de páprika molida
- ✓ Característica: Frutos secos enteros
- ✓ Color: 110 - 300 grados Asta
- ✓ Contenido de Humedad: 14% Humedad

#### **Páprika Molida**

- ✓ Usos: Saborizante y materia prima para la extracción de oleorresina
- ✓ Característica: Granulometría según requerimiento del cliente
- ✓ Saborizante: 110-250 Grados Asta
- ✓ Extracción de Oleorresina: 200 - 350 Grados Asta
- ✓ Contenido de Humedad: 12%

#### **Otros usos.**

- Seco, Polvo, Molido, Resina
- En la alimentación como condimento o la industria cosmética.  
(SIICEX, 2015)
- **Zonas de producción**
  - ✓ Arequipa
  - ✓ Ica
  - ✓ Lima
  - ✓ Ancash
  - ✓ Lambayeque
  - ✓ Piura.(SIICEX, SIICEX, 2015)
- **Las propiedades de la páprika son:**
  - Purifica la sangre.
  - Baja los niveles de colesterol.
  - Contiene hierro lo que fomenta la mejor producción de glóbulos rojos y a la correcta oxigenación y nutrición de las células.
  - Contiene potasio lo que previene enfermedades al corazón, ayuda a la correcta funcionalidad muscular y al desarrollo óseo.
  - Aumenta la producción de saliva lo cual repercute a una mejor digestión.
  - Previene el cáncer de pulmón y del cuello uterino.
  - Refuerza el sistema inmunológico al contener vitamina A.

- Es un buen antioxidante si se usa asiduamente. En el siguiente cuadro, se indica la composición nutricional de páprika como especia por 100 g de sustancia comestible:(EDUARD, 2015)

Fuente: (EDUARD, 2015)

Nutriente	Valor por 100 gr.
Agua	9.54 g
Energía	289 Kcal.
Energía	1209 KJ
Proteínas	14.76 g
Total de lípidos y grasas	12.95 g
Ceniza	7.02 g
Carbohidratos por diferencia	55.74 g
Fibra, total dieta	37.4 g
Azúcares totales	10.34 g
<b>Minerales</b>	
Calcio	177 mg
Hierro	23.59 mg
Magnesio	185 mg
Fósforo	345 mg
Potasio	2344 mg
Sodio	34 mg
Zinc	4.06 mg
Cobre	0.607 mg
Manganeso	0.843 mg
<b>Vitaminas</b>	
Vitamina C	71.1 mg
Tiamina	0.645 mg
Riboflavina	1.743 mg
Niacina	15.320 mg
Acido pantoténico	1.780 mg
Vitamina B-6	4.020 mg
Folato	106 mcg
Betainina	7.1 mg
Vitamina A	52735 UI
Vitamina E	28.83 mg
Vitamina K	80.3 mcg
<b>Lípidos</b>	
�cidos grasos	2.1 g
12:00	0.230 g
14:00	0.520 g
16:00	0.960 g
18:00	0.330 g
�cidos grasos	1.230 g
18:1 indiferenciados	1.110 g
�cidos grasos	8.320 g

Figura 1 Componentes Nutricionales

Nombre de Producto	Partida Arancelaria	CRF
PAPRIKA, triturado o pulverizado (Capsicum annum var. annum)	0904.22.10.00	02
PAPRIKA, entera seca al natural (Capsicum annum var. annum)	0904.21.10.90 P3	03
PAPRIKA, harina (Capsicum annum var. annum)	0904.22.10.00	02
PAPRIKA, grano seco al natural (Capsicum annum var. annum)	0904.21.10.90 P3	03
PAPRIKA, entera seca industrial (Capsicum annum var. annum)	0904.21.10.90 P2	02
PAPRIKA, pedúnculo seco al natural (Capsicum annum var. annum)	1404.90.90.90 P3	03
PAPRIKA, seco natural en trozos o rodajas (Capsicum annum var. annum)	0904.21.10.10. P3	03
PAPRIKA, semilla (Capsicum annum var. annum)	1209.91.90.00	04
PAPRIKA, sin pedúnculo seca al natural (Capsicum annum var. annum)	0904.21.10.90 P3	03

Tabla 1 Partidas Arancelarias del Páprika

Fuente: (SENASA, 2017)

✓ **PARTIDA ARANCELARIA (Perú)**

**0904.21.10.90 - PAPRIKA, entera seca al natural (Capsicum annum var. annum)**

Fuente:(SENASA, 2017)

✓ **PARTIDA ARANCELARIA EN MÉXICO.**

**0904.21.01 / 0904.21.99 - Chile ancho o “anaheim”/ Los demás.**

Fuente:(MINCETUR, 2016)

Partida Arancelaria (México)	Descripción	Arancel General
0904.21.01 / 0904.21.99	- Chile ancho o “anaheim”/ Los demás.	20%

Tabla 2 Tratamiento Arancelario

Fuente: (MINCETUR, 2016)

**Nota:** Conforme a lo que establece el acuerdo comercial de la Alianza del Pacífico, los aranceles aduaneros para los chiles (páprika) se mantendrán en 20% desde 2014 hasta 2020. A partir del 1 de enero de 2021, se iniciará la desgravación lineal, quedando libres de aranceles a partir del año 2025. (MINCETUR, 2016)

A partir del 1 de mayo del 2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	A partir del 2025
20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	16,0	12,0	8,0	4,0	0,0

Tabla 3 Arancel del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018 al 2025 Fuente: (MINCETUR, 2016)

#### • REQUISITOS FITOSANITARIOS.

- El certificado fitosanitario emitido por la autoridad fitosanitaria en el país de origen (SENASA), que indique el lugar de producción del producto.
- Inspección fitosanitaria en el punto de entrada a México, a cargo del personal oficial de inspección fitosanitaria en puertos, aeropuertos y fronteras. De cumplir con lo establecido, se le expedirá el certificado fitosanitario de importación.

En el punto de entrada a México se deberá aplicar uno de los siguientes tratamientos fitosanitarios:



Fuente: (MINCETUR, 2016)

Temperatura	Dosis (g/m <sup>3</sup> )	Periodo de exposición (hrs)
16°C o mayor	128	3
4°C -15°C	144	3

- Tratamiento T302 (d2) Bromuro de metilo en cámara a 660 mm de vacío.
- Tratamiento 302(d1) Bromuro de metilo a presión atmosférica normal en cámara o en cubierta de plástico, la lectura de las 12 horas es la concentración mínima con la que se debe contar durante el proceso de fumigación, cuyo tiempo de exposición total es de 24 horas, mínimo.

Temperatura	Dosis	Concentración (g/m <sup>3</sup> )		
	(g/m <sup>3</sup> )	0.5 Hrs.	2.0 Hrs.	12 Hrs.
32°C o mayor	40	30	20	15
27°C – 31°C	56	42	30	20
21° C – 26°C	72	54	40	25
16°C – 20°C	96	90	50	30
10°C - -15°C	120	90	60	35

*Tabla 5 Dosis de Tratamiento de bromuro de metilo a presión atmosférica*

Fuente:(MINCETUR, 2016)

<b>4°C- 9°C</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>70</b>	<b>40</b>
-----------------	------------	------------	-----------	-----------

En caso de que el producto esté contenido en bolsas, latas o frascos y que al momento de la inspección se encuentren cerrados de manera hermética, no requiere la presentación del certificado fitosanitario o copia del documento.

En el caso de la reexportación tampoco aplica el tratamiento fitosanitario. Sin embargo, en caso de que se detecten plagas cuarentenarias en este tipo de empaques o envases se procederá de acuerdo al artículo 30 de la Ley Federal de Sanidad Vegetal. Los vegetales, sus productos y subproductos de importación deberán venir libres de restos de tierra o de suelo.

**PUNTOS DE ENTRADA AUTORIZADOS** Todos los puntos de entrada (puertos, aeropuertos, entre otros) se encuentran habilitados para el ingreso de la páprika peruana. (MINCETUR, 2016)

- **ARANCELES.**

Impuesto que paga el importador al introducir productos en un mercado. Estos impuestos se encuentran establecidos en el Arancel de Aduanas.

Los aranceles pueden ser de tres tipos:

- **Ad – Valorem:**

Tarifa o tasa que se paga como porcentaje del VALOR CIF de una importación, para que el producto adquiera el derecho de internamiento en el país.

- **Específico:**

Tarifa aplicada sobre la unidad arancelaria de cantidad (peso o volumen) y no en relación con su valor.

- **Sobretasa Arancelaria:**

Es la tasa adicional que se cobra por concepto de daño grave o amenaza de daño grave a la producción nacional. (PROMPEX, 2016)

- **Clasificación Arancelaria.**

Las mercancías deben identificarse al pasar por las aduanas, a fin de: definir su situación arancelaria, el arancel que les corresponde establece correctamente los impuestos aplicables; y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican en la aduana.

Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional se clasifican con base en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías, el cual ha sido adoptado por la mayoría de los países. Esta corresponde a un modelo liberalizado de comercio internacional, en la cual la mayoría de los productos importados no requiere de licencia de importación.

✓ Según el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías, el Ají Paprika tiene la siguiente clasificación: (Sunat, aduanet)

- **Capítulo.**

- 09 - - Productos del reino vegetal, Café, té, yerba mate y especias.

- **Código Armonizado.**

- 0904.22.10 - - Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados.

- **Subpartida Nacional.**

- 0904.22.10.00 - - Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados.

### **Barreras no arancelarias**

Son las medidas que no permiten el libre flujo de las mercancías entre distintos países. Existen diversos tipos de dichas barreras, sin embargo, hay algunas que son utilizadas con mayor frecuencia dentro del comercio internacional, las cuales son las utilizadas con mayor frecuencia dentro del comercio internacional. Las cuales son las siguientes: (Tesis UPN, 2014)

- ✓ **Regulaciones de etiquetado**

- Este tipo de normas se encuentran prácticamente en todas las mercancías a exportar o importar, sobre todo si es para su venta directa al consumidor final. Estas regulaciones consisten en establecer los requerimientos de los fabricantes, exportadores y los distribuidores del producto. La etiqueta además de ayudar al consumidor a conocer la marca del producto, también le es útil para conocer el país de origen, quién los produce, y otras características como contenido e ingredientes.

- ✓ **Regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias**

Estas medidas han sido impuestas por los países con la finalidad de proteger la vida y la salud humana, animal y vegetal de ciertos agentes riesgosos que no existen dentro de su territorio. Algunos aspectos básicos que cubren estas regulaciones se aplican: Durante el proceso de producción, a través del uso de plaguicidas y fertilizantes, pruebas de laboratorio, inspecciones, certificaciones sanitarias, regímenes de cuarentena, determinación de zonas libres de plagas y enfermedades.
- ✓ **Normas técnicas** Este tipo de regulación se refiere a las características y propiedades técnicas que deben cumplir los productos en el mercado importador. Estas normas sirven para garantizar a los consumidores que los productos que compran cuentan con la calidad, la seguridad y las especificaciones de fabricación necesarias.

Dichas normas expresan el tamaño, dimensiones, inflamabilidad o símbolos, embalaje, etc., aplicables a un producto.
- ✓ **Subsidios.**

Son pagos del gobierno a los productores locales. Los subsidios toman diversas formas, aportaciones en efectivo, préstamos con intereses bajos, anulación de impuestos y participación del gobierno en el capital contable. Al disminuir los costos, los subsidios benefician a los productores domésticos de dos maneras: permiten competir con las importaciones y ganar nuevos mercados para la exportación.
- ✓ **Cuotas a la importación y restricciones a la exportación.**

Las cuotas a la importación son una restricción en la cantidad de algún bien que es importado por un país. Esta restricción normalmente se aplica otorgando licencias de importación a un grupo de individuos o firmas.
- ✓ **Políticas antidumping Dumping.**

Se define como la venta de productos en un mercado extranjero a un precio menor a sus costos de producción, o el vender debajo del valor justo del mercado.

✓ **Políticas administrativas.**

Son reglas burocráticas designadas para hacer difícil que las importaciones entren a un país.

✓ **Otras Barreras no arancelarias**

Existen diversos tipos de barreras, éstas dependen de la clase de producto a exportar:

- ✓ Normas de calidad para frutas y legumbres
- ✓ Regulaciones ecológicas
- ✓ Normas internacionales de calidad: Aun cuando cada mercado tenga sus propias normas de calidad, cada vez más se busca su estandarización. De éstas las más conocidas son las ISO 9000.

- Reglamentación comercial del país:
- Licencias o permisos de importación
- Requisitos fitosanitarios y zoonosanitarios
- Acuerdos comerciales
- Requerimientos especiales: ambientales, calidad, etc.
- Normas Técnicas.

(Tesis UPN, 2014)

*Tabla 6* **Acceso al mercado:** *Elementos que se necesitan para realizar una exportación*

- Derechos de aduana y contingentes
- Impuestos internos
- Restricciones en materia de divisas
- Reglamentaciones sanitarias y de seguridad
- Reglamentaciones y normas en torno al etiquetado de productos.
- Factores políticos

Fuente: (Tesis UPN, 2014)

• **DOCUMENTOS PARA EXPORTAR.**

Requisitos de exportación Para llevar a cabo el proceso de exportación se deben cumplir con los siguientes requisitos:(PROCOMER, 2014)

### 1) Factura Comercial.

Es un documento fundamental. Contiene.

- Deber ser detallada indicando con claridad los valores, cantidades y monedas.
- Debe incluir el detalle del comprador y el lugar de entrega en caso fuese diferente a la dirección del consignatario.
- Debe indicar el punto de salida del país de origen y punto de llegada del país de destino, además del punto de ingreso (por ejemplo, para una expedición aérea a Bilbao, necesariamente la carga ingresara por el aeropuerto de Barajas en Madrid).
- Se debe indicar la forma y plazo de pago.
- Se recomienda que el formato sea en dos idiomas, uno en español para efectos tributarios y un segundo en el idioma del importador, en caso no sea un idioma habitual para el exportador, en inglés. (SIICEX, 2016)

**EXPORTADORA AJINORTE S.A.C.**  
 Pj. 6 Nro. 114 B - Lima - Lima - Lima  
 Cel.: 970380409 / 951197021  
**PJ. 6 N° 114 B URB. SAN FERNANDO**  
**LIMA - LIMA - LIMA**

**R.U.C. 20600860641**  
**FACTURA**  
 001- N° 0°0019

Señor(es): **CHILEMAN**  
 Dirección: **P.O. BOX 1359**  
 R.U.C.: **FEDERAL # 47-**

Fecha de Emisión: **11/10/2016**

Guía de Remisión N°:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
20,107.20 Kg	PAPIKA ENTERA SECA AL NATURAL CASAS 1770 unidades de 11.36 Kg 96 Neto FDA Los Angeles U.S.A · 16 26 86 31 158 SE ACOGEN AL DECRETO SUPLENTO 104-95-EF Restitución de derechos ARANCELARIOS SOU: Cincuenta y ocho CON 88/100 DOLA	2.90	
	CFR Los Angeles Flete MARITIMO Feb CALBAO		

EBI Publisher SE 304-3675  
De Partul Uperlo Bida Rowana  
RUC: 7042878006  
Aut: 1210949023 P: 12092016  
Bene: 001 del 001 al 102

CANCELADO  
 Lima.....de.....del 20.....

p. ONCO DENT E.I.R.L.

SUB - TOTAL  
 I.G.V. %  
 TOTAL

ADQUIRENTE O USUARIO

Fuente: (AJINORTESAC, CERTIFICADO FITOSANITARIO, 2016)

### 2) PackingList.

Figura 2 Factura de exportación

PackingList es el documento donde se detallan las características de la carga. El PackingList debe contener:

- Datos identificativos del remitente de la expedición.
- Datos identificativos del receptor e identificador de la destinación aduanera.
- Fecha.
- Descripción del contenido de cada bulto: detalle de las mercaderías a exportar. Peso, volumen y cantidad de bultos. (SIICEX, 2016)

<b>NAME</b>	: EXTRACTOS Y DERIVADOS
<b>ADDRES</b>	: ENRIQUE GONZALEZ MART NUEVO SALAGUA CP. 28865 RFC: EDP160414PA2
<b>INVOICE N°</b>	: 001-000024
<b>DATE</b>	: 15 /02/2017

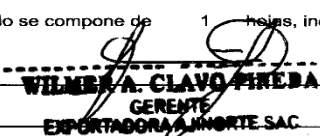

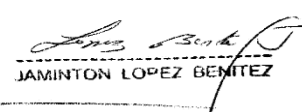
<b>DESCRIPTION</b>	: PAPRIKA ENTERA
<b>NET WEIGTH</b>	: 20,000.00 KG
<b>GROSS WEIGTH</b>	: 20,970.00 KG
<b>PACKING</b>	: 1600 CAJAS CONTENIENDO 12,50 KG C/U APROX

Fuente: (AJINORTESAC, DUA, 2016)

Figura 3 Packing List

### 3) Certificado de Origen.

#### ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL ENTRE LA REPÚBLICA DEL PERÚ Y LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS CERTIFICADO DE ORIGEN

<b>1. Nombre y domicilio del exportador:</b> EXPORTADORA AJINORTE S.A.C. - AJINORTE SAC - P.J. 6 NRO. 114B URB. SAN FERNANDO (AV. DUEÑAS CON ENRIQUE) LIMA LIMA LIMA PERU /Tel: - /Fax: - /joffre54@gmail.com		<b>Número del Certificado de Origen:</b> 2016-06-0186285	
<b>Número de Registro Fiscal:</b> RUC 20600860641		<b>3. Nombre y domicilio del importador:</b> EXTRACTOS Y DERIVADOS DEL PACIFICO S.P.R. DE R.L. - ENRIQUE GONZALES MARTINEZ N° 371 INT. 3 COL. NUEVO SALAGUA C.P. 28869- MANZANILLO, COLIMA - MEXICO /silviap@agrolima.com.mx	
<b>2. Nombre y domicilio del productor:</b> DISPONIBLE A SOLICITUD DE LA AUTORIDAD COMPETENTE		<b>Número de Registro Fiscal:</b> EDP160414PA2	
<b>Número de Registro Fiscal:</b> -			
4. Factura(s)	5. Clasificación arancelaria	6. Descripción de la(s) mercancía(s)	7. Criterio de origen
20/12/2016 001-000020	090421	PAPRIKA ENTERA SECA AL NATURAL. 20,107.200 Kilogramo(s)	A
<b>8. Declaro bajo juramento que:</b> - La información contenida en este documento es verdadera y exacta. Estoy consciente de que seré responsable por cualquier descripción falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente declaración. - Las mercancías son originarias y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Acuerdo de Integración Comercial celebrado entre la República del Perú y los Estados Unidos Mexicanos, y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, de conformidad con los Artículos 4.16 y 4.17 del Acuerdo. - Este certificado se compone de 1 hojas, incluyendo todos sus anexos			
<b>Firma:</b>  <b>WILMER A. CLAVO PINEDA</b> GERENTE EXPORTADORA AJINORTE SAC		<b>Empresa:</b> EXPORTADORA AJINORTE S.A.C. - AJINORTE SAC	
<b>Nombre:</b> Alexander Clavo		<b>Cargo:</b> Gerente Comercial	
<b>Fecha (dd/mm/aa):</b> 29/12/16		<b>Teléfono:</b> 982075055	
<b>9. Observaciones:</b>     (1/ 1)			
<b>10. Validación del certificado de origen (EXCLUSIVO PARA USO OFICIAL). (Ciudad, país, fecha, nombre, firma y sello)</b> LIMA - PERU, 29/12/2016 JAMINTON LOPEZ BENITEZ			
		  JAMINTON LOPEZ BENITEZ	

Fuente: (AJINORTE, CERTIFICADO DE ORIGEN, 2016)

Figura 4 Certificado de origen

Este documento certifica el origen y lugar de manufactura del producto, con lo cual permite al importador acogerse a beneficios al momento de realizar el pago de derechos de



importación en los países que son signatarios de acuerdos comerciales con el país de destino. (SIICEX, 2016)

#### 4) Certificado Fitosanitario.

Este documento es emitido por el Servicio Nacional de Saneamiento; de acuerdo con el Decreto Supremo N° 018-2008 “Reglamento de la Ley General de Sanidad Agraria”, “este documento oficial atestigua el estatus fitosanitario de cualquier envío sujeto a reglamentaciones fitosanitarias procedimientos específicos. El SENASA establece los procedimientos para la certificación fitosanitaria. (SIICEX, 2016)

- **Categoría de Riesgo Fitosanitario 1:** Productos de origen vegetal que, debido a su grado de procesamiento, ya no tienen capacidad para ser infestados por plagas cuarentenarias; por lo tanto, no están sujetos a control fitosanitario obligatorio por parte del SENASA. Incluye los productos sometidos a los siguientes procesos: Carbonizado, Fermentación, Congelamiento, Salado, Tostado, Parbolizado y otros.
- **Categoría de Riesgo Fitosanitario 2:** Productos de origen vegetal industrializados que han sido sometidos a cualquier método y grado de procesamiento pero que aún tienen capacidad de ser infestados por plagas cuarentenarias. Incluye los productos sometidos a los siguientes procesos: Molido, Secado al horno (industrial) Peletizado, Pintura (laqueado y barnizado) y otros.
- **Categoría de Riesgo Fitosanitario 3:** Productos vegetales semiprocados o naturales primarios destinados a consumo, uso directo o transformación. Teniendo posibilidades de introducir o dispersar plagas cuarentenarias. Incluye los productos sometidos a los siguientes procesos: Secado, Natural, Descascarado, Prensado simple (excepto fibra de algodón) y otros.
- **Categoría de Riesgo Fitosanitario 4:** Semillas, plantas o sus partes destinados a la propagación.
- **Categoría de Riesgo Fitosanitario 5:** Cualquier otro producto de origen vegetal o no vegetal no considerado en las categorías anteriores y que implica un riesgo fitosanitario demostrable de acuerdo con el correspondiente Análisis del Riesgo de Plagas – ARP o sea requerido por la ONPF (Organización Nacional de Protección Fitosanitaria) del país importador, para el caso de exportación.

La certificación correspondiente se realizará a solicitud y riesgo del exportador para lo cual deberá contar con:

- ✓ Una solicitud dirigida a SENASA, que se envía utilizando la Ventanilla única de Comercio Exterior (VUCE)

- ✓ Certificación de lugares de producción.
- ✓ Certificación de plantas de tratamiento y/o empaque y centros de inspección.
- ✓ Certificación fitosanitaria del envío:
- ✓ Inspección fitosanitaria del envío
- ✓ Tratamiento fitosanitario (frío, hidrotérmico, fumigación).

DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO - DESCRIPTION OF CONSIGNMENT	
Nombre y dirección del exportador - Name and address of exporter EXPORTADORA AJINORTE S.A.C. - AJINORTE SAC - P.J. 6 NRO. 114B URB. SAN FERNANDO (AV. DUEÑAS CON ENRIQUE) LIMA LIMA LIMA - PERÚ	
Nombre y dirección declarados del destinatario - Declared name and address of consignee EXTRACTOS Y DERIVADOS DEL PACIFICO S.P.R DE RL - ENRIQUE GONZALEZ MARTINEZ No. 371 INT. 3 COL. NUEVO SALAGUA CP. 28869 MANZANILLO, COLIMA. RFC. EDP166414PA2	
Cantidad declarada y nombre del Producto - Declared quantity and name of product 20,000.000 KG - PAPRIKA, entera seca al natural	Nombre botánico de las plantas - Botanical name of plants Capsicum annum var. annum
Número y descripción de bultos - Number and description of packages 1600 CAJA(S)	Marcas distintivas - Distinguishing marks ETIQUETAS
Lugar de Origen - Place of Origin LIMA-PERU	Medios de transporte declarados - Declared means of conveyance MARÍTIMO
Punto de entrada declarado - Declared point of entry MANZANILLO	
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a envío de acuerdo con los procedimientos oficiales aplicados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante exportadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p>This is to certify that plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or sent according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pest specified by the reporting contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non quarantine pests.</p>	
TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN Y/O DESINFECCIÓN - DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT	
Fecha - Date	Tratamiento - Treatment
Producto químico (ingrediente activo) - Chemical product (active ingredient)	Concentración - Concentration
Duración y temperatura - Duration and temperature	Información adicional - Additional information
<p>El titular es responsable de garantizar la integridad del documento. Queda prohibida su comercialización, alteración, adición, modificación, falsificación o cualquier emendadura que se efectúe en su contenido.</p> <p>The SENASA reserves the right to reject the occasional copies or partials that correspond.</p>	
DECLARACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL DECLARATION	

Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

Figura 5 Certificado Fitosanitario

**COMPROBANTE DE PAGO BANCARIO - CPB**

**VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR**

CÓDIGO DOCUMENTO ADUANERO - CDA: 848-17-67-052892-86-3-00

FECHA DE EMISIÓN: 27/02/2017

VÁLIDO HASTA: 02/03/2017

Monto (S/.): 188

CONCEPTO DE PAGO: SNS022 - Solicitud para la obtención del certificado fitosanitario para la exportación o Reexportación de plantas y productos vegetales y Certificación de exportación para productos procesados e industrializados / TUPA: CVE-01

RUC/DNI: 20600860641

USUARIO: ALEXANDER CLAVO PINEDA

SOLICITUD: 2017118940

SUCE:

Fuente: (AJINORTE E. , 2016)

Figura 6 Comprobante de pago bancario CPB



N° Documento: 201601734990	<b>N° 301385</b>		HRPX8UNGBI75
Expediente: 169700004630			
ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DEL PERU			
<b>DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO - DESCRIPTION OF CONSIGNMENT</b>			
Nombre y dirección del exportador - Name and address of exporter			
. 6 NRO. 114B URB. SAN FERNANDO (AV. DUEÑAS CON ENRIQUE) LIMA LIMA LIMA - PERÚ			
Nombre y dirección declarados del destinatario - Declared name and address of consignee			
Chileman Imports, LLC - P.O. Box 1359 Placentia, CA 92871			
Cantidad declarada y nombre del Producto - Declared quantity and name of product		Nombre botánico de las plantas - Botanical name of plants	
20,107.200 KG - PAPRIKA, entera seca al natural		Capsicum annum var. annum	
Número y descripción de bultos - Number and description of packages		Marcas distintivas - Distinguishing marks	
1770 CAJA(S)		ETIQUETAS	
Lugar de Origen - Place of Origin	Medios de transporte declarados - Declared means of conveyance	Punto de entrada declarado - Declared point of entry	
LIMA-PERU	MARITIMO	LOS ANGELES	
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenadas reglamentarias.</p> <p>This is to certify that plants, plant products or other regulated articles described here in have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pest specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non quarantine pests.</p>			
<b>TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN Y/O DESINFECCIÓN - DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT</b>			
Fecha - Date	Tratamiento - Treatment		
Producto químico (ingrediente activo) - Chemical product (active ingredient)	Concentración - Concentration		
Duración y temperatura - Duration and temperature	Información adicional - Additional information		
El titular es responsable de cautelar la integridad del documento. Quedando prohibida su comercialización, alteración, adulteración, falsificación o cualquier enmendadura que se efectue en su contenido. El SENASA se reserva el derecho de iniciar las acciones civiles o penales que corresponda.			
<b>DECLARACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL DECLARATION</b>			
Fecha de inspección - Date of inspection:	10/10/2016		
Nombre del funcionario autorizado - Name of authorized officer:	GUZMAN RIVAS JIMMY		
Lugar y fecha de expedición - Place and date of issue:	LIMACALLAO, LUNES 10 DE OCTUBRE DEL 2016		
			
El SENASA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este Certificado. No financial liability with respect to this certificate shall attach to SENASA or to any of its officers or representatives.			
Este certificado ha sido adoptado por el Perú por Resolución Legislativa N° 21175, concordante a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO			

Figura 7 Certificado Fitosanitario (exportación)

Fuente: (AJINORTESAC, CERTIFICADO FITOSANITARIO, 2016)

5) Bill of Lading:

Se entiende un documento que hace prueba de un contrato de transporte marítimo y acredita que el porteador ha tomado a su cargo o ha cargado las mercancías, y en virtud del cual éste se compromete a entregarlas contra la presentación del documento. (SIICEX, 2016)

Información contenida:

- ✓ **Línea naviera contratada.**
- ✓ **Consignatario o Consignee:** Indicar la dirección del destinatario de la misma forma que en la factura.
- ✓ **Notificado o Notify:** Empresa a la cual también se informará la llegada de la carga, existe también el AlsoNotify, puede ser un transitorio, agente de aduanas, bróker, o agente comercial.
- ✓ **Punto de Recepción de la Mercadería:** El lugar en que el transportista asume la responsabilidad por las mercancías.
- ✓ **Nave:** El nombre del buque que transporte las mercancías, indica el número de viaje.
- ✓ **Puerto de Carga:** El lugar de carga del buque.
- ✓ **Puerto de Descarga:** El puerto en que se descargarán del buque las mercancías.
- ✓ **Punto de Entrega de la Mercadería:** Deberá indicarse aquí el destino final.
- ✓ **Buques Adicionales:** Si participa un segundo buque, su nombre deberá incluirse aquí.
- ✓ **Puerto de Transbordo:** Deberá indicarse aquí el puerto en que se producirá el transbordo del primer buque al segundo.
- ✓ **Puerto de Transbordo:** El puerto en que se descargará el segundo buque.
  - El destino final de las mercancías, si participan dos buques.
  - Si el exportador utiliza un transitorio, deberá incluirse aquí su nombre y dirección o Las marcas y números utilizados.
  - El número del precinto en caso de FCL(Carga completa)
- **Descripción de la carga:** Tipo y cantidad de bultos, contenido
  - El peso bruto de la exportación
  - El volumen total de la exportación o Partida arancelaria país importador (opcional)
  - El valor FOB (opcional) o El número total de bultos de unas dimensiones determinadas.
  - La longitud de cada bulto y la unidad de medida.

- La anchura de cada bulto y la unidad de medida.
  - La altura (o profundidad) de cada bulto y la unidad de medida.
  - El volumen de cada bulto de unas dimensiones determinadas.
  - El volumen total de todos los bultos de esas dimensiones o Una lista de todos los documentos y de la cantidad de cada uno, que se habrá de entregar al transportista.
  - El número de conocimientos de embarque requerido, desglosado en originales y copias.
  - El número y tipo de conocimientos de embarque que necesite el expedidor (exportador).
  - El número y tipo de documentos de embarque que deben acompañar a las mercancías (en la "valija del buque").
  - Detalle de flete indicando quién se encarga de pagarlos.
  - Detalle de los recargos indicando quién se encarga de pagarlos.
- (SIICEX, 2016)



**BILL OF LADING**

SHIPPER (Principal or Seller licensee and full address) EXPORTADORA AJINORTE S.A.C. RUC: 20600860641 PJ. 6 NRO. 114B URB. SAN FERNANDO (AV. DUENAS CON ENRIQUE) LIMA -LIMA -LIMA		BOOKING NUMBER 901244695	B/L NUMBER PAGE 1 OF 1 APLU 901244695
CONSIGNEE (Name and Full Address / Non-Negotiable Unless Consigned to Order) (Unless provided otherwise, a consignment "To Order" means To Order of Shipper) CHILEMAN IMPORTS, LLC P.O. BOX 1359 PLACENTIA, CA 92871, USA. FEDERAL #47-5216104		FORWARDING AGENT (References, F.M.C. No.) CARAL LOGISTIC CARGO SAC AV LOS INSURGENTES 1991 INT 103	
NOTIFY PARTY (Name and Full Address) CHILEMAN IMPORTS, LLC P.O. BOX 1359 PLACENTIA, CA 92871, USA. FEDERAL #47-5216104		POINT OF ORIGIN OF GOODS CALLAO, PERU	
INITIAL CARRIAGE BY (MODE)	PLACE OF RECEIPT*	<p><b>COPY</b> <b>NON-NEGOTIABLE</b> <b>PREPAID</b></p>	
EXPORT CARRIER (Vessel, voyage, & flag)	PORT OF LOADING		
PORT OF DISCHARGE	PLACE OF DELIVERY*		
LOS ANGELES P400	LOS ANGELES P400		

Excess Valuation Please refer to Clause 7(ii) on Reverse Side		PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER		Payment by Cheque must be made to the order of APL CO. Pte Ltd	
MARKS & NOS/CONTAINER NOS	NO. OF PKGS	HM	DESCRIPTION OF PACKAGES & GOODS	GROSS WEIGHT	MEASUREMENT
NUMERO DE CONTENEDOR: SEGU4942535 SEAL ADUANA 001468 SEAL LINEA 407705	SC CTRF001770		FREIGHT PREPAID 01/N BOXS PE) LV00000.01.00 SLAC 1 X 40HC CONTENIENDO: 1770 CAJAS DE 11.36 KGS C/U NETO PAPRIKA ENTERA SECA AL NATURAL  FDA LOS ANGELES USA 16268631158 ***FREIGHT PREPAID***	21130.000KG	
***CTR NBR** SEGU494253-5	****SEAL 001468 407705	NBR****	T/S D40	MODE	QUANT/TYPER 1770BOXS
***** COPY ***** ** NON-NEGOTIABLE *					

ON BOARD OCT. 20, 2016

BL TO BE RELEASED AT <b>LIMA, PE</b>		OCEAN FREIGHT PAYABLE AT			<p>The undersigned Carrier hereby acknowledges receipt of the sealed container or packages or other shipping units and to contain the Goods described above in apparent external good order and condition unless otherwise stated. The Shipper agrees, and the Consignee and every person purchasing this instrument for value, if negotiable, or otherwise herein an interest in the Goods is advised that the receipt, custody, carriage and delivery of the Goods are subject to all its terms and conditions set forth and by incorporated by reference on this side and the reverse hereof, whether written stamped or printed.</p> <p>A set of original of this bill of lading is hereby issued by the Carrier. Upon surrender to the Carrier of any negotiable bill of lading, properly endorsed, all others shall stand void.</p> <p><b>AMERICAN PRESIDENT LINES, LTD.</b> THE CARRIER</p> <p>By: _____ AS AGENTS Date and <b>OCT. 20, 2016</b> Place issued <b>LIMA, PE</b></p>					
FREIGHT RATES CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS (SUBJECT TO CORRECTION)		PREPAID U.S. \$	COLLECT U.S. \$	Local Currency						
ZFR 634	TOTAL PREPAID									
Vessel Voyage Office	TOTAL COLLECT									
FOC	FORWARDER	SHIPPER	CONSIGNEE	LD PORT	DIS PORT	DEST	NOTIFY	CCO	APLU 901244695	B/L NUMBER

\* APPLICABLE ONLY WHEN USED AS MULTIMODAL BILL OF LADING

Figura 8 Bill of lading

Fuente: (AJINORTE, BL, 2016)

**6) Certificado de Fumigación.**

Es solicitado por las autoridades de salud en todo el mundo. El objetivo es asegurar el cumplimiento de las normas establecidas. Las ventajas que tiene el uso de estas empresas son:

- Cuentan con personal experto en la materia
- Pueden ocuparse de una amplia gama de servicios como lo son: Supervisión de calidad, cantidad, peso, embarque, **estiba, descarga, temperaturas, fumigaciones, etc.**

I



**FUMIGACIONES S.R.Ltda**

EXP...

Mz. "J" Lt 6 Urb. Aprovisa - La Molina  
Telf.: 3496757 / 998153488

Se certifica haber llevado a cabo el servicio de            FUMIGACION  
el día 20 de DICIEMBRE del 2016 a            horas 22:00

El Profesional que suscribe en representación de la Compañía de Fumigaciones, CLEANING HOUSE FUMIGACIONES S.R.Ltda., con autorización de persona jurídica que ejecuta tratamientos químicos con fines Fitosanitarios REG-8CV/TQ-03 - N° 005-AG-8ENA 8A-D 8V-8CV, certifica:

PRODUCTO TRATADO	PAPRIKA ENTERA SECA AL NATURAL CAJAS: 1770 UNIDADES DE 11.36 KG C/U NETO.		
PESO	21,040.00 KG	CANTIDAD	1770 CAJAS
VAPOR	MOL PARADISE, 2207W		
PROCEDENCIA	PERU	DESTINO	MANZANILLO, MEXICO
PROD. QUIMICO	ALUMINIUM PHOSPHIDE		
DOSES	3GR/M3	TEMPERATURA 23 ° C.	
TIEMPO DE EXPOSICION	72:00 HORAS	VENTILACION	06:00 HORAS
ALMACEN	TERMINALES PORTUARIOS PERUANOS S.A.C		
EXPORTADOR	EXPORTADORA AJINORTE SAC RUC: 20600860641 PJ. 6 NRO. 114B URB. SAN FERNANDO (AV. DUEÑAS CON ENRIQUE) LIMA - LIMA - LIMA		
IMPORTADOR			
AGENCIA DE ADUANA	DESPACHOS Y SERVICIOS ADUANEROS SAC		

CONTENEDOR: 1X40'

Lima 22 de DICIEMBRE del 2016

TCLU 495863-3

Fuente: (AJINORTE, CERTIFICADO DE FUMIGACION, 2016)

Figura 9 Certificado de Fumigación



### **7) Contrato de Compra – Venta Internacional.**

El contrato de compraventa internacional es aquella modalidad contractual, que permite a una persona natural o jurídica de un determinado país, comprar mercaderías a otra persona jurídica o natural de distinta nacionalidad, a cambio de un precio convenido" (PROMPERÚ, 2012)

#### **• QUE ELEMENTOS DEBE CONTENER EL CONTRATO.**

- Objeto del contrato.
- Identificación de las mercancías, cantidades y calidades. - Precio de las mercancías.
- Forma de envío de las mercancías.
- Momento y forma de pago.
- Entrega de las mercancías.
- Entrega de los documentos.
- Certificación del producto.
- Obligaciones de las partes.
- Patentes y marcas.
- Vigencia del contrato.
- Legislación aplicable.
- Sometimiento a arbitraje.
- Firma del contrato. (PROMPERÚ, 2012)



BARRANCA, 20 DE ENERO DEL 2017

EXPORTADORA AJINORTE SAC  
CALLE LIMA 102 BARRANCA – LIMA

Teléfono: 511- 5891017

Celular: 511- 970380409

Celular: 511-982075055

Correo: [ajinorte.peru@gmail.com](mailto:ajinorte.peru@gmail.com)

### CONTRATO DE COMPRA- VENTA INTERNACIONAL

**EXPORTADOR**  
EXPORTADORA AJINORTE SAC  
CALLE LIMA 102 BARRANCA – LIMA  
[ajinorte.peru@gmail.com](mailto:ajinorte.peru@gmail.com) / Teléfono: 51- 5891017  
CEL. 970380409

**IMPORTADOR**

**PRODUCTO** : PAPIKA ENTERA  
**CALIDAD** : PRIMERA ESTANDAR  
**ZONA** : BARRANCA  
**CANTIDAD** : 2 FCL DE 40HC CON 1770 CAJAS DE CARTON DE COLOR BLANCO  
DE 11... KG C/U CON UN TOTAL DE 20107.20 KG NETO EL CONTENEDOR  
**PRECIO** : US\$ 2, CIF MANZANILLO MEXICO  
**TOTAL** : US\$ 98525,28  
**EMBARQUE** : 29 de Enero  
**PUERTO** : MANZANILLO MEXICO  
**F. DE PAGO** : 70 % CONTRA PRESENTACIÓN DE BL Y 30 % CONTENEDOR EN BODEGA DE MEXICO

#### DATOS BANCARIOS DEL EXPORTADOR.

BANCO BBVA CONTINENTAL

AV. REPUBLICA DE PANAMÁ N° 3055 URB. EL PALOMAR SAN ISIDRO - LIMA - PERÚ.

SWIFT: BCONPEPL

CTA CTE EN DÓLARES: 0011-0058-0100003100-53

#### CONTACTOS DEL IMPORTADOR.

SR. RODRIGO (0052) 31  
SRTA. MARITZ (0052) 34  
TEL : (0052) 34

**CLAUSULA:** ESTE CONTRATO SE ENMARCA EN LA BUENA FE DE LOS NEGOCIOS Y EL RESPETO DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION, LA EMPRESA EXPORTADORA AJINORTE SAC PODRA REALIZAR DE MANERA EXCLUSIVA LOS NEGOCIOS CON LA EMPRESA EXTRACTOS Y DERIVADOS GUARDANDO LA CONFIDENCIALIDAD Y EXCLUSIVIDAD DE LOS NEGOCIOS Y DE LAS CALIDADES PACTADAS A DESARROLLARSE.

REPRESENTANTE LEGAL

Orlando J. Cruzado Aguirre  
DUEÑO Y REPRESENTANTE LEGAL  
EXPORTADORA AJINORTE SAC

Fuente: (AJINORTE E. , 2016)

Figura 10 Contrato de compra.

### 8) Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)

De acuerdo con el INTA-IT.00.04: "Es un documento aduanero utilizado para la destinación aduanera de los regímenes aduaneros de: Importación para el Consumo, Admisión Temporal para Reexportación en el Mismo Estado, Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo, Depósito Aduanero, Tránsito Aduanero, Reembarque, Reimportación en el Mismo Estado, Exportación Definitiva, Exportación Temporal para Reimportación en el Mismo Estado y Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo, según se trate".

Cuando el valor exportado sea mayor a USD 5,000, la declaración debe ser gestionada por un Agente de Aduanas.

**DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)**

ADUANA: MARITIMA CALLAO		CODIGO: 118		REF: 0-0		Nº Orden de Embarque: 2016-112633		Nº Declaración: 118-2016-41-112633-01-8-10		Fecha Numeración: 13/01/2017	
1.1 Importador/Exportador: OO-EXPORTADORA AJINORTE S.A.C. - AJINORTE SAC		1.2 Cód. y Doc. de identificación: 20500805641 P. 6 NRO. 1145 URB. SAN FERNANDO IAV. DUERAS CON ENRIQUE V. L - LIMA		1.3 Dirección de Importador/Exportador		1.4 Cód. Urb. Geo: 150101		Sujeto a: CANAL NARANJA			
2.1 Empresa Transporte: TMA S.A.C.		3.1 Empresa Transporte (Tránsito, Reembarque): TMA S.A.C.		3.2 Nº Manifiesto: 118-2016-3435		3.3 Vía Transporte: MARITIMA		3.4 Cód. Urb. Geo: 150101			
3.4 Fecha Término Desembarque: 29/12/2016		3.5 Empresa Transporte (Tránsito, Reembarque): TMA S.A.C.		3.6 Unidad Transporte (Tránsito, Reembarque): 5011		3.7 Aduana Destino/Salida: MARITIMA		3.8 Cód. Urb. Geo: 150101			
4.1 Terminal de Almacenamiento: TERMINALES PORTUARIOS PERUANOS SAC		4.2 Depósito Aduanero Autorizado: 3951		4.3 Plazo Solicitado: 2		4.4 Modalidad: Fago Diferido		4.5 Cód. Urb. Geo: 150101			
5.1 Entidad Financiera: TMA S.A.C.		5.2 Modalidad: Fago Diferido		5.3 Cód. Urb. Geo: 150101		5.4 Plazo Solicitado: 2		5.5 Cód. Urb. Geo: 150101			
6.1 FOB / Valor Cláusula venta: 30 268.000		6.2 Flete / Comisión Exterior: 500.000		6.3 Seguro/Otros Gastos Deducibles: 500.000		6.4 Total Ajustes: 500.000		6.5 Valor Aduana / Valor Neto Entrega: 49 768.000			
7.1 Nº Serie / Total: 0001/0001		7.2 Ítem Ejemplar "B": 0001/0001		7.3 Número Declaración Precedente: 265		7.4 Número Certificado Reposición: 20 107.200		7.5 Cód. Apl. Ultr: 13			
7.6 Puerto de Embarque: CALLAO		7.7 Fecha de Emb: 29/12/2016		7.8 Doc. Transp: EXP9300-2016		7.9 Nº Certificado Origen: 265		7.10 Cant. Unid. Comercial: 20 107.200		7.11 Info Verificación/Cód. Exoneración: 20 107.200	
7.12 Cantidad Bultos: 770,000		7.13 Clase: BL		7.14 Peso Neto Kilos: 20 107.200		7.15 Peso Bruto Kilos: 21 040.000		7.16 Cantidad Unidad Fisco: 20 107.200		7.17 Cant. Unidad Equip/Prod. KG	
7.19 Subpartida Nacional: 0904.21.10.90		7.20 Tipo: 0		7.21 Subpartida NARANJA: 010		7.22 TM: 0		7.23 TPI: 0		7.24 TPN: 0	
7.29 FOB Moneda Transacción: 49 768.000		7.30 FOB US \$: 49 768.000		7.31 Flete US \$: 500.000		7.32 Seguro US \$: 500.000		7.33 Ajuste Valor US \$: 500.000		7.34 Valor Aduana US \$: 49 768.000	
7.35 Descripción: 1. PAPRIKA-ENTERA SECA-AL NATURAL		7.36 Nº Factura Comercial: 001-0001-0000020		7.37 Información Complementaria: RESTITUCION DERECHOS ARANC. (CDD 13)		7.38 Observaciones: UBISED: 150101 - LIMA		7.39 Tipo de Observación: Fch. ini. Embar: 28/12/2016			
8.3 Fecha: 13/01/2017		8.1 Nombre o Razón Social: AGENCIA DE ADUANAS DESPACHOS Y SERVICIOS ADUANEROS S.A.C.		8.2 Cód. Aduanero: 6621		8.3 Cód. Embarque: TCU4958633		8.4 Cód. Declaración: 19209S		8.5 Cód. Aduana: 150101	
10.1 Cód. Especialista: 10.2 Fecha Vencimiento: 10.3 Plazo Autorizado: 10.4 Fecha: 11.1 Código: 11.2 Fecha:		12.1 Código: 12.2 Fecha:		13.1 Fecha Término de Recepción: 13.2 Cantidad y Clase de Bulto: 13.3 Peso Bruto en Kilos:		14.1 Fecha Término de Recepción:		15.1 Clave de Validación: F1B13BD447E34E6755DEA1086B84F6FE44FE0CC7		15.2 Valor Bruto: 21 040.000	

Figura 11 DAM de exportación

Fuente: (AJINORTESAC, DUA, 2016)

- **INCOTERMS.**

Son una serie de términos creados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) y cuya validez es internacionalmente reconocida. Los INCOTERMS son términos estandarizados que se utilizan en los contratos de compra-venta internacional y que sirven para determinar los costos que asumirán las partes y el momento en que se transfiere el riesgo de pérdida o daño a la mercancía del vendedor al comprador y establece cuál de las partes:

- ✓ Paga el transporte de la mercancía
- ✓ Paga el seguro que cubre los posibles daños y deterioros que sufra la mercancía durante el transporte
- ✓ Establece en qué lugar el exportador ha de poner la mercancía a disposición del importador.
- ✓ Corre con otro tipo de gastos (aduaneros, portuarios, etc.)

(Tesis UPN, 2014)

Existen 11 INCOTERMS que en cada contrato de compra-venta internacional se especificará cuál de ellos se aplicará, en función de lo acordado entre el exportador y el importador.

A continuación, adjuntamos un resumen, con los términos regulados:

- **EXW (Ex Works)** La entrega se realiza cuando la mercancía (identificada, embalada, dentro del plazo del contrato), se pone a disposición del comprador en la fábrica o establecimiento del vendedor.
- **FCA (Free Carrier)** El vendedor entrega la mercancía al transportista, en el lugar designado por el comprador o transportista, en la fecha pactada. El vendedor se libera del costo del transporte principal. Vendedor debe obtener la licencia de exportación.
- **FAS (Free Alongside Ship)** El vendedor cumple con su obligación cuando entrega la mercancía al costado del buque, ya sea que la deje en el puerto o en un lanchón. Debe realizar los trámites aduaneros. Sólo se usa para transporte marítimo o fluvial.

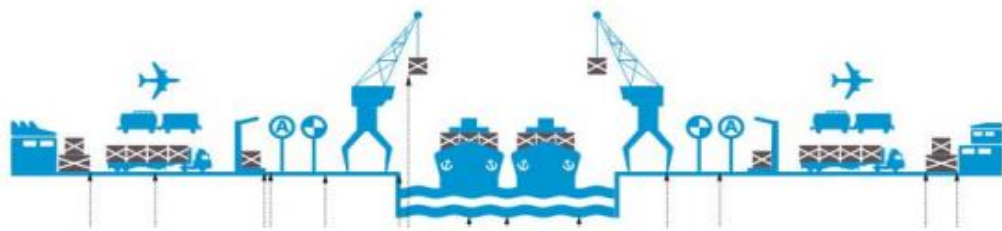
- **FOB (Free OnBoard)** El vendedor cumple con la entrega y transmite el riesgo cuando la mercancía se encuentran a bordo del buque en el puerto de embarque convenido. Debe realizar los trámites aduaneros. Sólo se usa para transporte marítimo o fluvial.
- **CFR (Costo y Flete)** El vendedor cumple con la entrega y transmite el riesgo cuando la mercancía se encuentra en el buque en el puerto de embarque. El vendedor contrata y paga los costes y el flete para llevar la mercancía hasta el puerto de destino. Debe realizar los trámites aduaneros. Sólo se usa para transporte marítimo o fluvial.
- **CPT (Transporte Pagados hasta...)** El vendedor realiza la entrega y transmite el riesgo cuando pone la mercancía a disposición del transportista que designa. El vendedor paga los costes del transporte. Debe realizar los trámites aduaneros. Se usa para todo tipo de transporte, incluso el multimodal.
- **CIF (Costo, Seguro y Flete)** El vendedor cumple con la entrega y transmite el riesgo cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor contrata y paga los costes y el flete y contrata el seguro y paga la prima correspondiente. Debe realizar los trámites aduaneros. Sólo se usa para transporte marítimo o fluvial.
- **CIP (Transporte y Seguro Pagados hasta...)** El vendedor cumple con la entrega y transmite el riesgo cuando pone la mercancía a disposición del transportista que designa. El vendedor contrata y paga los costes del transporte y PAGA y contrata el seguro correspondiente. Debe realizar los trámites aduaneros. Se usa para todo tipo de transporte, incluso el multimodal.
- **DAP (Delivery at place)** El vendedor realiza la entrega y transmite el riesgo al comprador con la puesta en disposición de la mercancía en el lugar de destino convenido. El costo del traslado lo asume el vendedor. El comprador asume los trámites de importación y paga los derechos de aduana. Puede ser usado bajo cualquier modalidad El Punto designado puede ser en la frontera, en la nave u otro punto.
- **DDP (DeliveryDutyPaid)** El vendedor realiza la entrega y transmite el riesgo al comprador a la llegada de la mercancía al lugar de destino convenido. El costo del traslado lo asume el vendedor. El vendedor asume los trámites de importación y paga los derechos de aduana.(PROMPEX, 2010)

- **Logística Internacional.**

En la actualidad es conveniente plantear las actividades empresariales analizando sus relaciones con el sistema logístico de la empresa, que se ha convertido en uno de los pilares básicos de la organización.

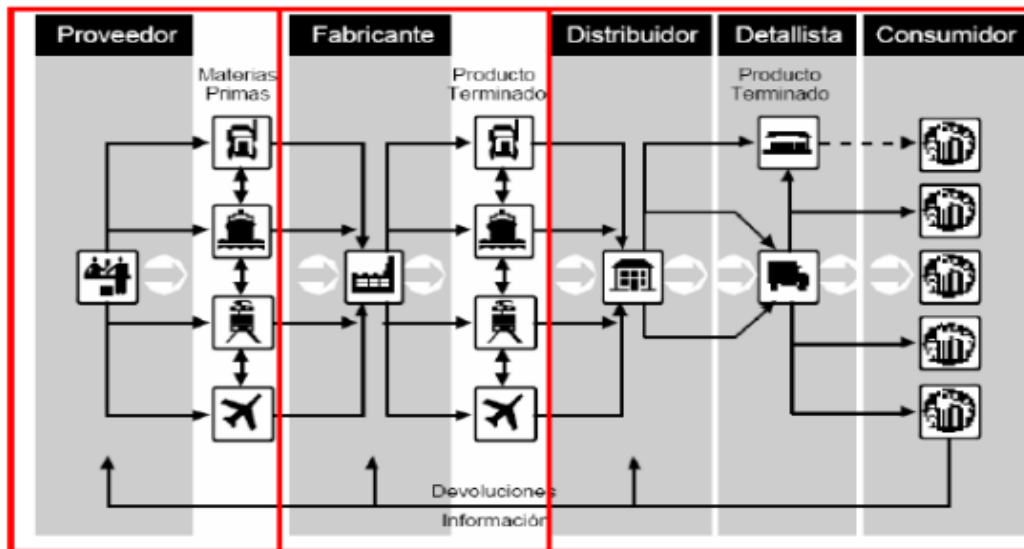
El transporte y la logística internacional es un proceso complejo, que se inicia con la llegada del pedido procedente de los mercados exteriores y sólo finaliza con la entrega del producto al cliente. Por tanto, un plan de marketing internacional quedaría incompleto si no incluyera la gestión del transporte y la logística. Este papel es muy limitado cuando la empresa accede a los mercados a través de la exportación indirecta, ya que serán los intermediarios en la comercialización los encargados de la distribución física del producto.

Las alternativas que se ofrecen en la logística internacional son mayores que en la nacional. Los medios de transporte, la documentación, los seguros, el embalaje, etc., exigen un mayor grado de profesionalidad por parte de los responsables de la gestión logística. (Dorta, 2013)



Fuente: (Dorta, 2013)

Figura 12 Secuencias de actividades en el transporte Internacional de Mercancías  
La imagen muestra la secuencia de actividades en el transporte internacional de mercancías: carga y transporte interior en origen, despacho aduanero de exportación, estiba en vehículo internacional, transporte internacional, desestiba en destino, despacho aduanero de importación transporte interior y descarga en destino.



Fuente: (Dorta, 2013)

Figura 13 Cadena de suministro, logística de aprovisionamiento.







Podemos ver que el transporte juega un papel importante dentro de la cadena logística, básicamente en los procesos de aprovisionamiento y distribución; La logística tiene una importancia estratégica en las empresas. Existen estudios que reflejan que la ventaja competitiva de algunas de ellas reside precisamente en sus operaciones logísticas.

- **LÍNEAS AÉREAS QUE OPERAN ENTRE PERÚ, MÉXICO Y OTROS.**

- ✈ **AEROMÉXICO.** Servicio directo. Pasajeros y carga. Vuelos semanales.
- ✈ **LAN PERÚ.** Servicio directo. Pasajeros y carga. Vuelos semanales
- ✈ **TACA PERÚ.** Servicio con conexión. Vuelos semanales, con conexión en San José o San Salvador.
- ✈ **COPA AIRLINES.** Servicio con conexión. Vuelos semanales, con conexión en Panamá.
- ✈ **AVIANCA.** Servicio con conexión. Vuelos semanales, con conexión en Bogotá.(PROMPERU, 2016)

- **LÍNEAS NAVIERAS QUE OPERAN ENTRE PERÚ, MÉXICO Y OTROS.**

- 🚢 **Hapag Lloyd.** Frecuencia semanal. Agente: Hapag Lloyd Perú.
- 🚢 **MediterraneanShippingCompany.** Frecuencia semanal. Agente: MSC Perú.
- 🚢 **NipponYusenKaisha-NYK.** Frecuencia semanal. Agente: Transmeridian.
- 🚢 **Evergreen.** Frecuencia Semanal. Agente: Greenades.
- 🚢 **Pacific International Lines - PIL.**Frecuencia semanal. Agente: Hansemar.
- 🚢 **WahaiLines.** Frecuencia semanal. Agente Transtotal.

-  **Hyundai Merchant Marine.** Frecuencia semanal. Agente: Transtotal.
-  **HanjinShipping.** Frecuencia semanal. Agente: Transtotal.
-  **CMA CGM.** Frecuencia semanal. Agente: CMA CGM Perú.
-  **China Shipping Company Line.** Frecuencia semanal. Agente: Broom Perú.
-  **Seaboard Marine.** Frecuencia cada diez días. Agente: Seaboard Perú.
-  **Compañía Chilena de Navegación Interoceánica - CCNI.** Frecuencia Semanal. Agente: Agunsa. (PROMPERU, 2016)

✓ **Tratados de libre comercio de Perú.**

Perú ha firmado tratados de libre comercio que le dan un acceso seguro y preferencial a diversos mercados de América, Europa y Asia. Hoy, gracias a los TLC o Acuerdos Comerciales del Perú, los principales mercados del mundo están abiertos, y millones de consumidores pueden conocer y disfrutar los productos y servicios que nuestro país produce y exporta. Esta política ha permitido la posición competitiva de nuestras exportaciones, de tal forma que estas vienen creciendo sostenidamente por los últimos años.

En efecto, uno de los beneficios de los acuerdos es la rebaja arancelaria en el país de la recepción, para lo cual universalmente se exige que cumplan con el criterio de origen, es decir que el producto sea originario, producido o elaborado, en el país de exportación que es parte del Acuerdo y que la mercancía y su respectiva partida arancelaria se encuentre dentro del texto del acuerdo.

De acuerdo con el alcance de la investigación realizada, solamente se mencionará el Acuerdo de Integración Comercial con México. (Tesis UPN, 2014)

✓ **Acuerdo de Integración Comercial Perú – México.**

El Acuerdo de Integración Comercial Perú – México se firmó en Lima el 6 de abril de 2011 y entró en vigor el 1 de febrero de 2012.

Con anterioridad a la entrada en vigor del Acuerdo de Integración Comercial, el intercambio comercial entre Perú y México se desarrollaba al amparo de lo dispuesto en el Acuerdo de Complementación Económica, que fue suscrito en el año 1987 en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Respecto a Acceso a Mercados tenemos que los principales beneficios para el Perú se reflejan en el acceso preferencial de más de 12,000 productos. Así, productos



de alto interés para el Perú, como los langostinos, flores, conservas de pescado, galletas dulces y vinos, ingresen al mercado mexicano libres de pago de arancel.

Asimismo, algunas exportaciones peruanas del sector textil y confecciones podrán ingresar libres de pago de arancel a México a partir de la entrada en vigor de este Acuerdo.

En materia de servicios se establece la obligación de no exigir la presencia local para el suministro de servicios de manera remota o transfronteriza, lo cual significa una gran oportunidad para que el Perú promueva la exportación de servicios que no requieran instalarse en México. Asimismo, se ha conseguido que México facilite la entrada a los peruanos que pretendan realizar actividades de negocios (investigación, ferias, convenciones comerciales), así como, actividades profesionales y técnicos de diversas ramas como diseño de interiores, construcción, arquitectura, gastronomía, entre otros.

Finalmente, en materia de inversiones se establece un conjunto de reglas relativas al tratamiento y protección de las inversiones entre México y Perú, lo cual permitirá fomentar un mayor flujo de inversiones mexicanas hacia el Perú, para permitir el aprovechamiento de las potencialidades productivas. Por otro lado, se generan las garantías para que las inversiones de empresas peruanas se puedan desarrollar en México.

Cabe recordar que México es uno de nuestros principales socios comerciales en la región, cuenta con aproximadamente 112 millones de habitantes con un ingreso per cápita de US\$ 9,250. Asimismo, entre el 2000 y 2010 el intercambio comercial entre ambos países creció a una tasa promedio anual de 13,7%, pasando de 389,2 millones de dólares en el 2000 a 1 412,8 millones de dólares en el 2010. (Mincetur, 2011)

- **PBI Y EL IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES**

El Producto Bruto Interno es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos por un país en un determinado período. Comprende el valor de los bienes producidos, como viviendas, comercio, servicios, Gobierno, transporte, etc. Cada uno de estos bienes y servicios se valora a su precio de mercado y los valores se suman para obtener el PBI.

El Producto Bruto Interno valora los bienes a precios de mercado. El precio de mercado de muchos bienes comprende los impuestos indirectos, como los impuestos sobre las ventas y los impuestos sobre consumos específicos así como de las exportaciones, por lo que no es igual que el precio que cobra el vendedor de los bienes y está dado por la fórmula:

$$\text{PIB} = C + I + G - (X - M)$$

Existen muchas formas de analizar la economía en esta oportunidad podremos ver el análisis de la economía del Perú en los últimos años con respecto al crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) debido al incremento de los productos de exportación de los diferentes sectores económicos, que nos permite ver de forma clara la tendencia de la economía y así se pueda cuantificar en valores reales y poder tomar dediciones a corto o largo plazo en el entorno macroeconomía. Para el Perú en el tercer trimestre del 2006 las cifras del PIB arrojan un crecimiento de 6.1% cifra que fue superada en el mes de noviembre que llegó a 6.9%.

Debido a la demanda de productos nacionales en el exterior muchos de los sectores productivos ayudaron a un incremento en el Producto Interno Bruto.

Uno de los rubros que denota mayor incidencia e impacto por las exportaciones es el pesquero este sector nos demuestra los avances que se vienen dando debido a nuestras exportaciones.

Las exportaciones de los productos pesqueros marítimos y continentales en el primer bimestre del 2008 alcanzaron un total de 424,9 miles de TMB, que significa un incremento de 10,9% respecto a igual período del 2007, informa el Ministerio de la Producción (PRODUCE).

Se registró un mayor volumen en las ventas de los productos congelados y harina de pescado principalmente, cuyos volúmenes fueron 52,8 y 290,9 miles de TMB, respectivamente.

En términos de valores el citado volumen exportado ha generado un ingreso total de US \$425,5 millones, que es superior en un 10,3% en relación al mismo lapso del año pasado, lo cual ha significado, que el sector pesca se mantenga como el segundo sector económico generador de divisas en el Perú, aportando el 9,4% del total de divisas en el ámbito nacional.

Cabe precisar, que de los productos exportados destaca el aceite crudo de pescado, al haber generado un mayor ingreso en un 64,7% respecto a lo registrado en el primer bimestre del 2007, debido básicamente al incremento en el precio internacional como efecto de la mayor demanda de los países para su utilización como complemento alimenticio en la actividad de acuicultura.

Las exportaciones del sector Pesquero No Tradicional en Perú ascendieron a US \$47.5 millones lo que significó un aumento de 18.3% en el mes de enero 2008, revela el informe de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU.

En tanto, las exportaciones de harina y aceite de pescado registraron en el pasado mes de enero la suma de US \$191.0 millones, superior en 46% a lo registrado en el mismo período del año pasado. Los sectores que destacaron fueron: Maderas y Papeles (55%), Textil (41%), Agropecuario (40%), Metal Mecánico (38%), Químico (35%) y Varios, incluye Joyería (25%).

La economía peruana creció en un porcentaje de 8.3% en el 2007, alcanzando la tasa de crecimiento más alta de los últimos 13 años y registrando al mismo tiempo, un crecimiento continuo durante 78 meses, lo que igualmente representa un récord esto se debió al incremento de las exportaciones influyendo en el crecimiento del PIB.

El Producto Interno Bruto (PIB) por habitante alcanzó en el año 2007, los 3,931 dólares, esto es, 554 dólares más que en el 2006 y casi el doble del que registraba en el año 2001. Según esta tendencia de crecimiento, el PIB per-cápita se situaría en 5,279 dólares para el año 2011.

De acuerdo al balance macroeconómico del año 2007, por segundo año consecutivo, se alcanzó un superávit en las cuentas del Sector Público No Financiero (2.9 por ciento del PIB), consolidando la sostenibilidad de las finanzas públicas.

La expansión económica de 2007 se explica fundamentalmente por el incremento de la inversión privada, la cual aumentó en 25% respecto de los US \$ 15,605 millones de 2006. Por su parte, la Inversión extranjera Directa (IED) registrada por PROINVERSION hasta junio del 2007 alcanzó a US \$ 15,373 millones. Los ingresos tributarios también se incrementaron en 13.3 por ciento; el ingreso familiar promedio de Lima Metropolitana, según datos de una consultora independiente, muestra una continua mejora y en el año 2007, ascendió a 602 dólares

mensuales, luego que en el 2001 fuera de 401 dólares. El dinamismo de la inversión pública también ha sido una de las fuentes de crecimiento durante el año pasado incrementándose en un 26.7 por ciento, en términos reales.

Las exportaciones peruanas continuaron también incrementándose en el año 2007, alcanzando la cifra preliminar de US \$ 28,500 millones, en tanto que las importaciones igualmente se elevaron a un total preliminar de 20,456 millones, concentradas principalmente en la adquisición de bienes de capital (solamente la importación de maquinaria industrial alcanzó una cifra de US \$ 6,200 millones) e insumos para la industria nacional. El saldo positivo del intercambio comercial del Perú con el resto del mundo fue de aproximadamente US \$ 8,000 millones.

Estos resultados, a pesar del deterioro del contexto internacional y del grave terremoto que asoló el sur del Perú en agosto del 2007, son la consecuencia de la aplicación de políticas monetarias y fiscales prudentes, así como de la implementación de reformas económicas referidas a la focalización del gasto social y la mejora en la competitividad de la economía.

Estas políticas garantizan que continuará el sostenido crecimiento económico sobre la base de la productividad, el mismo que será trasladado a los ciudadanos a través de mayores servicios públicos de calidad y de un aumento del gasto social y de la inversión pública, cuyo principal objetivo es reducir la pobreza a 30 por ciento en el 2011, según remarcó el Ministro.

En lo que se refiere a la relación comercial entre el Perú y Bolivia, ésta también ha continuado registrando un crecimiento significativo.

El monto total del intercambio bilateral alcanzó a 404 millones en el periodo enero a noviembre de 2007.

Un crecimiento de largo plazo (sostenible) se logrará con mejoras sustanciales de la continuación del buen entorno internacional; de la política comercial, pues los efectos de un comercio internacional más fluido redundará en la estabilidad macroeconómica; y de todos aquellos factores que permitan incrementar la tasa de ahorro y aumentar la productividad en todos los sectores económicos de nuestro país, beneficiando al incremento del PIB en comparación con años anteriores.

➤ **Consecuencias Macroeconómicas de la Exportación en el PIB**

- ✓ Nuestras exportaciones ingresan al mercado norteamericano en igualdad de condiciones con otros países (como Chile, Marruecos, Singapur, México, Australia e Israel) y bloques económicos (Centroamérica-CAFTA, Norteamérica-NAFTA y África del Sur-SACU) que ya han suscrito acuerdos similares con ese país, colocando al Perú en una mejor posición competitiva por el lado exportador y el incremento del PBI al consolidar las preferencias de acceso al mercado norteamericano que actualmente se tiene a través del ATPDEA. Ello potenciará el dinamismo del comercio bilateral con EE. UU que actualmente representa el 25% del intercambio comercial del Perú.
  
- ✓ Por el lado de las importaciones, es previsible el ingreso de bienes procedentes de países con los que el Perú haya realizado algún tratado de comercio exterior, principalmente insumos y bienes de capital, sobre la base una reducción gradual de los aranceles nos permitirá la adquisición de maquinarias para la mejora y producción de insumos finales, generando de tal forma un incremento gradual en la economía en todos los sectores del país.
  
- ✓ Otro impacto sería el impulso del comercio interno y facilitaría la reconversión industrial y la actualización tecnológica potenciando la productividad y competitividad del aparato productivo peruano.  
Este factor sería una de las principales fuentes del crecimiento del PIB.
  
- ✓ Los mejores fundamentos de la economía contribuirán a mantener una baja percepción de riesgo país, lo que se traduciría en un menor costo financiero para las emisiones de deuda pública y contribuiría, en parte, a alcanzar en un futuro una posición de "grado de inversión".
  
- ✓ No obstante, por el lado fiscal se esperaría una menor recaudación por reducción de aranceles estimada entre US\$150 millones a US\$200 millones anuales lo cual se revertiría por las actualizaciones tecnológicas, permitiendo esto cumplir con los requerimientos de insumos de alta calidad.

➤ **Consecuencias Microeconómicas de la Exportación en el PIB**

- Los sectores más beneficiados son los orientados a la exportación, como agroindustria, metal-mecánica, textil-confecciones, madera, muebles y accesorios, artesanía y joyería, entre otros. Asimismo, todos aquellos sectores que importen insumos y bienes de capital, pues ingresarán al país a precios más competitivos.
- Todo esto redundará en un incremento de los gastos de consumo de la población. Desde el punto de vista del consumidor, este tendrá a su disposición una mayor

variedad de productos a precios competitivos, lo que permitirá que la inflación se mantenga dentro de estándares internacionales, permitiendo la inversión nacional y extranjera generando confianza en todos los sectores económicos.

- Desde el punto de vista del empleo, la participación preferencial del Perú en un mercado internacional con nuestras exportaciones. Tendería a incrementar los niveles de empleo sobre la base de mayor inversión y producción.

**c) Hipótesis.**

**Formulación de la hipótesis.**

- ✓ En qué medida progreso la producción de ají paprika en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.
- ✓ De qué manera influye los certificados sanitarios y técnicos en la exportación de ají paprika.

## CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

### 1.1 Operacionalización de variables.

Variables:

- **Variable independiente:**  
Exportación.
- **Variable dependiente:**  
Paprika.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Exportación</b>	Es una política de expansión de mercado, por medio de la cual una firma intenta vender sus productos y/o servicios producidos dentro de su país a sus clientes extranjeros.	Producción Interna.	Producción a nivel nacional 2011-2016.
		Regulación.	Impuestos arancelarios de salida. Requisitos sanitarios Regulaciones de etiquetado y embalaje Certificaciones exigidas.
		Documentos	Exportación.
		Precio.	Oferta y demanda.
		Convenios.	Acuerdos internacionales y factibilidad de salida.
<b>PAPRIKA</b>	Es una variedad de ají pimiento. Kaptein (picar. Pimiento dulce. que tiene alto contenido en vitamina c	Capacidad	Volumen de producción Cantidad de tierras de cultivo
		Empresas Exportadoras	Cantidad y valor de las exportaciones
		Estacionalidad	Estacionalidad de la producción interna (zonas)
		Producción del Mercado Interno	Calidad Y cantidad por zonas

Tabla 7 Matriz de consistencia

## 1.2 Tipo de Diseño de investigación.

### **Según el propósito.**

La presente tesis es esencialmente de carácter descriptiva y explicativa, intenta conocer cómo ha evolucionado la exportación de Ají páprika de la empresa Exportadora Ajinorte s.a.c durante del período 2016, esta investigación tiene por finalidad ser aplicativa, es decir de que sus conclusiones y recomendaciones puedan ser de utilidad para fortalecer la exportación exportación de Ají Páprika.

### **Según el diseño de investigación.**

La metodología de investigación que se utilizó para el desarrollo de la tesis es de carácter no-experimental, es longitudinal porque se sustenta en información de series históricas (exportaciones agrícolas. exportación de Ají páprika, crecimiento de producción, etc)

## 1.3 Población

Trabajadores de la empresa Exportadora Ajinorte Sac de la ciudad de Barranca – Lima.

## 1.4 Muestra (muestreo o selección)

Trabajadores del área de exportación y producción de la empresa Exportadora Ajinorte Sac de la ciudad de Barranca – Lima.

## 1.5 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

### **Instrumentos**

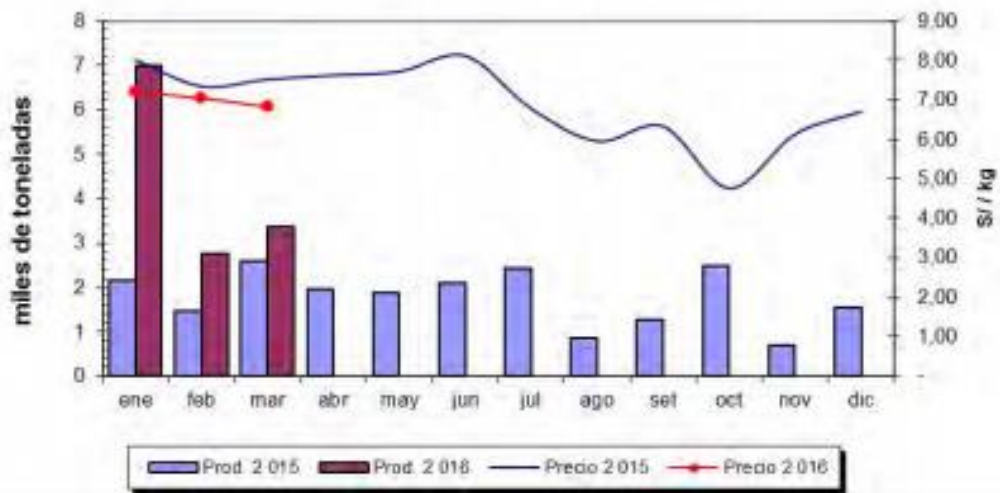
Hoja de Cotejo: A fin de investigar y reunir información respecto a la evolución de la exportación de Ají Páprika de la empresa Exportadora Ajinorte sac.



### Producción de Paprika.

La producción de páprika, en el periodo enero - marzo del 2016 fue de 7 mil toneladas, y representó un crecimiento de 112% en comparación a similar periodo del año anterior, donde se obtuvo una producción de 2,3 mil toneladas. Este comportamiento positivo se registró en Lambayeque, Lima e Ica.

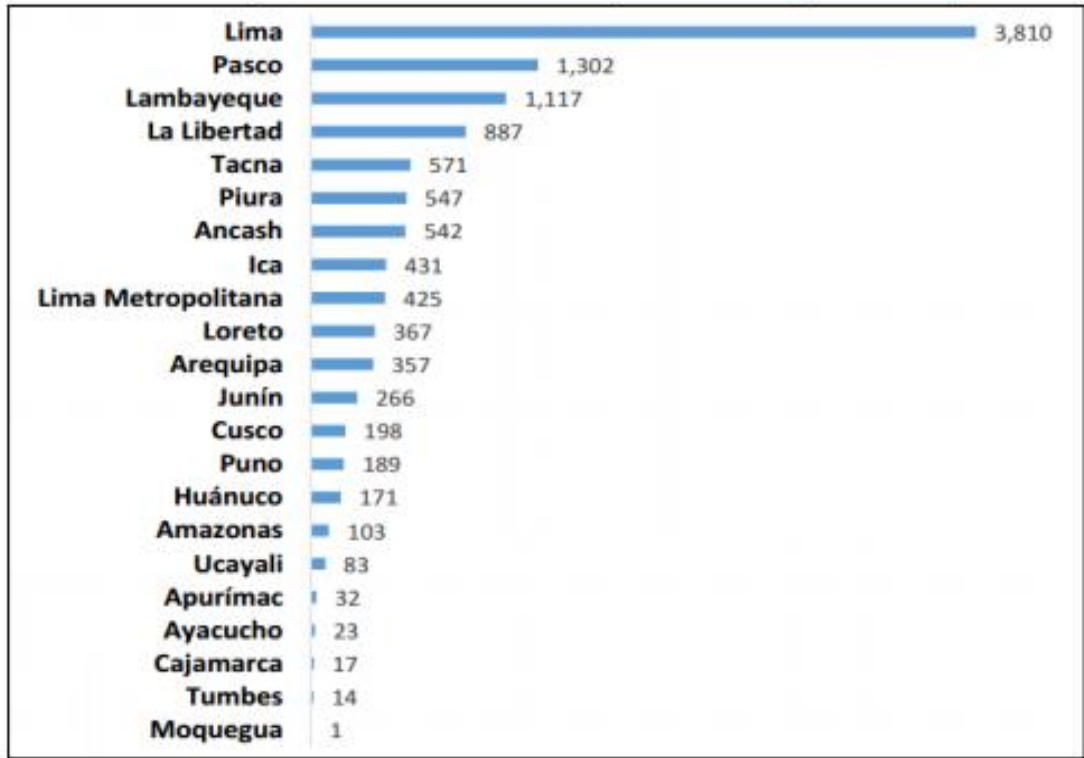
En el mes de marzo del 2016, la producción nacional de páprika fue de 3,4 mil toneladas, mayor en 30% (0,8 mil toneladas) que lo producido en el 2015 (2,6 mil toneladas). Las regiones que más crecieron en el presente mes fueron: Lima, Lambayeque y Arequipa.



Fuente: (Minagri, Boletín estadístico de producción, 2016)

Tabla 8 Producción y precio en chacra de Aj  páprika

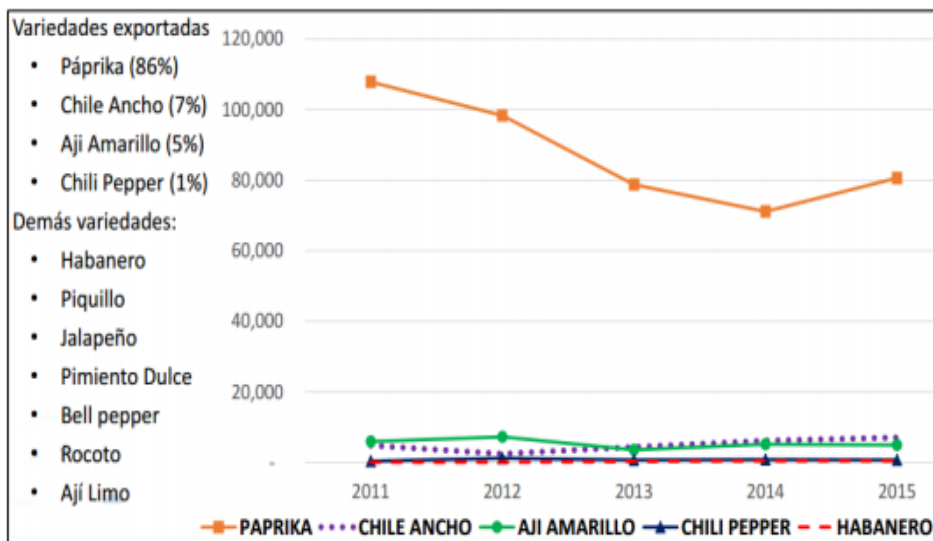
Podemos observar con respecto a los precios en chacra los precios del Ají Páprika son volátil, es decir, no se maneja un precio exacto. Los precios más altos se han registrado en el 2015 con s/.8.50 x kgy el más bajo s/.4.80 x kg. En el 2016 los precios más altos se registraron en los meses de enero con s/. 7.20 x kg y en los próximos meses bajo más. (Minagri, Boletín estadístico de producción, 2016)



Fuente: (Santillana, 2016)

Tabla 9 Superficie cosechada de capsicums 2015

Observamos que la cosecha de capsicum se realiza en diversos departamentos del Perú, Lima tiene un porcentaje importante en cuanto a la superficie cosechada, mientras que el departamento de Pasco, Lambayeque y la Libertad ocupan el puesto 2,3 y 4 a nivel nacional.



Fuente:(Santillana, 2016)

Tabla 10 Principales variedades de capsicum exportado el 2015

El siguiente gráfico nos presenta la evolución de la exportación de las principales variedades de capsicum seco, la que ha presentado una mayor variación es el Páprika que si bien representa el 86% del total de variedades exportadas, ha presentado una disminución durante los años 2011-2014, mientras que en el 2015 reacciono recuperándose.

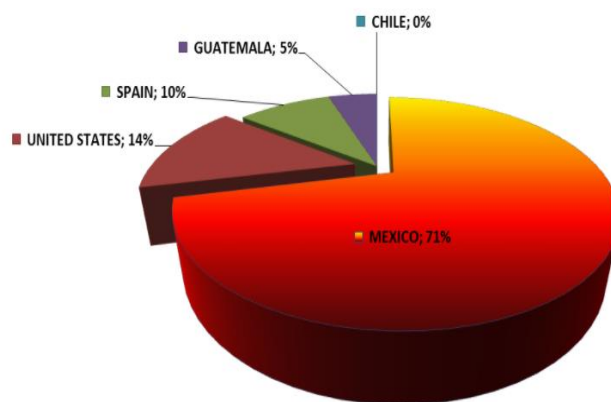
- **Exportaciones de Ají Paprika periodo 2016.**

De acuerdo con el cuadro los envíos de ají paprika peruano han sido destinados principalmente a México con niveles de envío superiores a los 9 mil toneladas seguido de Estados Unidos, España, Guatemala y cerrando la lista con Costa Rica y Japón con envíos demasiado pequeños hacia estos mercados.

#	Código País	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	MX	México	9,148,004.80	22,881,765.43
2	US	Estados Unidos	5,219,219.36	15,411,112.78
3	ES	España	7,865,726.85	14,908,558.85
4	GT	Guatemala	764,330.04	2,404,106.06
5	CO	Colombia	21,151.80	52,437.12
6	PA	Panamá	24,302.56	42,001.60
7	BR	Brasil	11,000.00	25,070.62
8	CL	Chile	49,485.00	24,932.03
9	AE	Emiratos Árabes Unidos	4,350.00	22,705.00
10	AR	Argentina	100.00	3,750.00
11	CR	Costa Rica	100.00	3,110.09
12	JP	Japón	51.00	395.00
TOTAL LISTADO			23,107,821.410	55,779,944.58
			Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
Total período: Año 2016 Mes: Todo el año			23,107,821.410	55,779,944.58
Total de la Consulta			23,107,821.410	55,779,944.58
Contribución : Total listado / Total período * 100			100.0000%	100.0000%

Fuente: (Promperu, 2016)

Tabla 11 Destino de las exportaciones peruanas de ají páprika en el periodo 2016



Fuente: (Agrodataperu, 2016)

Tabla 12 Exportación en FOB 2016

Se observa que las participaciones de exportaciones de Ají Párika están destinadas en un 71% a mercado mexicano que es el principal comprador, por encima de estados unidos que representa el 14%, España (10%), Guatemala (5%) y Otros con participaciones muy pequeñas.

- **Empresas Exportadoras de Ají Paprika.**

Las empresas agroexportadoras acopian y producen para satisfacer el mercado externo, estos también sirven de intermediarios para las microempresas que recién están empezando a desarrollarse en este rubro con un servicio de bróker.

	<b>Empresas Exportadoras.</b>	<b>% de Participación.</b>
<b>1</b>	<b>S &amp; M FOODS S.R.L.</b>	<b>15%</b>
<b>2</b>	<b>AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.</b>	<b>9%</b>
<b>3</b>	<b>MONHA SERVICE S.A.C.</b>	<b>8%</b>
<b>4</b>	<b>GRUPO SAN NICOLAS S.A.C.</b>	<b>8%</b>
<b>5</b>	<b>AGROINDPEX S.A.C.</b>	<b>6%</b>
<b>6</b>	<b>AGRICOLA SAMI S.A.C.</b>	<b>6%</b>
<b>7</b>	<b>VALLE VERDE EXPORT S.A.C.</b>	<b>5%</b>
<b>8</b>	<b>MENTOR SERVICE TRADE S.A.C.</b>	<b>4%</b>
<b>9</b>	<b>AGROEXPORTADORA SOL DE OLMO S.A.C.</b>	<b>4%</b>
	<b>OTRAS EMPRESAS</b>	<b>33%</b>

*Tabla 13 Empresas que exportan Ají Párika*

**Elaboración: Propia.**

**Fuente: (SIICEX, 2016)**

El tabla N° 13 nos menciona que la empresa con mayor participación en el mercado de este rubro es S & M FOODS S.R.L. con un porcentaje 15% por encima de la

competencia. Agrícola Pampa Baja SAC tiene una participación menor con un 9% del mercado de Ají paprika en el exterior seguido por empresas MonhaServiceS.A.C. y otros con porcentajes más bajos.

**Estacionalidad del Ají Paprika.**

La Páprika en nuestro país se puede cultivar de forma permanente durante todo el año. En el siguiente cuadro podemos apreciar las diferencias de la estacionalidad del ají peruano con respecto a los otros países.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Paises	0	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Mexico												
Chile												
Perú												

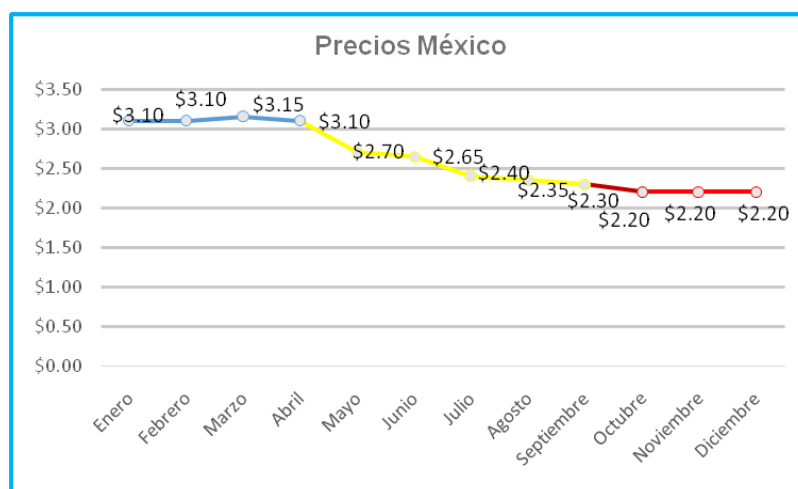
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Paises	0	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
China												
España												

Tabla 14 Estacionalidad de producción de la Páprika por país.

Fuente: (AJINORTE, 2016)

Como se observa, el Perú por su situación geográfica estratégica, tiene la posibilidad de cultivar y cosechar este producto (así como otros productos) todos los meses del año, lo cual coloca a nuestro país en una posición privilegiada y la cual puede generar una excelente oportunidad de acceso a mercados del hemisferio norte, aprovechando los mejores precios y volúmenes de envío. (AJINORTE, 2016)

- **Precios del Ají Páprika México – EE. UU.**



Fuente: (AJINORTE, 2016)

Tabla 15 Precios del Ají Páprika en México por kg.

Como se puede observar, los precios del Ají Párika son de característica volátil, es decir, no se maneja un precio exacto, como otros productos. Los niveles más altos, para encontrar buenos precios son los meses de enero, febrero, marzo y abril, esto sucede gracias a la ventaja de nuestras cosechas en estos meses en comparación a otros países, estos meses son de máximo provecho para poder alcanzar buenos picos de precios y obtener una ventana comercial más amplia.(AJINORTE, 2016)

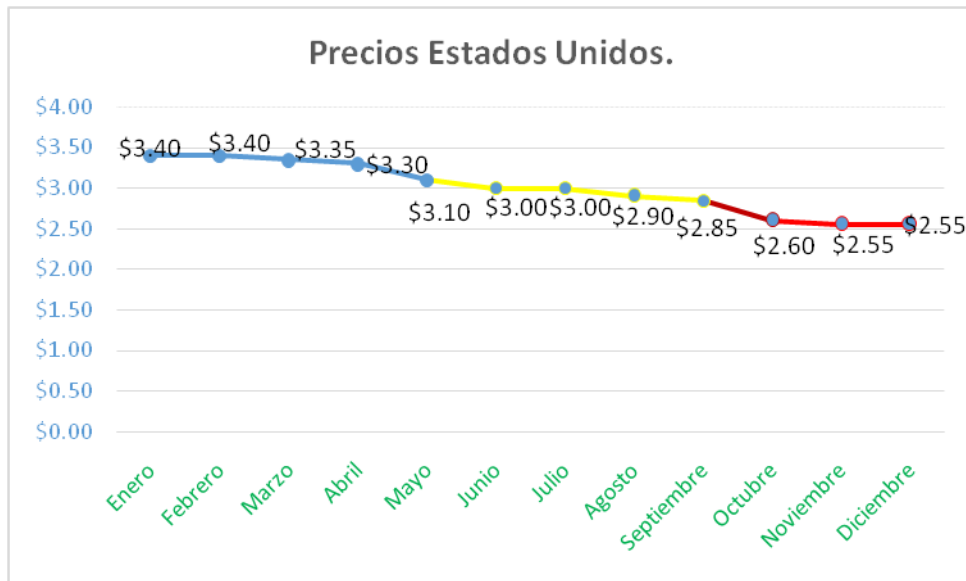


Tabla 16 Precios del Ají Párika en EE. UU. por kg

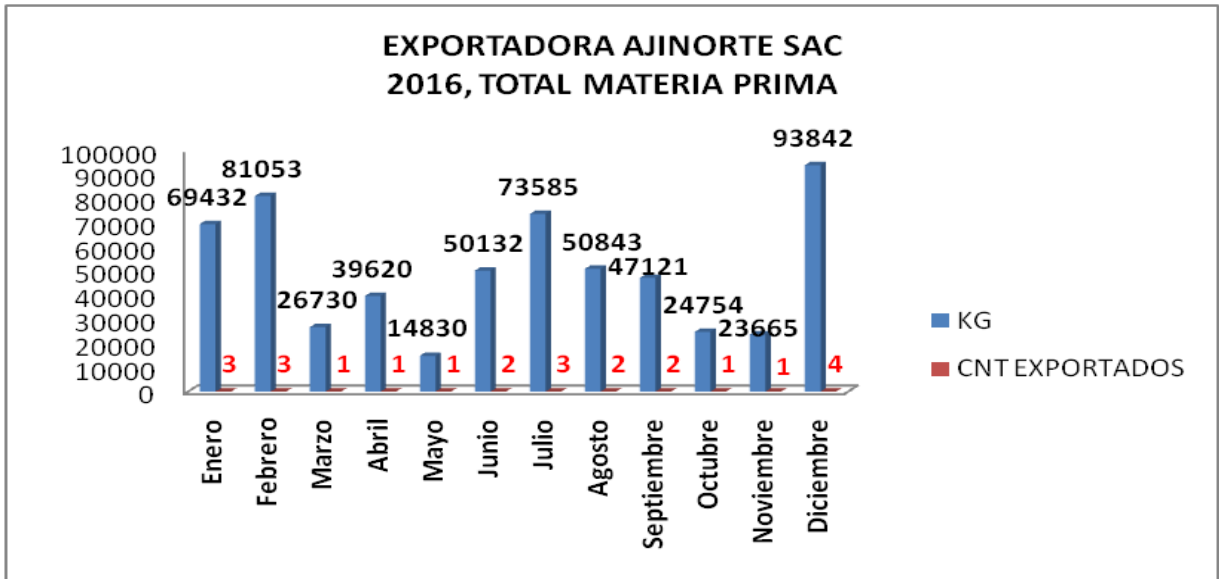
Fuente: (AJINORTE, 2016)

Este cuadro nos deja apreciar, que el precio del Ají párika en los Estados Unidos contiene un precio más alto con respecto a otros países, encontramos precios desde \$3.40 en los primeros meses en el resto de los meses precio suele bajar por el ingreso de párika de otros países como México, Chile y otros. El mercado norteamericano es un mercado que paga muy bien y a su vez exigentes en la calidad de la párika.(AJINORTE, 2016)

EXPORTADORA AJINORTE SAC TOTAL MATERIA PRIMA			EXPORTADORA AJINORTE SAC TOTAL MATERIA PRIMA		
2016	KG	CNT EXPORTADOS	2017	KG	CNT EXPORTADOS
Enero	69432	3	Enero	88732	4
Febrero	81053	3	Febrero	82177	4
Marzo	26730	1	Marzo	84426	4
Abril	39620	1	Abril	113953	5
Mayo	14830	1	Mayo	80349	3
Junio	50132	2	Junio	95933	4
Julio	73585	3	Julio	86234	3
Agosto	50843	2	Agosto	73656	4
Septiembre	47121	2	Septiembre	51392	2
Octubre	24754	1	Octubre	68380	3
Noviembre	23665	1	Noviembre	24083	1
Diciembre	93842	4	Diciembre	90234	4

FUENTE (AJINORTE, 2016)

Tabla 17 Compra de materia prima 2016 y 2017

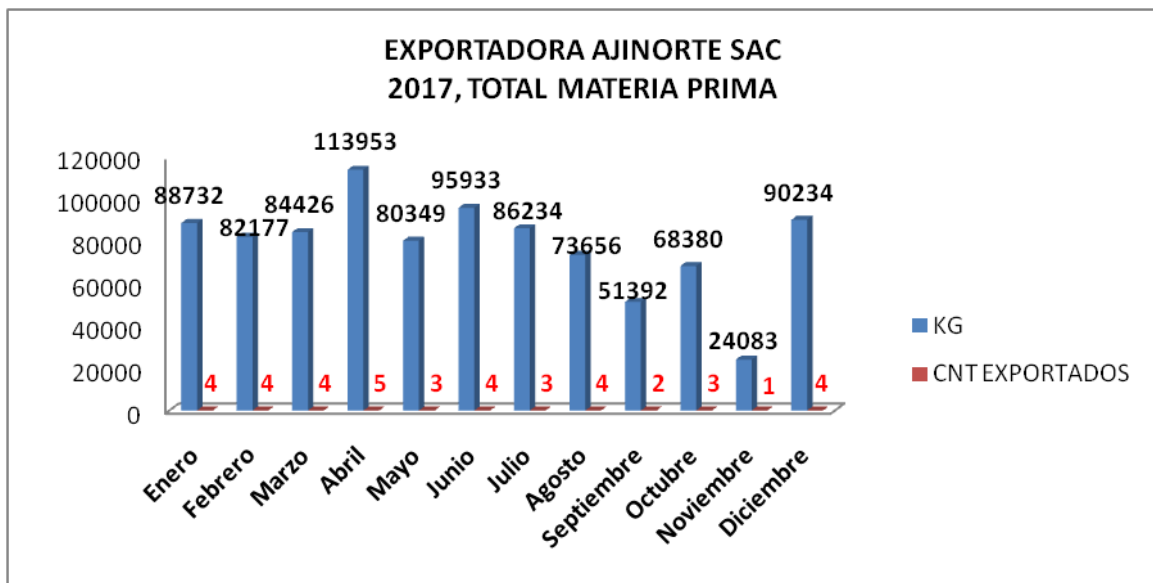


Fuente (AJINORTE, 2016)

Figura 14 Compra de materia prima 2016

En el siguiente cuadro nos muestra la información detallada con respecto a la compra de materia prima 2016 mes por mes, y a los contenedores de 40” pies despachados, es decir, exportados

Fuente (AJINORTE, 2016)



Este cuadro nos muestra la información detallada con respecto a la compra de materia prima 2017 desde enero a diciembre presentando niveles bajos y altos y a su vez precisar los contenedores de 40” pies exportados

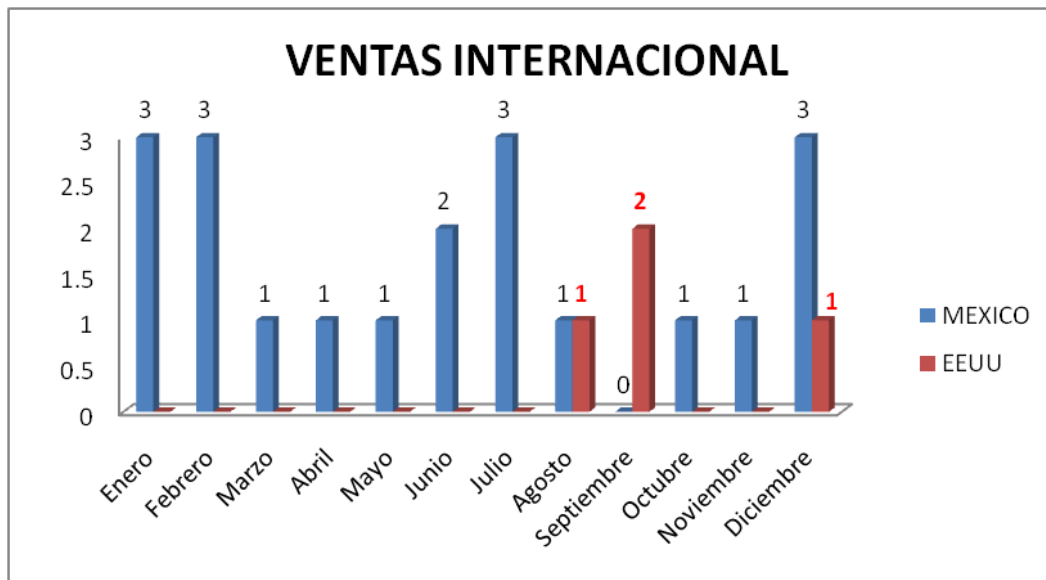
Figura 15 Compra de materia prima 2017

Este cuadro nos muestra la información detallada con respecto a la compra de materia prima 2017 desde enero a diciembre presentando niveles bajos y altos y a su vez precisar los contenedores de 40” pies exportados

EXPORTADORA AJINORTE SAC - VENTAS			EXPORTADORA AJINORTE SAC - VENTAS		
2016	MEXICO	EEUU	2017	MEXICO	EEUU
Enero	3	0	Enero	3	1
Febrero	3	0	Febrero	4	0
Marzo	1	0	Marzo	4	0
Abril	1	0	Abril	3	2
Mayo	1	0	Mayo	1	2
Junio	2	0	Junio	1	3
Julio	3	0	Julio	0	3
Agosto	1	1	Agosto	1	3
Septiembre	0	2	Septiembre	1	1
Octubre	1	0	Octubre	3	0
Noviembre	1	0	Noviembre	1	0
Diciembre	3	1	Diciembre	3	1

Fuente (AJINORTE, 2016)

Tabla 18 Venta por contenedor de 40 pies 2016 y 2017



Fuente (AJINORTE, 2016)

Figura 16 venta de páprika por contenedor 2016

En el siguiente cuadro se aprecia que, debido a la estacionalidad continua en producción de Páprika en nuestro país, la venta se realiza de manera continua de enero a diciembre, es decir, durante todo el año.

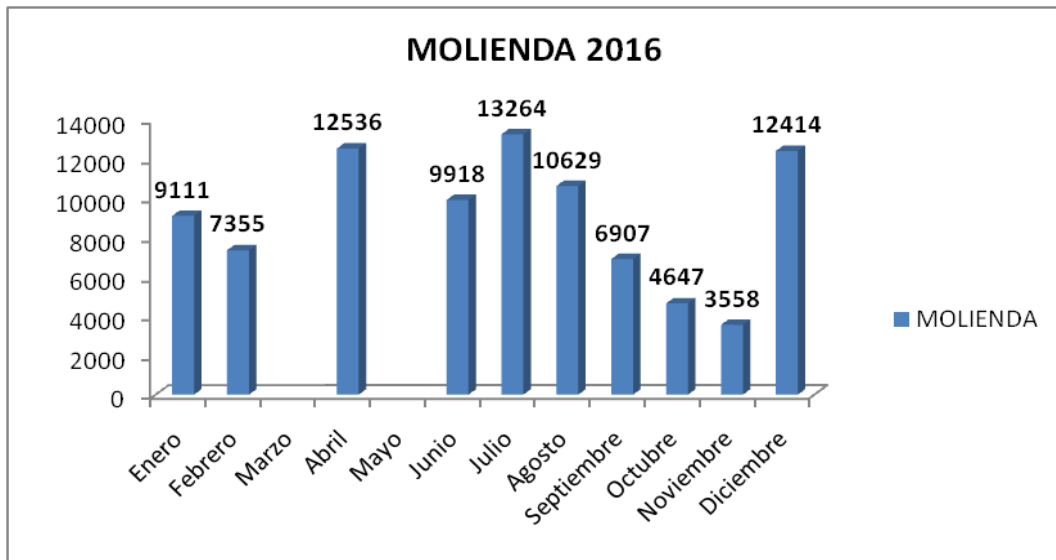


EXPORTADORA AJINORTE SAC MOLIENDA			EXPORTADORA AJINORTE SAC MOLIENDA		
2016	KG	MOLIENDA	2017	KG	MOLIENDA
Enero	69432	9111	Enero	88732	8304
Febrero	81053	7355	Febrero	82177	1749
Marzo	6730		Marzo	84426	3998
Abril	39620	12536	Abril	113953	13418
Mayo	13130		Mayo	80349	15533
Junio	50132	9918	Junio	75933	
Julio	73585	13264	Julio	86234	19141
Agosto	50843	10629	Agosto	73656	
Septiembre	47121	6907	Septiembre	51392	11178
Octubre	24754	4647	Octubre	68380	8059
Noviembre	23665	3558	Noviembre	24083	3976
Diciembre	92842	12414	Diciembre	90234	9806

Fuente:(AJINORTE, 2016)

Tabla 19 Producto descartado para la exportación de primera calidad

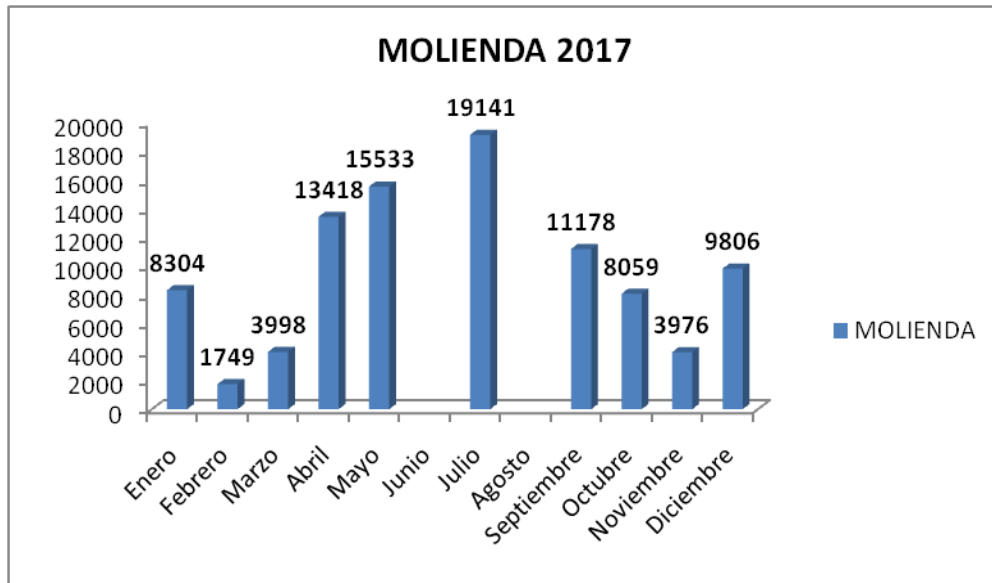
Podemos apreciar en el siguiente cuadro que hay un incremento de ventas debido que aumento la cartera de nuestros clientes.



Fuente (AJINORTE, 2016)

Figura 17 Producto descartado para la exportación 2016

En el siguiente cuadro se observa la molienda distribuida en el mercado local, Lima – Barranca.



**Fuente (AJINORTE, 2016)**

Figura 18 Producto descartado para la exportación 2017

Observamos que la molienda distribuida en el mercado local de Lima, Barranca ha tenido generado pedidos altos y la empresa espera trabajar en una nueva estrategia de marketing y darle un plus a la molienda para exportarlo.

**Hoja de cotejo, para evaluar la capacidad de exportación de  
Exportadora Ajinorte S.A.C.**

**Instrucciones:** Se asignará una X según la apreciación en cada criterio para poder analizar y evaluar el trabajo. Año: \_\_\_\_\_

LEYENDA					
0: NA.	1: Mal	2: Regular.	3: Bien	4: Muy Bien.	5: Excelente

		0	1	2	3	4	5
1	¿Cuán favorable fue la producción de paprika en el 2016 para Exportadora Ajinorte S.A.C.?						
2	¿La calidad de la materia prima, favoreció la producción en Exportadora Ajinorte sac?						
3	¿La evolución de la producción de Páprika para fines del 2016, fue positivo o negativo en Exportadora Ajinorte S.A.C.?						
4	¿Los impuestos excesivos afecta con la exportación en exportadora Ajinorte S.A.C.?						
5	¿Se adecua debidamente los impuestos arancelarios, a la política de exportación de Ajinorte S.A.C.?						
6	¿Es beneficioso los TLC para la exportación de Páprika, para la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.?						
7	¿La informalidad afecta los precios internacionales en la exportación, para Exportadora Ajinorte S.A.C.?						
8	¿La calidad de la producción Nacional de Páprika, afecta los precios de la exportación, para Exportadora Ajinorte S.A.C.?						
9	¿La burocracia en la documentación comercial, afecta en la exportación de Páprika, para Exportadora Ajinorte S.A.C.?						
10	¿Cumple con los requisitos de etiquetado y embalaje los productos que exporta la empresa exportadora Ajinorte S.A.C.?						
11	¿La empresa exportadora Ajinorte S.A.C. cumple con las certificaciones de origen de sus productos exigidos por sus clientes?						
12	¿Afecta la revisión física de la mercancía por parte de las instituciones estatales de forma tosca al embalaje de los productos de la empresa exportadora S.A.C.?						
13	¿La variabilidad de los precios de exportación del ají paprika afecta a la empresa exportadora Ajinorte S.A.C.?						
14	¿Se adecua debidamente a los precios de la competencia la empresa exportadora Ajinorte S.A.C.?						
15	¿Es favorable que los impuestos en el país de destino sea 0, para poder obtener niveles de pedidos altos, para la empresa exportadora Ajinorte S.A.C.?						
16	¿La empresa exportadora Ajinorte S.A.C. se adecua a los niveles de demanda de sus clientes?						
17	¿Es favorable para la empresa exportadora Ajinorte S.A.C., que las hectáreas de siembra de ají paprika se halla incrementado en las zonas altas de producción?						
18	¿Es ventajoso para la empresa exportadora Ajinorte S.A.C., que el producto esté disponible todo el año a diferencia de otros países?						
19	¿Se adecua debidamente la empresa exportadora Ajinorte S.A.C. a los niveles de despacho de ají paprika con respecto a la competencia?						
20	¿Contiene la empresa exportadora Ajinorte S.A.C. volúmenes de producción alto, para una buena capacidad de respuesta, ante una posible escases del producto?						

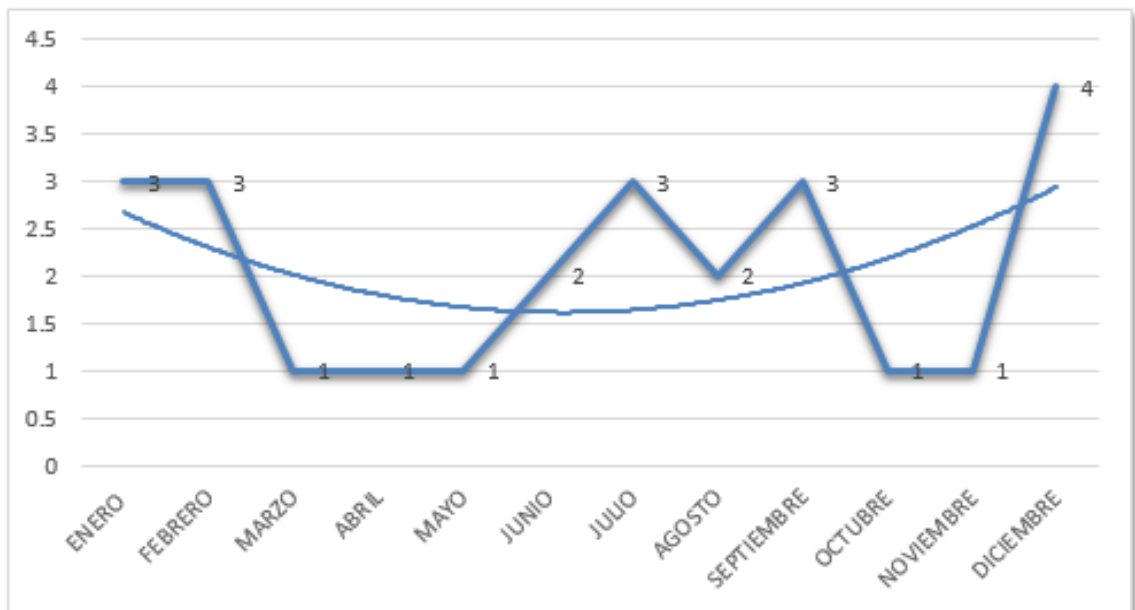
Tabla 20 hoja de cotejo

## CAPÍTULO 4. RESULTADOS

### I. Demostrar que favorable fue la producción de Ají Páprika en el periodo 2016 para la empresa exportadora Ajinorte S.A.C.

Durante todo el año 2016 la producción fue mayor al del año anterior, esto fue ventajoso para la empresa exportadora Ajinorte S.A.C, porque permitió tener más variedad en la capacidad de compra y de recepción el producto.

El término de volúmenes fue mayor por lo que existía más disponibilidad del producto en la zona y se aprovechó para tener una buena capacidad de despacho, normalmente se generó un aumento en las ventas por los volúmenes cosechados.



*Elaboración: Propia.*

Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

Figura 19 Resultados ventas de ají páprika 2016

Podemos observar que, gracias a los volúmenes buenos de las cosechas en el país, la empresa pudo hacer despachos más seguidos, obteniendo buenos niveles de exportación en su primer año cerrando con más de 402 toneladas.

**II. Definir en qué medida la calidad del producto ha favorecido a la empresa exportadora ajinorte SAC.**

En el periodo 2016 la calidad del producto estuvo mejor con respecto al del año siguiente 2017, es decir, los niveles de impurezas, merma, descarte o molienda arrojaron niveles bajos, ya que la cosecha estuvo buena no solo en tema de volúmenes sino también de calidad. Esto favoreció de manera positiva para la empresa ajinorte, en la medida que la empresa hizo compras casi exactas y no mayor para la producción de un contenedor. Los costos fueron menores, en temas de compras y producción.

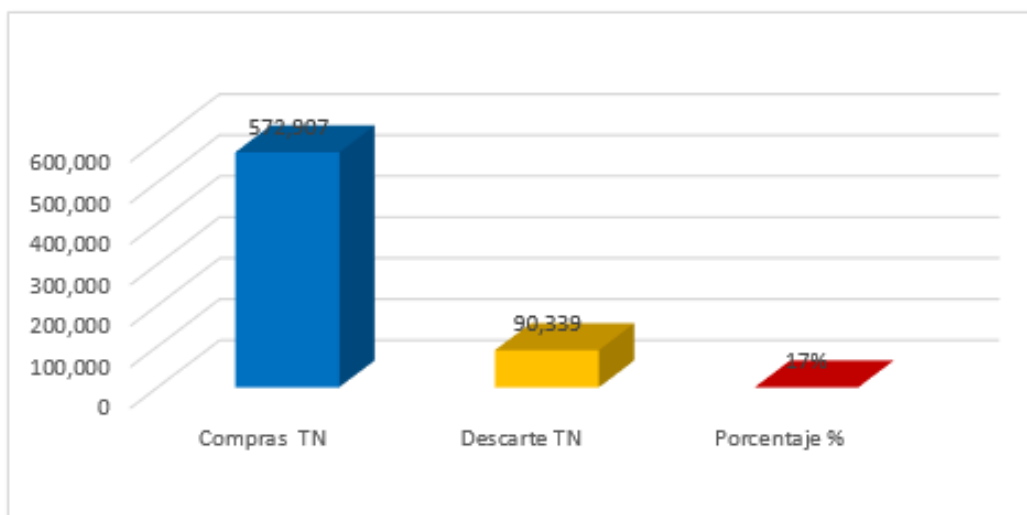


Tabla 21 Calidad de la producción de Ají Páprika 2016

Elaboración: Propia.

Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

Observamos que la empresa exportadora ajinorte SAC, realizó compras por encima de las 500 toneladas en todo el periodo 2016, obteniendo un resultado bueno con la producción y calidad de las compras, la merma solo representó 90 toneladas que significa el 17%.

**III. Demostrar que la producción de ají páprika a fines del periodo 2016, fue positiva para la empresa exportadora ajinorte SAC.**

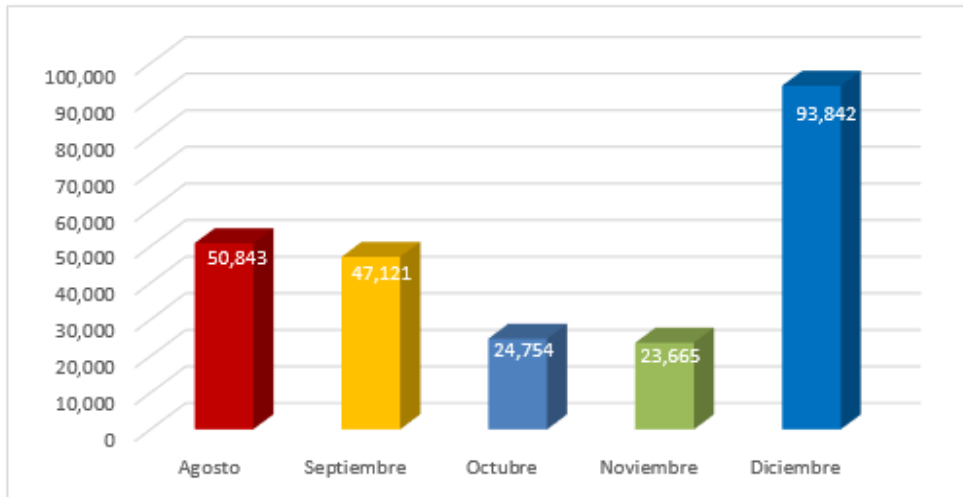


Tabla 22 Compra de Aj Páprika 2016

Elaboración: Propia.

Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

En los últimos meses de periodo 2016, la producción de aj páprika ha sido buena para exportadora ajinorte SAC se ha realizado compras buenas de acuerdo a lo necesitado, para poder completar los despachos correspondientes a los últimos meses del año.

**IV. Analizar de qué forma afecta los impuestos en la exportación a la empresa exportadora ajinorte S.A.C.**

De acuerdo con lo establecido por la ley la exportación no está fijada a el pago de algún tributo al momento de realizarla, a excepción del pago del impuesto general a las ventas, que se puede recuperar y el impuesto de la renta anual que se puede disminuir o pagar con el crédito fiscal generado, esto concluye que no genera ninguna desventaja a la empresa exportadora ajinorte S.A.C.

**V. Analizar si la empresa exportadora ajinorte S.A.C. se adecua a los impuestos aplicados a la exportación.**

La exportación de bienes en nuestro país no está afecta a ningún tributo. El servicio que presta la SUNAT en cuanto a la exportación es el de facilitar la salida al exterior de las mercancías, para mejorar nuestra competitividad y oferta exportable en la región. Esmás, existen dos beneficios tributarios a los cuales se pueden acoger las empresas exportadoras, la Devolución del IGV y el Drawback. El primero se tramita ante la SUNAT, y el segundo ante Aduanas, esto genera un beneficio para la empresa Ajinorte SAC y también a la competencia.

**VI. Demostrar cuán beneficioso son los TLC, para la exportación de ají páprika en la empresa exportadora ajinorte SAC.**

Los beneficios de estos tratados comerciales son muy beneficiosos, para el país y las empresas. Los principales mercados del mundo están abiertos, y millones de consumidores pueden conocer y disfrutar los productos y servicios que nuestro país produce y exporta. En efecto, uno de los beneficios de los acuerdos es la rebaja arancelaria en el país de la recepción, es decir, llegar a cero impuestos, es por ello que la páprika en caso de países como México, están destinadas a no pagar impuestos, esto genera una gran oportunidad para que ajinorte S.A.C. aproveche y pueda obtener niveles de envíos más altos y coger buenos precios.

A partir del 1 de mayo del 2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	A partir del 2025
20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	16,0	12,0	8,0	4,0	0,0

Tabla 23 Impuesto al Aj Páprika 2016

Elaboración: Propia.

Fuente: (MINCETUR, 2016)

**VII. Analizar de qué manera afectaría en sector informal en los precios de exportación, para exportadora ajinorte S.A.C.**

La informalidad es un tema que complica a los sectores de exportación, necesariamente no afecta directamente en el exterior, pero sí en origen con respecto al tema de la compra del producto y de la producción, los informales en el paprika normalmente compran el producto sin pagar un impuesto a las ventas sin factura, generalmente reducen sus costos de personal, debido a que trabajan con personal informal, sin pagar los beneficios establecidos por ley, todos estos puntos afectan al sector formal, generando costos más elevados que los informales y por ello teniendo precios más elevados.

**VIII. Analizar de qué manera la calidad del ají páprika, afecta los precios en el exterior, para la empresa exportadora ajinorte S.A.C.**

De acuerdo a los niveles de calidad de la producción del periodo 2016, estos fueron buenos, pero no necesariamente el precio en el exterior se ve afectado por la calidad, sino también por la sobrepoblación de producción oferta y demanda, en cuanto a la empresa ajinorte S.A.C., la calidad siempre ha sido un respaldo bueno, para poder obtener precios mejores que la competencia, pero conforme fue corriendo los meses del año los precios cayeron, por el tema de una sobre producción, es decir, otros países también salieron a vender con altos volúmenes de producto.

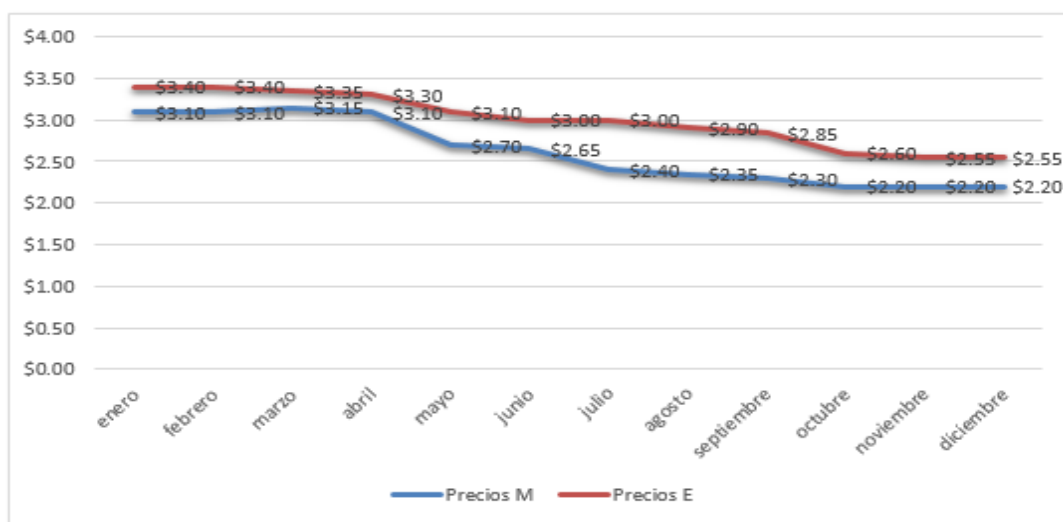


Tabla 24 Precios del Ají en el exterior periodo 2016

Elaboración: Propia.

Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)



Se observa que los precios han sido inestables en el periodo 2016, esto debido no al tipo de calidad, sino por la sobre producción de que se manifestó en nuestro país y por la entrada de paprika chino y producción interna en países importadores, los precios cayeron en México hasta 2.20 dólares y en EE. UU. 2.50 dólares.

**IX. Analizar si el entrapamiento de los trámites administrativos en la documentación comercial de exportación afecta a la empresa exportadora ajinorte S.A.C.**

Si, afecta de sobremanera los trámites burocráticos para la exportación, debido a que extiende los tiempos de agilización de documentación para ser remitida al receptor de la mercadería en destino, y su respectivo desaduanaje.

**X. Analizar si la empresa exportadora ajinorte S.A.C., cumple con los requisitos de etiquetado y embalaje de sus productos que exporta.**



EXPORTADOR	: EXPORTADORA AJINORTE S.A.C.
PRODUCTOR - EMPACADOR	: EXPORTADORA AJINORTE S.A.C.
PRODUCIDO Y ENVASADO POR	: EXPORTADORA AJINORTE S.A.C.
IMPORTADOR	: INDUSTRIA AGRICOLA DE OCCIDENTE S.A. DE C.V. TAX ID: R.F.C. IAO-020103-E94
DIRECCION	: JUAN SEBASTIAN BACH 4747-4 COL. PRADOS DE GUADALUPE C.P. 45030 ZAPOPAN JALISCO, MEXICO
NOMBRE DEL PRODUCTO	: PAPRIKA ENTERA
PESO BRUTO	: 11.95 KG.
PESO NETO	: 11.36 KG.
COSECHA	: 06-2016
LOTE N°	: AJN-2016-03
FECHA DE CADUCIDAD	: JUNIO 2017
ORIGEN	: PERÚ

**Descripción: CAJA P/PAPRIKA  
31.0 X 41.5 X 25.5**

Figura 20 Empaque y embalaje

Como se observa la empresa Ajinorte S.A.C., cuenta con el etiquetado y embalaje adecuado, para una buena presentación en la apariencia del producto y para un buen cuidado. Usualmente las cajas son selladas con cintas industriales que protegen a la caja.(AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

**XI. Demostrar que la empresa exportadora ajinorte S.A.C., cumple con las certificaciones de origen de sus productos, exigidos por sus clientes.**

Exportadora Ajinorte S.A.C., siempre cumple con este requisito principal, para el libramiento y acogimiento a los acuerdos comerciales de dichos países, que actúan en la compra y venta internacional. Los clientes siempre requieren este documento para la liberación de la mercadería y reducción de pagos de impuestos de importación en su país.

**ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL ENTRE LA REPÚBLICA DEL PERÚ Y LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
CERTIFICADO DE ORIGEN**


<b>1. Nombre y domicilio del exportador:</b> EXPORTADORA AJINORTE S.A.C. - AJINORTE SAC - P.J. G NRO. 114B URB. SAN FERNANDO LIMA PERU /Tel: - /Fax: - /joffre548@gmail.com		<b>Número del Certificado de Origen:</b> 2016-06-0086523	
<b>Número de Registro Fiscal:</b> BUC 20600860641		<b>3. Nombre y domicilio del importador:</b> INDUSTRIA AGRICOLA DE OCCIDENTE S.A. DE C.V. - JUAN SEBASTIAN BACH 4747 - 45030 ZAPOPAN JALISCO /Tel: 33 362 933 63	
<b>2. Nombre y domicilio del productor:</b> DISPONIBLE A SOLICITUD DE LA AUTORIDAD COMPETENTE		<b>Número de Registro Fiscal:</b> IAO-020103-E34	
<b>4. Factura(s)</b>	<b>5. Clasificación arancelaria</b>	<b>6. Descripción de la(s) mercancía(s)</b>	<b>7. Criterio de origen</b>
17/06/2016 001-000016	090421	AJÍ PAPRIKA.. 20,107.200 Kilogramo(s)	A
<b>8. Declaro bajo juramento que:</b> - La información contenida en este documento es verdadera y exacta. Estoy consciente de que seré responsable por cualquier descripción falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente declaración. - Las mercancías son originarias y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Acuerdo de Integración Comercial celebrado entre la República del Perú y los Estados Unidos Mexicanos, y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, de conformidad con los Artículos 4.16 y 4.17 del Acuerdo. - Este certificado se compone de 1 hojas, incluyendo todos sus anexos			
Firma: 		Empresa: EXPORTADORA AJINORTE S.A.C. - AJINORTE SAC	

Figura 21 Certificado de origen Exportadora Ají Norte S.A.C.

Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

**XII. Revisar de qué forma afecta la revisión física en puerto por parte de sector competente en los productos de la empresa exportadora ajinorte S.A.C.**

Para nuestros clientes la presentación del producto y el empaque es importante, es la primera impresión de producto comprado. En caso de exportadora ajinorte no hemos tenido algún problema aún, pero si estamos expuestos a tener algún reclamo por parte del cliente en cuanto a este tema y esto se debe a que en los puertos de nuestro país el tema de revisión física de la mercancía por parte de la aduana y de la policía aduanera es mala, en el sentido de que al momento de realizar el procedimiento, tienen personal que realizan malas prácticas en la revisiones, tienen a tirar, ensuciar, romper, desordenar las cajas del producto y luego devolverlas al contenedor en malas condiciones, generando en destino un posible desagrado del cliente.

**XIII. Analizar si la variabilidad de los precios en el exterior del ají páprika afecta a la empresa exportadora ajinorte S.A.C.**

En la exportación en tema de los precios generalmente es muy volátil, y en su naturaleza si causa un efecto negativo en las exportaciones, en cuanto a la empresa ajinorte S.A.C., el tema de los precios ha generado dificultad para vender en los últimos meses, pero hemos sabido salir de esto gracias a los contratos cerrados con anticipación.

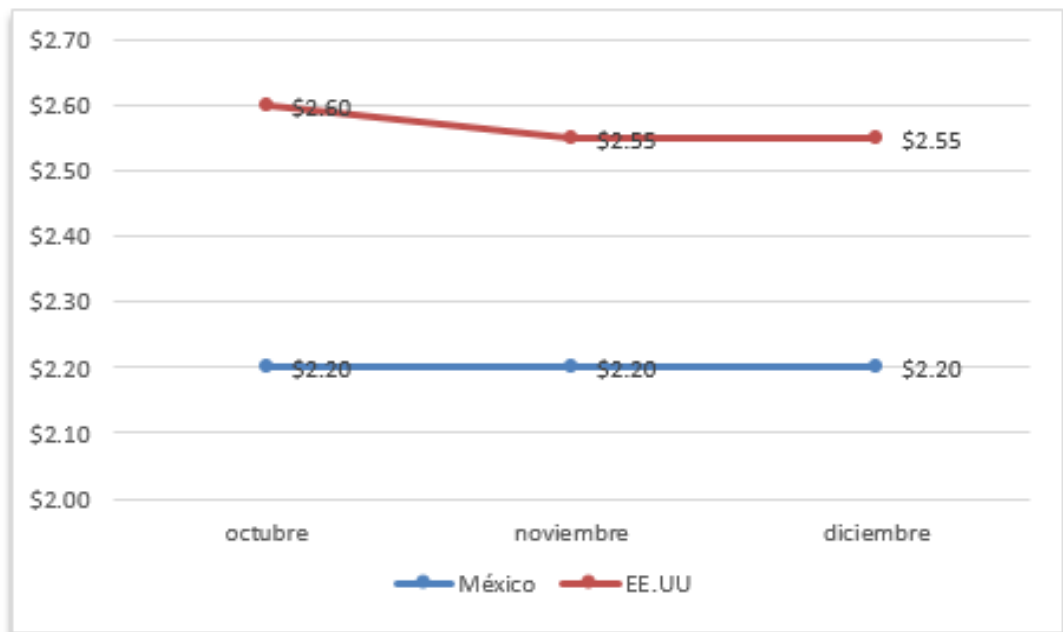


Tabla 25 Precios de ají páprika a finales 2016

Tabla 25: Precios de Ají páprika en exterior a finales 2016

Elaboración: Propia.

Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

Observamos que los precios en los últimos meses cerraron a la baja, por el ingreso de la paprika china a distintos mercados y la producción de interna de los países importadores.

**XIV. Analizar si la empresa exportadora ajinorte S.A.C. se adecua a los precios de sus competidores en el mercado exterior.**

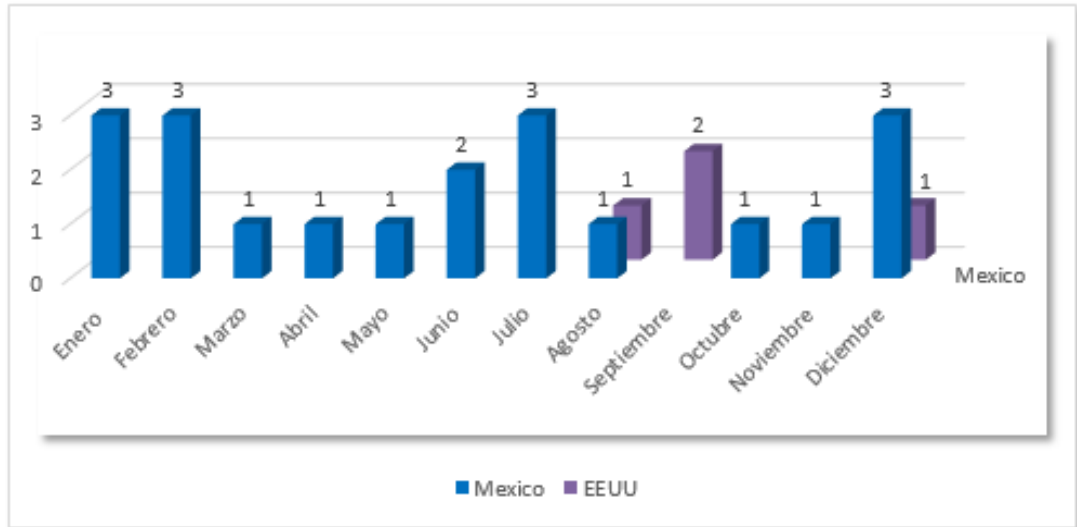
La empresa Ajinorte S.A.C., naturalmente siempre tenemos la estrategia de mantener un buen stock cuando el producto está en bajo precio, para luego poder competir con las demás empresas, nos dedicamos a analizar el mercado con precios o comportamientos del mercado con respecto al año anterior observamos la tendencia de crecimiento y analizar la ventana comercial, es decir, analizar en qué tiempo podemos vender a buen precio, con respecto al resto.

**XV. Analizar de qué manera es favorable la reducción de impuestos a la importación de ají páprika en los países destinos, para la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.**

Normalmente los tratados de libre comercio ayudan a minimizar los impuestos arancelarios para generar una ventaja de ingreso de los productos exportados, para la empresa Ajinorte S.A.C. sería ventajosa esta reducción en muchos aspectos, uno de ellos sería que los niveles de envíos aumentarían la proyección de ventas se incrementaría positivamente, otra oportunidad se observaría en los precios, tendríamos una buena estabilidad y una subida de estos.

**XVI. Analizar si la empresa exportadora ajinorte S.A.C. cumple con los niveles de demanda de sus clientes.**

La empresa Ajinorte S.A.C. siempre se ha mantenido firme con los pedidos realizados por los clientes, es decir, ha cumplido con lo requerido en el tema de volúmenes y calidad, durante el periodo del 2016 ha podido despachar 24 contenedores en total, para México y EE. UU.



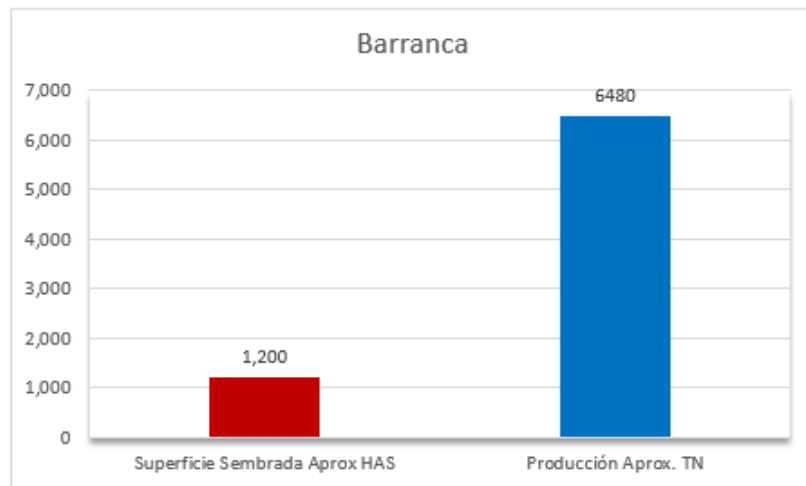
Elaboración: Propia. Fuente: (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

Tabla 26 Despacho de contenedores 2016 Exportadora Ají Norte SAC.

Observamos que, durante el 2016, los envíos al exterior han sido 24 contenedores, ha exportado alrededor de más de 470 toneladas para México y EE. UU., cumplido con los pedidos de los clientes.

**XVII. Es favorable para la empresa exportadora ajinorte S.A.C., que las has sembradas en la zona se hallan incrementado.**

Es favorable para Ajinorte S.A.C. en el sentido de que la producción de páprika es mayor hay más probabilidades de hacer compras grandes y también la campaña de cosecha ser más amplia favoreciendo a no salir a buscar producto fuera de la zona. La disponibilidad de mayores volúmenes y el tiempo sirven de mucha ayuda.



Elaboración: Propia.

Fuente: (MINAG, 2015-2016)

Tabla 27 Superficie sembradas de HAS de Aj Páprika en el periodo 2016

Como se puede apreciar la superficie de siembra en barranca ha aumentado y esto ha generado una ventaja para poder adquirir más producto durante la campaña, la producción aproximadamente ha sido de 6,480 mil toneladas.

**XVIII. Analizar cuan beneficioso es para Exportadora Ajinorte S.A.C. contar con cosechas del producto durante todo el año.**

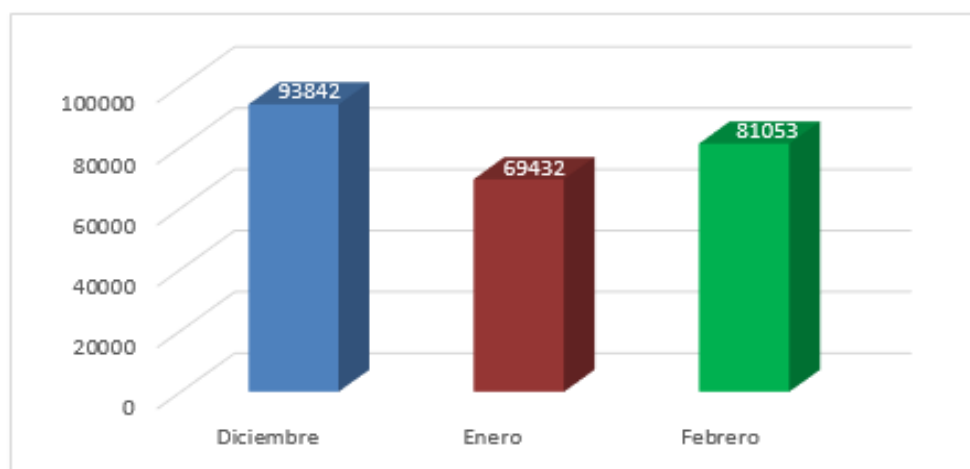
Tener el producto todo el año es una ventaja única para poder disponerte de ají páprika siempre y poder vender al exterior todo el periodo, resulta beneficioso en el punto que nuestras ventas serán continuas y estaremos compitiendo todo el tiempo, aprovechar la venta comercial de los primeros meses del año nos brinda la ventaja de poder coger buenos precios.

**XIX. Analizar si la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C. se nivela con los despachos de la competencia.**

Exportadora Ajinorte S.A.C. usualmente siempre trabaja con un sistema que se basa en pedidos de sus respectivos clientes, por ser una empresa prácticamente virgen en este rubro, frente a otras empresas con más años de experiencia y que manejan una cartera de clientes más amplias, la empresa está dispuesta a competir con nuevas estrategias basadas en calidad y tiempo de entrega. Los despachos de Ajinorte siempre están adecuadas a la competencia en ocasiones se ha trabajado en conjunto con otra empresa, para poder cubrir despachos a tiempo.

**XX. Exportadora Ajinorte S.A.C. cuenta con altos volúmenes de producción, frente a una posible escases del producto.**

Ajinorte S.A.C., naturalmente realiza compras grandes en los primeros meses por que la demanda suele ser un poco mayor y agiliza más el mercado, la competencia suele hacer lo mismo y es por ello por lo que se opta por esa alternativa.



**Elaboración: Propia. Fuente:** (AJINORTE, AJINORTE SAC, 2016)

Tabla 28 Compra primeros meses del 2016

De acuerdo con el siguiente cuadro los meses que se realizan las compras más altas son de diciembre, enero y febrero. En el mes de diciembre hacia delante da inicio la campaña de la zona, es por ello por lo que aprovechamos en cubrir todo nuestro almacén, para trabajar continuamente y aprovechar los buenos precios.

## CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Las hipótesis propuestas son en qué medida progreso la producción de ají paprika en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C. y de qué manera influye los certificados sanitarios y técnicos en la exportación de ají paprika.

En el desarrollo del Marco Teórico se ha presentado documentos e información acerca de las especificaciones sanitarias y técnicas en la exportación, además de términos logísticos, incoterms y otros aspectos para la exportación, en donde se puede observar que hay una facilidad y agilidad en los procesos de exportación, Además de presentar teorías respectivas que señalan sobre el estudio de mercado y de las exportaciones. En los resultados se aprecia que las exportaciones de Ají Páprika han presentado un crecimiento favorable en para Exportadora Ajinorte S.A. C.

Además, con respecto a dichos autores, según Sánchez, (2014), lo precios en el exterior del Ají Páprika tienen tendencia a subir y que los envíos no tienen una tendencia a no subir, de acuerdo con lo analizado se concluyó que los precios de Ají Páprika vienen manteniéndose con precios altos y otros bajos y los envíos han crecido con respecto a México y EE. UU., con respecto a España la tendencia sigue a mantenerse.

De acuerdo con lo que manifiesta Garavito, 2015 que el mercado de Ají Páprika en el 2010 hacia adelante va a tener un crecimiento dinámico en las exportaciones a México y EE. UU. y así mismo un incremento en las siembras, es muy cierto, en los últimos años el Perú ha logrado obtener buenas participaciones en dichos mercados. Los niveles de envíos han progresado con una dinámica muy buena con respecto a años atrás, los mercados como México y EE. UU. son los principales hasta la actualidad. Por otro lado, la superficie de siembra en el Perú ha aumentado según datos del Minagri, siendo Lima, La Libertad, Lambayeque las zonas con más crecimiento.

Según Angélica, 2010 las exportaciones hacia Estados Unidos deben de alcanzar mejores niveles los próximos años, ya que es un país que tiene una demanda buena y además mantiene precios buenos. Analizamos esta situación y estamos en total acuerdo con respecto a los niveles de exportados que han evolucionado continuamente, pero en el tema de los precios no se han mantenido del todo optimista, es decir, hay temporadas a inicio del año que se tiene buenos precios, pero luego los precios van cayendo, debido a la salida de otros países.



En cuanto a lo analizado por Bioersity International, 2014, que los cultivos de ajíes nativos adolecen de muchas cosas, como la falta de compromiso del gobierno, para asesoramientos a los agricultores de cada región, problemas de financiación, normativas y otros aspectos más son totalmente válidos, en las zonas de producción hay muchos productores que no saben controlar los niveles de fumigación, por falta de asesoramiento del sector competente, no están informados de los bajos niveles de pesticidas que exigen los mercados internacionales. Por otro lado, también adolecen de un apoyo financiero para sus siembras y cosechas y otras cosas más.

Con respecto a lo mencionado por Pro Chile, 2007 concluye que los datos exportados en verduras en dicho año a EE.UU., ellos se ubicaban en el tercer lugar y que han alcanzado en competencia a China y México por el tema del empleo en tecnologías a sus procesos y estándares sanitarios. De acuerdo con nuestro análisis en los últimos años el Perú se ha ubicado en el tercer lugar en exportar ají páprika a EE. UU. Hemos logrado superar sus envíos, congeniamos en la misma decisión con respecto al tema de que sus tecnologías en sus procesos sean mejores y estén cada vez mejorando el sistema sanitario con certificados de calidad.

Según Luna, 2014, Guatemala es un país prestigioso para la producción de vegetales y otros, además se dedican a controlar, registrar y describir el proceso de producción de semilla, para asegurar la calidad y pureza, estamos de acuerdo con lo dicho Guatemala, es un país con tierras muy atractivas por su calidad de clima y además es muy importante mantener en una siembra el control y registro, para asegurar una cosecha buena.

Entonces se concluye, que con respecto a los gráficos y tablas expuestas en el presente trabajo se determinó que para la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C., el periodo 2016 ha sido un año muy favorable, ya que se ha permitido introducir en el mercado exterior de forma positiva, obteniendo niveles de ventas buenos con respecto a dicho año, además se ha visto un comportamiento positivo por parte de las campañas de ají páprika en las zonas del país, se ha destinado compras en volúmenes y calidad con respecto a los pedidos destinados, con respecto a todo lo desarrollado, Exportadora Ajinorte S.A.C., ha tenido una buena época permitiendo quedar bien con los clientes y fidelizándolos para el próximo año.

## CONCLUSIONES

- 1- En la presente investigación se ha determinado que el mercado de México constituye una oportunidad de negocio para las exportaciones de Páprika seco entero para el año 2016 en la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C.
- 2- La producción nacional de Ají Páprika a nivel nacional en el Perú, en calidad y precios, se muestra una oportunidad para México y Estados Unidos, debido a que no existe estacionalidad de producción, como en los demás países de América que proveen de Páprika a México y EE. UU. (principales consumidores de Ají Páprika).
- 3- La aceptación en la exportación de ají páprika seco (*capsicum annum*) al mercado de México es positiva, ya que se manifiesta que el producto va cumpliendo con los requerimientos de calidad necesarios para su exportación, además no se tiene restricción.
- 4- Exportadora Ají Norte S.A.C., cumple con los requerimientos de calidad, que exige el mercado mexicano y EE. UU.
- 5- Para la empresa, el aforo físico bajo una mala praxis afecta la presentación del producto final ante el cliente, generando pérdidas económicas de ser el caso.
- 6- El Perú es probablemente el país con más diversidad nativa de *Capsicum* cultivado en el mundo. El género *Capsicum*, incluye un promedio de 25 especies y tiene su centro de origen en las regiones tropicales y subtropicales de América.
- 7- En lo referente a la presentación del producto, esta se realizará en cajas de cartón con un peso neto de 11,34 kgs de ají Páprika seco; debidamente etiquetado.
- 8- La demanda insatisfecha en temas de calidad que el mercado mexicano y americano posee en contraste con la oferta que Perú brinda y el crecimiento económico de este país, son factores que ayudaron a determinar y a seleccionar el mercado meta para la empresa Exportadora Ajinorte S.A.C. México y EE. UU. se encuentran como los primeros consumidores de Páprika a nivel mundial.
- 9- Exportadora Ajinorte S.A.C., siendo una empresa nueva en el mercado de la exportación de Páprika, se adapta a la exigente competencia tanto nacional como internacional, con un sofisticado sistema de trabajo, aplicando las 5s en todas las áreas de la organización.
- 10- La empresa cumple con requisitos de certificación técnica y fitosanitarias, para la respectiva exportación del producto final.
- 11- Exportadora Ají Norte S.A.C., hace frente a la falta de efectividad en la generación y aprobación, por parte de la entidad correspondiente, de las respectivas certificaciones para la exportación del producto final.

## RECOMENDACIONES

- 1- Para un desenvolvimiento futuro y expansión del segmento de mercado exportable, es necesario contar con certificaciones, tales como OSHAS, ISOS, entre otras.
- 2- Exportadora Ajinorte S.A.C., debería de implementar SSOMA en el área de Seguridad Industrial.
- 3- Participar de manera activa (ponentes), en las diferentes ferias agroindustriales tanto nacional como internacional, para agrandar la cartera de clientes, y afianzar otras líneas de negocio.
- 4- Referente a lo logístico, trabajar con varios agentes logísticos, de tal manera nos ayudará a ver los canales de distribución con los cuales trabajar y las barreras que tendremos que derrotar para lograr una exportación exitosa.
- 5- Fortalecer el plan de Marketing, para consolidar la fidelidad de los clientes.

## REFERENCIAS

- AJINORTE, E. (2017). BARRANCA.
- AJINORTESAC, E. (2016). *BL*. BARRANCA.
- AJINORTESAC, E. (2016). *DUA*. BARRANCA.
- Angelica, Q. C. (2010). *Plan de exportacion de la páprika a EEUU*. Lima.
- Bioversity International. (2014). <https://www.bioversityinternational.org/>. Obtenido de <https://www.bioversityinternational.org/>: <https://www.bioversityinternational.org/>
- Cóndor Sánchez, E. F. (2014). *Exportación de ají páprika al mercado español 2003 - 2013*. LIMA.
- Correa, A. P. (2013). *Generalidades de Comercio Internacional*. Medellín: Centro Editorial Esumer.
- EDUARD, B. C. (2015). *ESTUDIO DE VIABILIDAD COMERCIAL*. Pimentel: Uss.
- GARAVITO, C. (2015). *PERFIL DEL MERCADO DE AJI PAPRIKA EN EL PERU*. PIURA.
- Greco, O. (2005). *Comercio Exterior*. Florida: Valletta Ediciones.
- Márquez, A. E. (2011). *Comercio y marketing internacional*. San Fé: CENGAGE Learning.
- Minagri. (2017). Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>
- Minagri. (2017). *Minagri*. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>
- Mincetur. (abril de 2011). *Mincetur*. Obtenido de [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=75&Itemid=98](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=75&Itemid=98)
- MINCETUR. (JUEVES de JULIO de 2016). Obtenido de MINCETUR : [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/cartillas\\_productos/PDF/MEXICO\\_CARTILLA\\_EXPORTACION\\_PAPIKRA\\_07072016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/cartillas_productos/PDF/MEXICO_CARTILLA_EXPORTACION_PAPIKRA_07072016.pdf)
- Nelson, C. A. (2010). *Manual de Importaciones y Exportaciones*. Santa Fe: McGraw-Hill España.
- PRO CHILE. (2007). <http://www.prochile.gob.cl/?s=aji%20paprka>. Obtenido de <http://www.prochile.gob.cl/?s=aji%20paprka>: <http://www.prochile.gob.cl/?s=aji%20paprka>

PROCOMER. (JULIO de 2014). *PROCOMER*. Obtenido de PROCOMER:

<https://www.procomer.com/uploads/downloads/2ce4726ece975be905a7f0276f6d9e505321c441.pdf>

PROMPERÚ. (DICIEMBRE de 2012). Obtenido de SIICEX:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>

PROMPEX. (2010). Obtenido de

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=745FEC42-9A2E-4370-90AC-E96E1B51A55D.PDF>

PROMPEX. (2016). *PROMPEX*. Obtenido de PROMPEX:

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

Rodriguez, C. H. (2012). *Comercio Internacional*. Tlalnepantla: RED TERCER MILENIO.

SENASA. (2017). *SENASA*. Obtenido de SENASA:

<https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>

SIICEX. (10 de FEBRERO de 2015). *SICCEX*. Obtenido de SICCEX:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/178pdf2015Feb10.pdf>

SIICEX. (10 de FEBRERO de 2015). *SIICEX*. Obtenido de SIICEX:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/178pdf2015Feb10.pdf>

SIICEX. (2016). Obtenido de

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

Sunat. (19 de junio de 2007). *Sunat*. Obtenido de

<http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/comoFunciona.htm>

Sunat. (27 de Junio de 2008). *Sunat*. Obtenido de Sunat:

<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/cartillasorientacion/cartillasProcedim/dSexpo.pdf>

Sunat. (junio de 27 de 2008). *Sunat*. Obtenido de

<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/cartillasorientacion/cartillasProcedim/tr01Exte.pdf>

Sunat. (17 de Marzo de 2009). *Sunat*. Obtenido de Sunat:

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>

Sunat. (20 de Marzo de 2009). *Sunat*. Obtenido de

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exTemporal/procGeneral/despa-pg.05.htm>

Sunat. (s.f.). *aduanet*. Obtenido de aduanet:

<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=904221000>

Tesis PUCP, C. N. (2016). *Planeamiento Estratégico para la empresa Agrícola Rio Grande SAC*.

LIMA: Editorial PUCP.

Tesis UPN, S. C. (2014). *OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL MERCADO DE ESTADOS*

*UNIDOS*. trujillo: UPN.

Víctor, F. V. (2011). *Negocios internacionales*. Mi: Editorial Alba S.A.

Villalobos, T. L. (2006). *Fundamentos de Comercio Exterior*. Ciudad de Mexico: Editorial Miguel

Ángel Porrúa.

XXI, S. S. (2009). *Cuadernos para Emprendedores y Empresarios (Comercio Exterior)*. Sevilla: El

Cid Editor.