

FACULTAD DE

NEGOCIOS



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“CALIFICAR LA OFERTA EXPORTABLE DE CONSERVAS
DE CABALLA DE LA EMPRESA INVERSIONES MARKELLY
SAC DE CHIMBOTE PARA EL MERCADO DE MADRID”,
Trujillo 2019.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Br. Ascate Polo, Wilson Roberto
Br. Méndez Segura, Sergio Enrique

Asesor:

Luis Alfredo Mantilla Rodríguez

Trujillo – Perú
2019

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme realizar cada uno de mis objetivos. Entre ellos, el terminar satisfactoriamente la carrera.

A mis padres y Hermanos, por el respaldo y confianza que me dan día a día, al mostrarme su apoyo en cada momento con sus consejos.

Wilson Roberto Ascate Polo

A mis padres, por esforzarse siempre y dar lo mejor de ellos por hacer de mí, una mejor persona cada día.

Sergio Enrique Méndez Segura

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por permitirnos estar en estas instancias de nuestras vidas y permitirnos lograr nuestros objetivos tanto como estudiantes y como personas.

A nuestros padres y hermanos por siempre estar con nosotros, y brindarnos su apoyo.

A nuestros docentes de la Universidad Privada del Norte, que a lo largo de nuestra carrera nos brindaron los conocimientos necesarios

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO	2
ÍNDICE DE TABLAS.....	4
INDICE DE FIGURAS	5
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	8
1.1. Realidad Problemática.....	8
1.2. Formulación del problema	19
1.3. Objetivos	19
1.4. Hipótesis	19
1.4.1. Hipótesis General.....	19
1.4.2. Hipótesis Específica.....	20
CAPITULO II: METODOLOGÍA.....	21
2.1. Tipo de investigación	21
2.2. Población y Muestra.....	21
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	21
2.4. Procedimiento	22
CAPITULO III: RESULTADOS	23
Objetivo Específico I: Determinar la capacidad de producción de Markelly SAC, frente a la capacidad de producción requerida por el mercado de Madrid, España.....	23
Objetivo Específico II: Determinar la capacidad Financiera de Markelly SAC, frente a la capacidad de Financiera requerida por el mercado de Madrid, España.....	26
Objetivo Específico III: Determinar la capacidad de Gestión de Markelly SAC, frente a la capacidad de Gestión requerida por el mercado de Madrid, España	29
CAPITULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	41
4.1. Discusión	41
4.2. Conclusiones.....	43
REFERENCIAS.....	44
ANEXOS	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Matriz de selección de mercados</i>	11
Tabla 2: <i>Calificación del mercado objetivo</i>	12
Tabla 3: <i>Valoración</i>	12
Tabla 4: <i>Selección de Mercado</i>	12
Tabla 5: <i>Selección ciudad de Madrid</i>	13
Tabla 6: <i>Generalidades de la caballa</i>	18
Tabla 7: <i>Información Nutricional</i>	18
Tabla 8: <i>Partida Arancelaria</i>	18
Tabla 9: <i>Importaciones</i>	23
Tabla 10: <i>Exportaciones</i>	23
Tabla 11: <i>Producción Anual</i>	24
Tabla 12: <i>Estacionalidad Demandada</i>	24
Tabla 13: <i>Estacionalidad Ofertada</i>	25
Tabla 14: <i>Principales Empresas Importadoras</i>	25
Tabla 15: <i>Entrevista</i>	27
Tabla 16: <i>Datos Financieros de la Empresa</i>	27
Tabla 17: <i>Capacidad Economica de la Empresa</i>	28
Tabla 18: <i>Situación financiera de la empresa.</i>	28
Tabla 19: <i>Precios de la caballa</i>	29
Tabla 20: <i>Certificaciones obtenidas, o en proceso de obtención de la empresa.</i>	31
Tabla 21: <i>Siendo la caballa una especie de temporadas, ¿La empresa mantiene una preservación de la especie?</i>	34
Tabla 22: <i>¿La empresa cuenta con sistemas que le ayudan a mejorar continuamente la calidad de los productos?</i>	35
Tabla 23: <i>¿La empresa cuenta con una buena atención al cliente?</i>	36
Tabla 24: <i>¿Constantemente está en la búsqueda de nuevos nichos de mercado para su producto?</i>	37
Tabla 25: <i>¿Considera que la empresa cuenta con la infraestructura y maquinaria necesaria para la exportación hacia España?</i>	38
Tabla 26: <i>¿Se preocupa por el desarrollo de sus colaboradores?</i>	39
Tabla 27: <i>¿Tiene conocimiento sobre el Direccionamiento Estratégico actual de la empresa (Conoce la Misión, Visión y Objetivos)?</i>	40
Tabla 28: <i>Ficha de recojo de datos</i>	47
Tabla 29: <i>Operacionalización de Variables</i>	51
Tabla 30: <i>Matriz de Consistencia</i>	52

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Precio de Conserva de Caballa en Madrid España</i>	29
Figura 2: Siendo la caballa una especie de temporadas, ¿La empresa mantiene una preservación de la especie?	34
Figura 3: ¿La empresa cuenta con sistemas que le ayudan a mejorar continuamente la calidad de los productos?	35
Figura 4: ¿La empresa cuenta con una buena atención al cliente?	36
Figura 5: ¿Constantemente está en la búsqueda de nuevos nichos de mercado para su producto?	37
Figura 6: ¿Considera que la empresa cuenta con la infraestructura y maquinaria necesaria para la exportación hacia España?	38
Figura 7: ¿Se preocupa por el desarrollo de sus colaboradores?	39
Figura 8: ¿Tiene conocimiento sobre el Direccionamiento Estratégico actual de la empresa (Conoce la Misión, Visión y Objetivos)?	40

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se ha realizado en la empresa Inversiones Markelly S.A.C, en su planta ubicada en Chimbote, en el departamento de Ancash y se ha trabajado respecto a uno de sus productos principales que es la conserva de filete de caballa.

Con este estudio se busca calificar la oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote para el mercado de Madrid, España. Con productos de gran calidad, buscando propiciar ambiente laboral adecuado y cumpliendo con todos los requisitos nacionales e internacionales que le permitirían comercializar su producto hacia el mercado europeo.

Para entender el significado de oferta exportable y como esto nos puede servir para analizar las exportaciones, es de vital importancia, identificar y conocer cada concepto que tiene la empresa sobre distintos factores (Capacidad de Producción, Gestión y Económica).

Se realizó un análisis de las exportaciones totales de conservas en Perú, identificando como principales zonas de producción, Tumbes, Piura y Chimbote.

Además, un ranking de los principales países productores de conservas de caballa, así como aquellos principales mercados a donde Perú exporta las conservas de filete de caballa, siendo Panamá, Colombia y España los lugares de mayor demanda del producto; identificando las principales barreras de comercio hacia el mercado europeo.

Aplicamos una entrevista a un funcionario de la empresa Inversiones Markelly S.A.C, en donde se formularon interrogantes referidas a su capacidad instalada, bienestar en el trabajo, certificaciones internacionales y conocimiento sobre las principales barreras de comercio exterior que se tendrían que afrontar frente a una posibilidad de exportación hacia el mercado europeo.

Tras el análisis de toda la información recopilada y evaluada, se determina que en la empresa Inversiones Markelly S.A.C, a pesar de no contar con la oferta exportable adecuada, por presentar carencias en su capacidad de gestión, existe posibilidad de lograr la exportación de conservas de filete de caballa hacia el mercado Español. Pues se debería poner más atención en el tema de gestión y lo que abarca, como estrategias de internacionalización.

Palabras Clave: oferta exportable, exportación, barreras comerciales, capacidad instalada.

ABSTRACT

This research work has been carried out in the company Inversiones Markelly S.A.C, in its plant located in Chimbote, in the department of Ancash and has worked on one of its main products that is the canned of mackerel fillet.

This study seeks to qualify the exportable supply of canned mackerel from the company Inversiones Markelly SAC de Chimbote for the market in Madrid, Spain. With high quality products, seeking to provide adequate work environment and meeting all national and international requirements that would allow you to market your product to the European market.

To understand the meaning of exportable supply and how this can help us to analyze exports, it is vitally important to identify and know each concept that the company has about different factors (Production, Management and Economic Capacity).

An analysis of total canned exports in Peru was carried out, identifying as main production areas, Tumbes, Piura and Chimbote.

In addition, a ranking of the main producing countries of canned mackerel, as well as those main markets where Peru exports canned mackerel fillets, being Panama, Colombia and Spain the places of greatest demand for the product; identifying the main trade barriers to the European market.

We applied an interview to an official of Inversiones Markelly SAC, where questions were asked regarding their installed capacity, well-being at work, international certifications and knowledge about the main foreign trade barriers that would have to be faced in the face of a possibility of Export to the European market.

After the analysis of all the information collected and evaluated, it is determined that in the company Markelly SAC Investments, in spite of not having the appropriate exportable offer, for presenting deficiencies in its management capacity, there is the possibility of achieving the export of canned food. Mackerel fillet towards the Spanish market. Well, more attention should be paid to the issue of management and what it covers, such as internationalization strategies.

Keywords: exportable offer, export, trade barriers, installed capacity.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

El consumo mundial de pescado per cápita ha superado los 20 kilogramos anuales, gracias a los mayores suministros procedentes de la acuicultura y a la fortaleza de la demanda, las capturas récord de algunas especies clave y la reducción de los desperdicios. FAO (2016) Entre los meses de febrero y mayo, la caballa surca las aguas y las mesas de muchos hogares. Es uno de los pescados más consumidos en España, sin duda. Durante el invierno aguarda sin alimentarse en el fondo de mares y océanos. Cuando llega la primavera, vuelve a la superficie en busca de alimento. Habitan todas las aguas ibéricas, pero son especialmente populares en la costa sur atlántica.

En los últimos años, la pesca para consumo ha ido creciendo significativamente y la información sobre su gran aporte nutricional en nuestro día a día se está dando a conocer con la finalidad de potenciar su crecimiento en el mercado.

La caballa es una de las especies que mayor crecimiento tiene en cuanto a su comercialización y actualmente abunda en el litoral peruano. En el año 2016, hasta inicio de diciembre se habían extraído más de 80,000 toneladas de caballa, llegando incluso a los 110,000 incluyendo lo pescado por la flota artesanal según la Sociedad Nacional de Pesquería. Según el Instituto Nacional de estadística e informática. INEI (2015), el sector pesca ha crecido 20.85%, impulsado principalmente por la captura de caballa. Este incremento también abarcó el aumento en especies para consumo fresco en 8.77%, destacando la caballa, bonito, liza, jurel, entre otros.

La Oferta Exportable tiene el propósito de lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales. Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados. Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio. Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores. PROMPERU (2003).

Según cifras de ADEX (2015). La exportación pesquera total en el primer bimestre del año sumó US\$ 644.59 millones, 92.8% más en relación al mismo periodo del 2016, por los mayores despachos de harina de pescado. La pesca primaria creció en 137.8% y la no tradicional subió 35.6%. La elaboración de una propuesta por parte de la vicepresidenta de la SNP que permita ayudar a las empresas pesqueras para diversificar su producción, ayudará a producir mayor variedad de productos y de mano con el estado, han realizado actividades para promover el consumo de dichas especies.

Actualmente, la obtención de esta especie se ha visto apoyada gracias al soporte que el estado está dando a las empresas pesqueras. Por esto, el estado autorizó, pescas exploratorias que permitan mayor extracción de esta especie, sin dañar su reproducción; bajo resolución ministerial N° 369-2016-PRODUCE.

El presidente de ADEX, menciona que a pesar de que el año 2016 se cerró con una caída del 8%, los productos como la anchoveta y caballa, serán claves para superar dichos efectos del cambio climático y comercialización; además que el gobierno ayudara al posicionamiento de la oferta peruana en el exterior, con la finalidad de no solo recuperarse sino además de lograr crecimiento pleno. ADEX (2016)

Es por ello, que a través de la Feria Expo alimentaria, se identificaran compradores internacionales y de gran potencial para lograr dicha recuperación en el sector pesquero.

El sector pesquero peruano, va registrando aumentos consecutivos en los últimos meses del 2016, siendo el último incremento de 41.96%, de los cuales 28,92% pertenece a especies como la caballa, anchoveta, pota y otros peces para productos enlatados

La caballa como pez, es considerada de vital importancia para el rubro pesquero del Perú. Se encuentra ubicado en el tercer puesto entre las especies marinas de mayor importancia pesquera. INEI (2015)

A nivel mundial, los principales países exportadores de caballa son China, Tailandia y Dinamarca. (SIICEX, 2016). En Sudamérica, Ecuador es el productor más grande de conservas de caballa y posee una producción valorada en 3.319 millones de dólares en todo el 2016. Mientras, que Perú posee antecedentes en cuanto a exportaciones de conservas de caballa; siendo su principal importador Panamá, con 341 millones de dólares exportados.

El problema que actualmente existe es la falta de valor que se le da a la gran diversidad de especies provenientes del mar peruano. Se caracteriza por la falta de conocimiento de nuestra comunidad sobre dicha variedad que poseemos, por desinterés de estos por investigar y por falta de promoción del estado por promover su consumo.

Poseer este recurso natural marítimo en gran volumen y variedad fortalece los indicadores económicos del sector y todos los proyectos relacionados, ello embarca la participación en el mercado comercial internacional. Teniendo un impacto positivo ya que la caballa puede empoderarse del mercado pesquero y volverse fuente de grandes ingresos para el país, debido a su gran sabor y calidad nutricional. Si habláramos del mercado nacional, solo logrando que la gente conozca las grandes bondades de este pescado, se aumentaría el consumo nacional pero si nos proyectamos a cosas aún mayores, hablando de mercado extranjeros, la caballa podría significar fuente importante de ingresos para el país. ONERN (2016)

Lo antes expuesto es un factor motivador para realizar la presente investigación y dar a conocer que dentro de todos los recursos que tenemos en Perú, en específico en la pesca aun no son aprovechados, así mismo incentiva en que algún futuro exista la exportación a mayor escala de estos recursos a distintos países que beneficiara al mercado peruano.

Se seleccionó el mercado de España, debido a que, después de un análisis de distintos indicadores, resultada tener un ambiente propicio para le exportación de conservas de caballa. España es el 7 mayor importador de conservas de caballa en el mundo. Se seleccionó España pues, está entre los tres mejores PBI per cápita, entre Francia y Noruega. Por otro lado, a pesar de no ser el de mayor PBI, importa mayor cantidad de conservas de caballa que noruega, y muy cerca a la cantidad importada por Francia; siendo en el 2017 unos de los mejores valores en miles USD en importación de conservas de caballa.

Tabla 1: Matriz de selección de mercados

	Francia	España	Tailandia	Noruega	Jamaica
Puesto en los principales países importadores de conservas de caballa	6	7	8	9	10
Principales países proveedores	Portugal (93,3%)	Cabo Verde (38%)	Vietnam (74,1%)	Suecia (90,7%)	Tailandia (63,6%)
	Marruecos (2,6%)	Portugal (23,7%)	China (13,2%)	Polonia (5,2%)	Chile (26,2%)
	Países Bajos (1,8%)	Marruecos (17,8%)	Malasia (12,3%)	Reino Unido (3,8%)	China (6,3%)
Cantidad importada de conservas de caballa (Toneladas), Promedio Mensual	6,615	6,162	12,004	4,065	6,317
Valor importado de conservas de caballa en el 2017 (miles de USD)	35,218	28,709	25,713	23,586	13,758
Doing Business	31	28	26	8	70
PBI per Cápita (USD)	38,476.70	28,156.80	6,593.80	75,504.60	5,109.60
Salario Promedio (USD)	49,124	39,656		44,164	
Salario Mínimo (USD)	1741,02	997,56	224,61	71,96	160,77
Esperanza de vida	82	83	75	83	76

Fuente: Datos Macros y TradeMap

Elaboración: Propia

Tabla 2: Calificación del mercado objetivo

FACTORES	PONDERADO	FRANCIA		ESPAÑA		TAILANDIA		NORUEGA		JAMAICA	
		PUNTAJE	TOTAL	PUNTAJE	TOTAL	PUNTAJE	TOTAL	PUNTAJE	TOTAL	PUNTAJE	TOTAL
PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES	30%	2	0.6	5	1.5	2	0.6	2	0.6	2	0.6
CANTIDAD IMPORTADA (TN)	15%	4	0.6	4	0.6	5	0.75	2	0.3	4	0.6
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	15%	3	0.45	3	0.45	3	0.45	5	0.75	2	0.3
SALARIO MINIMO	18%	4	0.72	4	0.72	4	0.72	4	0.72	2	0.36
PBI PER CAPITA	22%	3	0.66	3	0.66	2	0.44	4	0.88	3	0.66
TOTAL	100%	16	3.03	19	3.93	16	2.96	17	3.25	13	2.52

Elaboración propia

Tabla 3: Valoración

VALORACION	
MUY MALO	1
MALO	2
REGULAR	3
BUENO	4
MUY BUENO	5

Tabla 4: Selección de Mercado

PAISES	ATRACCION	COMPETITIVIDAD	PUNTUACION
PAIS ESPAÑA	5	3.93	19
PAIS NORUEGA	4	3.25	17
PAIS FRANCIA	3	3.03	16
PAIS TAILANDIA	2	2.96	16
PAIS JAMAICA	1	2.52	13

Elaboración propia

Se realizó el análisis para determinar qué ciudad de Madrid era la adecuada para realizar la investigación en proceso, tras el cual, el mercado de Madrid-España quedo seleccionado debido a los resultados en las comparativas con otras ciudades.

Madrid resulta estar entre las mejores cantidades de importaciones respecto al porcentaje del PBI del país, lo cual respecta que, si esta ciudad se encuentra entre los mejores destinos de importaciones, tanto por el % de importaciones, como en la variación de aumento en comparación con el año pasado.

Tabla 5: Selección ciudad de Madrid

CIUDAD	IMPORTACIONES % PIB	Var.
Madrid	27,68%	2,57
Navarra	22,36%	1,36
Castilla y león	23,47%	0.59
Andalucía	18,81%	2.11
País Vasco	25,98%	3.34

Fuente: Datos Macro
Elaboración; Propia

Tello (2011) en su tesis de investigación titulada "Capacidad exportadora y su relación con el desempeño de las empresas agrarias y agroindustriales en Iquitos, en el marco del ATPDEA". Para obtener el grado de Doctor en Ciencia Empresariales en la universidad nacional de la Amazonia Peruana sostiene, en este trabajo se realizó un estudio descriptivo con la finalidad de determinar la importancia del desarrollo obligatorio en las empresas de su capacidad exportadora, competitividad, creatividad, productividad e innovación debido a la globalización. Este trabajo se relación con la investigación en curso, ya que analiza la capacidad exportadora según las empresas de un rubro en específico y así poder calificar su potencial para la internacionalización.

Castro y Quintong (2003), se denomina: "Proyecto para la producción y exportación de trucha ahumada", en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil-Ecuador. Se trata un proyecto que busca sacar provecho a la diversidad de especies existentes en Ecuador, resaltando el importante desarrollo de la industria pesquera de captura, siendo la sardina y el atún ecuatoriano reconocidos internacionalmente, sin embargo, consideran que la industrialización de trucha ha sido descuidada y no explotada adecuadamente.

Este estudio demostró que existe clara rentabilidad del proyecto en vías con un horizonte de 10 años y que efectivamente, la trucha es un segmento que habría sido descuidado sin considerar la gran demanda que se podría generar por su comercialización.

Este trabajo se relaciona con la investigación planteada, ya que demuestra cómo hay economías con grandes recursos que no han sido explotados adecuadamente y que significan un desaprovechamiento de estos.

Valenzuela y Terán (2013), en su tesis: "Estudio de pre-factibilidad de producción y exportación de conservas de pota a China y España", realizado en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Este proyecto se trata de la viabilidad técnica, económica y financiera de la producción y exportación de conservas de tentáculos de pota; realizando el estudio estratégico, gracias al cual les permitirá conocer las condiciones de su entorno y lograr establecer el adecuado plan estratégico. Los objetivos estratégicos a aplicar en este trabajo fueron con la finalidad de llegar a producir más de 30,000 cajas por año; lograr una mayor concentración del producto en el mercado para el tercer año de operación; con el paso del tiempo lograr incrementar la rentabilidad del proyecto y optimizar la cadena de aprovisionamiento y distribución. Este trabajo es pertinente con la investigación planteada, ya que aborda los aspectos técnicos, económicos y financieros para lograr exitosamente establecer este producto en un mercado extranjero con la finalidad de optimizar todos los procesos adecuadamente.

Briones (2009), de la Pontificia Universidad Católica del Perú, que lleva por título: "Estudio de pre-factibilidad sobre la Producción y Exportación del molusco navaja y almeja a España". Se trata de un proyecto dirigido a determinar la viabilidad económica, comercial y técnica de la producción y exportación de los moluscos navaja y almeja a España. El objetivo general del trabajo fue determinar la viabilidad económica, comercial y técnica para la producción y exportación de los moluscos Navaja y Almeja a España, a través de un estudio de pre-factibilidad; que incluye analizar las alternativas y medios estratégicos para la producción y exportación, estimar la demanda potencial del país seleccionado, identificar la competencia nacional e internacional y finalmente analizar los beneficios económicos y financieros. Este trabajo se relaciona con la investigación planteada, ya que demuestra la importancia de realizar un estudio de mercado para concluir si el país objetivo es el adecuado y nos generara rentabilidad, por otro lado, nos permite saber qué medidas de calidad son necesarias para el ingreso a España.

Molina (2004), de la Universidad San Francisco de Quito y se titula: "Producción y comercialización de trucha "arco iris" para exportación". Se trata de un proyecto realizado en la Hacienda "Arroyo del Rio" situada en la parroquia Cosanga, donde la trucha tiene gran

facilidad de adaptación y rápido crecimiento, considerándola una actividad que no requiere gran inversión y como pocas, permite la producción de alimento de alto valor nutricional en poco tiempo. Este trabajo tiene como objetivo general la producción y comercialización de la trucha de arco iris y como objetivos específicos se cuentan: Incrementar la producción de trucha arco iris, determinar un adecuado manejo pos cosecha para la trucha arco iris, investigar los principales mercados internacional de trucha así como los canales de comercialización para este producto. Este trabajo es pertinente con la investigación planteada, ya que aborda el análisis de la capacidad de oferta, la investigación de los principales mercados y sus adecuados canales de comercialización

Tulcan (2015), de la Universidad San Francisco de Quito, lleva por título. "La demanda de truchas en el mercado de Japón y las estrategias de comercialización desde el sector productivo acuícola de la parroquia de Tufiño-Ecuador". Se trata de un proyecto que busca involucrar a la parroquia de Tufiño al contar con características geográficas necesarias para la producción de trucha, apuntando hacia la penetración de mercados internacionales. Este estudio demostró que los productores acuícolas tienen una gran oportunidad de crecimiento con la existencia de mercados para comercializar su producto, teniendo como dificultad la escasa información sobre las oportunidades de mercado, además de no poseer conocimientos sobre la realización de la exportación de trucha.

Escobedo (2017) de la Universidad Cesar Vallejo en la ciudad de Trujillo, escribió una tesis publicada el 2017 y titulada "Perfil del mercado Chino para la oferta exportable de harina de pescado de la empresa Inversiones Marañón S.A.C. Trujillo". En la presente tesis se pretende medir exactamente la oferta exportable de harina de pescado por parte de la empresa Inversiones Marañón SAC hacia el mercado chino. Mediante el uso de un método de investigación descriptiva – no experimental, tomando como población y muestra a la empresa en estudio. El objetivo principal del trabajo de investigación es determinar cómo es el perfil del mercado chino para la oferta exportable de harina de pescado de la empresa Inversiones Marañón S.A.C Trujillo – 2017, mientras que uno de sus objetivos específicos que ayudó y aportó a nuestra investigación es identificar la oferta exportable de acuerdo a la producción de harina de pescado de la empresa Inversiones Marañón S.A.C.

Como definición de oferta exportable de una empresa se encuentra en que es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente, también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (MINAGRI)

- Capacidad de Producción: La empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo y poder abastecer a sus órdenes de compras, la disponibilidad debe de ser de manera estable o continúa.

- Capacidad económica y financiera de la empresa: Es decir, se debe de poseer los recursos necesarios para solventar los gastos de exportación, en caso no los posea deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento de fuentes internas o externas.

- Capacidad de gestión: La empresa debe desarrollar una cultura exportadora en su administración, poseer objetivos claros y conocer su capacidad y debilidades.

La oferta exportable es el producto competitivo que cumple con los estándares de calidad, con la capacidad de abastecimiento continuo y sostenido en función de los volúmenes exigidos por el comprador, en un determinado mercado, en el momento requerido. (Comercio Exterior Texto Educativo-Material de Apoyo MINCETUR,2014)

Además la oferta exportable va más allá del producto en sí, pues involucra cuatro capacidades de la empresa: la productiva, la económico financiera, la comercial y, finalmente, la de personal y gestión. (Comercio Exterior Texto Educativo-Material de Apoyo MINCETUR,2014)

En este conjunto de capacidades, está implícita la posibilidad de ser competitivos en los mercados internacionales. Una empresa califica como tal si:

- Su producto compite en precio y calidad con los importados.
- El proceso de producción compite en eficiencia y confiabilidad con los extranjeros.
- El control de calidad y de sus proveedores es competitivo respecto de los de sus competidores extranjeros.
- Tiene personal que puede hablar y escribir en inglés.
- Cuenta con materia prima de la calidad requerida para su proceso de producción cerca de su empresa.
- Conoce al personal dónde se está exportando o se pretende exportar.
- Tiene metas y objetivos de productividad claramente conocidos por toda la organización.

La teoría del comercio internacional basada en el modelo de la ventaja competitiva de Michael Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión. Se denomina la ventaja competitiva

como el valor diferencial que una empresa crea para sus clientes, bien sea en forma de precios menores al de la competencia o por la diferenciación de productos, es decir, cualquier característica creada por una empresa para distinguirse del resto y la sitúa en una posición superior para competir.

La Justificación teórica de esta investigación es la de estar como fuente de información para aquellos que estén interesados en la exportación de conservas de caballa o como referencia para cualquier tipo de exportación de conservas de especie marina. Se puede encontrar una relación con la teoría de las proporciones factoriales que explica que se difiere en las dotaciones de factores de producción. Se llama factores de producción a elementos como la tierra, el trabajo, recursos naturales y capital, que son los insumos básicos para la producción. Nuestra investigación busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de oferta exportable, presentar la capacidad de la empresa Inversiones Markelly SAC para poder incursionar en el mercado exterior, contando con las exigencias requeridas lo cual permita su eficiente exportación. En tanto a la Justificación aplicativa o práctica, se busca establecer un procedimiento que al aplicarlo permita analizar y medir la oferta exportable de cualquier empresa, sobre un producto de origen marino hacia cualquier mercado de destino. Teniendo como finalidad, mejorar la capacidad exportadora de la empresa Inversiones Markelly SAC, de esta manera, aumentar la rentabilidad de la empresa a largo plazo. Teniendo como Justificación valorativa, que en la actualidad, el mercado se ha vuelto más competitivo, no solo a nivel internacional, sino en la constante búsqueda de mejor calidad. La presente investigación intenta ayudar a dar un panorama más amplio de las exportaciones y todo lo que conlleva a ellos. Y finalmente la Justificación Académica, es que como estudiantes de Administración y Negocios Internacionales, personalmente aspiramos a dejar un aporte, que sirva de fuente de información guía, a los alumnos y profesionales de la carrera antes mencionada o afines. Siendo nuestro país globalizado, y la constante creciente de las exportaciones, es imprescindible analizar la oferta exportable de los productos con los que contamos.

Producto de aplicación Profesional.

Tabla 6: Generalidades de la caballa

Producto	Caballa entera congelada a bloque: se obtiene de la especie <i>Scomber japonicus</i> . Se emplea materia prima proveniente de embarcaciones propias provistas de sistema de preservación RSW, lo cual permite recepcionar el pescado en óptimas condiciones de frescura. Se envasa sin estibar (como caiga), se congela entero en bloque.		
Nombre común	Caballa		
Clasificación	A. 200-300 g	B. 300-500 g	C. 500 - Up g
Presentación	Caja x 20 Kg / 01 Bloque x 20 Kg		
Olor	Fresco, a algas marinas, característico de la especie.		
Color de carne	Característico de la especie.		
Textura	Firme		
Glase	0%		
Plus	4-5%		
Humedad/ Proteína (H/P)	73.8		
Histamina	< 50 ppm		
Vida útil	24 meses		
Almacenamiento	- 18° C o menor		
Zona de captura	Océano Pacifico FAO 87		
Origen	Perú		

Fuente: Inversiones Markelly S.A.C
Elaboración Propia

Tabla 7: Información Nutricional

Componente	Promedio (%)
Humedad	73.8
Grasa	4.9
Proteína	19.5
Sales Minerales	1.2
Calorías (100g.)	157

Fuente: Inversiones Markelly S.A.C
Elaboración Propia

Tabla 8: Partida Arancelaria

En el Perú, la partida arancelaria de las conservas de caballa es:

PARTIDA	DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA	FOB-17	%Var17-16
1604150000	PREPARAC. Y CONSERVAS DE CABALLAS ENTERO O EN TROZOS, EXCEPTO PICADO	2,148,587	27%

Fuente: Siicex

1.2. Formulación del problema

¿Califica la oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote para el mercado de Madrid, España, Trujillo 2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Calificar la oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote para el mercado de Madrid, España, Trujillo 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la capacidad de producción de Markelly SAC, frente a la capacidad de producción requerida por el mercado de Madrid, España.
- Determinar la capacidad Financiera de Markelly SAC, frente a la capacidad de Financiera requerida por el mercado de Madrid, España.
- Determinar la capacidad de Gestion de Markelly SAC, frente a la capacidad de Gestion requerida por el mercado de Madrid, España.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

H₁: La oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote califica para el mercado de Madrid, España, Trujillo 2019.

H₀: La oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote no califica para el mercado de Madrid, España, Trujillo 2019.

1.4.2. Hipótesis Específica

He1: La capacidad de producción de Markelly SAC, es favorable frente a la capacidad de producción requerida por el mercado de Madrid, España.

He0: La capacidad de producción de Markelly SAC, no es favorable frente a la capacidad de producción requerida por el mercado de Madrid, España.

He1: La capacidad Financiera de Markelly SAC, es favorable frente a la capacidad de Financiera requerida por el mercado de Madrid, España.

He0: La capacidad Financiera de Markelly SAC, no es favorable frente a la capacidad de Financiera requerida por el mercado de Madrid, España.

He1: La capacidad de Gestión de Markelly SAC, es favorable frente a la capacidad de Gestión requerida por el mercado de Madrid, España.

He0: La capacidad de Gestión de Markelly SAC, no es favorable frente a la capacidad de Gestión requerida por el mercado de Madrid, España.

CAPITULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Investigación mixta, porque se aplica herramientas cualitativas y cuantitativas para el recojo de información a través de la entrevista y encuesta, No experimental ya que no se manipula la variable y solo se observa en un contexto determinado, y Transversal porque se hace solo en un momento determinado de tiempo, además descriptivo donde está basada en la evaluación de la situación actual de la variable para llegar a una conclusión propia.

2.2. Población y Muestra

Unidad de estudio: El mercado Peruano-Español de conserva de Caballa.

Población 1: El área operativa y administrativa en un total de 15 trabajadores de la Empresa Inversiones Markelly S.A.C

Población 2: las empresas importadoras de Conserva de Caballa ubicadas en Madrid.

Muestra 1: Por conveniencia se seleccionó de muestra ofertada a 5 colaboradores de la empresa Inversiones Markelly S.A.C. (4 trabajadores de Campo y 1 funcionario).

Muestra 2: Por conveniencia la muestra demandada, son las 5 principales empresas importadoras de conserva de caballa peruana

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Como técnica se utiliza la técnica de entrevista con su instrumento, guía de entrevista; que fue realizada al dueño de la empresa en la cual nos detalla de manera clara el estado actual y potencial de la empresa respecto a su gestión, capacidad financiera, conocimientos sobre exportación, entre otros. Hemos utilizado la técnica de un cuestionario cerrado con su instrumento cuestionario de conocimiento interno que se basa en un conjunto de preguntas sobre Direccionamiento Estratégico, Desarrollo Personal, Infraestructura, Nichos de mercado, Atención al cliente, mejora continua, etc; con solo 3 determinadas alternativas de respuesta, el cual se aplicó a los 4 colaboradores de la empresa Markelly SAC. Este cuestionario fue validado por tres docentes; de la universidad conocimientos sobre el tema. La recolección de datos se realizó en coordinación con el dueño de la empresa. Una vez aplicada la encuesta y recolectada la información, usamos la técnica de análisis Estadístico con su instrumento de análisis una hoja de cálculo; para luego realizar gráficos, en donde se elaboraron los resultados y aplicada el análisis estadístico de la encuesta, estos resultados nos permitieron observar y describir la situación actual de la empresa y poder determinar los principales problemas en el área de gestión con incidencia en la posibilidad de exportación. Además, se averiguaron los nombres de las principales empresas importadoras de conserva de caballa y

se realizó la recopilación de información respecto al número de empresas disponibles para la importación de conservas de caballa, ciudad de origen, entre otros, donde se empleó el instrumento de guía de documentaria para registrar las fuentes de origen.

2.4. Procedimiento

Consideramos como Método Lógico de nuestra Investigación Método Inductivo, porque el uso del razonamiento inductivo es de gran importancia en el trabajo científico en general, ya que consiste en la recolección de datos sobre casos específicos y su análisis para crear teorías o hipótesis.

Para la recolección de datos utilizamos un cuestionario que tuvo como duración 40 minutos y una entrevista de 30 minutos, con el fin de obtener la información necesaria para la realización de nuestra tesis.

Como instrumento hemos utilizado un cuestionario que consta de 7 preguntas, las cuáles se determinaron según los objetivos planteados. El cuestionario fue validado por tres docentes de la de la Universidad los cuáles son expertos en la materia. La aplicación del cuestionario se realizó en la empresa Inversiones Markelly SAC, el cuál fue llenado de manera presencial por los 4 colaboradores de la empresa, para el procedimiento de la información utilizamos el programa estadístico Excel,

Análisis de datos:

Para el procesamiento de datos se utilizó:

- Para el procesamiento estadístico de los datos que se recolectaron de la aplicación del instrumento en la presente investigación, fueron procesados mediante la utilización del programa SPSS, los cuales son presentados en tablas y figuras, que son analizados e interpretados, en tal sentido, servirá como base para realizar la discusión pertinente.
- Para medir la confiabilidad de nuestro instrumento de evaluación se aplicó el método de análisis de datos Alfa de Cronbach. Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Significativa (0.871).

CAPITULO III: RESULTADOS

Objetivo Específico I: Determinar la capacidad de producción de Markelly SAC, frente a la capacidad de producción requerida por el mercado de Madrid, España.

a). Cantidad Demandada

Tabla 9: Importaciones

		IMPORTACIONES									
		2014		2015		2016		2017		2018	
		(\$)	(t)	(\$)	(t)	(\$)	(t)	(\$)	(t)	(\$)	(t)
conservas de	de	39.692	31.327	26.200	39.510	31.877	31.2	28.924	25.86	32.072	30.487
caballa							42		2		

Fuente: Trademap

En España se maneja una constante de crecimiento en las importaciones de conservas de caballa, como se muestra con respecto al 2018 en contraste a la cantidad importada del 2017. Que permite así una oportunidad de ingresar a dicho mercado, por la importancia que se le da al producto extranjero.

Tabla 100: Exportaciones

		EXPORTACIONES									
		2014		2015		2016		2017		2018	
		(\$)	(t)	(\$)	(t)	(\$)	(t)	(\$)	(t)	(\$)	(t)
Conservas de	de	15.510	68.064	13.005	74.876	13.467	46.368	12.032	36.451	13.911	38.928
caballa											

Fuente: Trademap

Dentro de sus exportaciones, se registra un incremento con respecto a años anteriores, a pesar de un declive en el año 2016, sin embargo no deja de ser cantidades mayores con respecto a sus importaciones.

b). Oferta Máxima de Producción

Tabla 11: *Producción Anual*

Año	2015	2016	2017	2018
Cantidad (tn)miles	12.96	12.64	10.92	13.32

Capacidad Máxima de Producción Anual: 19 800 toneladas

Existe un crecimiento en la producción con respecto a la conserva de caballa en la empresa, si bien se nota un declive en el 2017, siendo este a causa del fenómeno del niño, y no por problemas en inversiones Markelly.

c). Estacionalidad Demandada

Tabla 12: Estacionalidad Demandada

Código	Descripción del producto	10/18	11/18	12/18	1/19	2/19	3/19	4/19	5/19	6/19	7/19	8/19	9/19
1604515	Preparaciones y conservas de caballa entera o en trozos	251.403	457.685	726.126	123.634	148.982	145.719	85.055	380.859	85.024	244.410	258.614	367.460

Fuente: Trade Map
Elaboración Propia

Interpretación: Podemos observar que los meses de mayor importación de conservas de caballa por parte de España, se da en los meses de Mayo, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre

d). Estacionalidad Ofertada

Tabla 13: Estacionalidad Ofertada

MES/ESPECIE	INDUSTRIAL (ton)	ARTESANAL (ton)
Enero	0	3469
Febrero	33856	976
Marzo	38065	517
Abril	4050	2147
Mayo	2	1025
Junio	133	1646
Julio	0	1168
Agosto	0	333
Septiembre	0	464
Octubre	0	646
Noviembre	0	397
Diciembre	533	0

Fuente: IMARPE

Elaboración Propia

Interpretación: Podemos apreciar que la pesca artesanal realiza un trabajo y desembarque más constante respecto a la pesca industrial. Sin embargo, en dos meses de pesca industrial se extrae cantidades muy significativas. Siendo el desembarque de la pesca industrial en Chimbote, Callao, Pisco y Chicama; por otro lado el desembarque de pesca artesanal se da en Santa Rosa, Parachique, Chimbote y Paita.

e). Las 5 principales empresas importadoras de conserva de caballa peruana

Tabla 14: Principales Empresas Importadoras

Nombre de Empresa	Sitio Web
Agruppesca (Carbajosa de la Sagrada)	http://agruppesca.com/
Alimentacion Varma (Alcobendas)	http://www.varma.com
Conservas Islas Cies (Madrid)	http://www.islas-cies.com
Almacen de Pescados Juarez (Burgos)	http://www.pescadosjuarez.com
Atxega Pescados y Mariscos (Oviedo)	http://atxega.com

Fuente: TradeMap

Elaboración: Propia

Objetivo Especifico II: Determinar la capacidad Financiera de Markelly SAC, frente a la capacidad de Financiera requerida por el mercado de Madrid, España.

a). Modalidades de Pago

Créditos Documentarios: se suele utilizar tradicionalmente para comercio internacional, pero en los últimos años, con el incremento importante de la morosidad, se están llegando a utilizar incluso para operaciones interiores. Básicamente es utilizar dos bancos para dar seguridad jurídica total a una operación de compra-venta. Cada una de las partes comunica a su banco la documentación (albaranes, certificados sanitarios, impuestos liquidados en frontera, etc...) que tienen que validar antes de hacer el pago o la entrega de la mercancía, por lo que los dos bancos garantizan la seguridad jurídica de la operación. El principal inconveniente es su coste, por lo que no está recomendado para operaciones de poco importe.

Por último simplemente comentar que el aplazamiento en el pago, es siempre un factor de riesgo a tener en cuenta. Cuanto más dilatado el plazo es siempre peor para el proveedor, primero y lógicamente por la presión financiera que el aplazamiento ejerce sobre su situación de tesorería, y en segundo lugar, porque cuanto mayor es el plazo de pago, mayor es la probabilidad del impago. En este sentido se aprobó en el año 2011 la ley de morosidad, que tiene por objetivo reducir paulatinamente los dilatados plazos de pago que se venían usando tradicionalmente en España (que podían llegar a los 180 días, siendo bastante habituales los 120 días). Para el 2012 son 90 días, y a partir de entonces al plazo máximo de pago serán 60 días. En la memoria de las CCAA se deberá de informar si se están superando estos plazos de pago.

b). Capital actual y capacidad de endeudamiento

3.3.1. Entrevista aplicada al Asesor Empresarial y al gerente de inversiones Markelly S.A.C

Tabla 15: *Entrevista*

Pregunta	Asesor	Gerente	INTERPRETACION DEL TESISISTA
¿Sus recursos financieros para el funcionamiento de la empresa, son propios o financiados?	Si cuenta con capital propio para el funcionamiento de operaciones.	La empresa cuenta con recursos propios y financiados para poder implementarse	Sus recursos financieros operativos están basados en recursos propios y financiados

Fuente: Anexo 3
Elaboración Propia

Pregunta	Asesor	Gerente	INTERPRETACION DEL TESISISTA
¿Cuenta con los recursos financieros necesarios para la exportación de sus productos?	SI	La empresa cuenta con línea de crédito suficiente para sustentar sus futuras operaciones	El empresario considera que si cuenta con dicho recursos, sin embargo, si necesitara más, considera que cuenta con la línea de crédito suficiente para tener más capital de trabajo financiado.

Fuente: Anexo 3
Elaboración Propia

CAPACIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA

Tabla 16: *Datos Financieros de la Empresa*

Variable	
Capacidad Financiera	Resultados
Endeudamiento	1.112
Rotación de capital de trabajo	19.89
Periodicidad de la elaboración de la información financiera	
Presupuesto general	Anual
Flujo de caja	Anual
Estado de resultado	Anual
Fortalezas en relación de la capacidad financiera	Nivel de riesgo bajo

Fuente: Empresa Inversiones Markelly SAC
Elaboración Propia

Se refleja la adecuada capacidad financiera esto se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones.

CAPACIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA

Tabla 17: Capacidad Económica de la Empresa

Variable	
Capacidad Económica	
-Maquinaria	3 (2 de tuna y 1 de tall 1lb = producción promedio 2000 cajas/turno)
-Ratios de Liquidez	1.565
-Ratios de solvencia financiera	2.113

Fuente: Empresa Inversiones Markelly SAC
Elaboración Propia

La capacidad económica de la empresa durante el año 2018 (elaborado con datos 2017 y 2018) es creciente debido a los ratios de liquidez y solvencia financiera esto se refleja en el nivel de endeudamiento comercial que se mantiene por compra del producto, por cada sol la empresa tiene \$1.56 para cubrir sus deudas

Registro de Información en el tema Financiero

Tabla 18: Situación financiera de la empresa.

Índice Financiero	Situación (Exportación de conserva de caballa))	
	Sobre el nivel de aceptación	Bajo el nivel de aceptación
1) Liquidez	Si	
2) Endeudamiento	Si	
3) Rotación del capital de trabajo	Si	
4) Rentabilidad del capital	Si	

Fuente: Anexo 4
Elaboración Propia

Objetivo Específico III: Determinar la capacidad de Gestión de Markelly SAC, frente a la capacidad de Gestión requerida por el mercado de Madrid, España

a). Precio actual en el mercado

Se presenta a continuación la evolución de los precios de la caballa en los distintos eslabones de la cadena alimentaria: productores primarios, mercados mayoristas y precio final para el consumidor así como en las importaciones y exportaciones.

Tabla 199: Precios de la caballa

Años	PRECIOS CABALLA FRESCA O REFRIGERADA (€/Kg)				
	ORIGEN EXTRACTIVA	MERCA	PVP	IMP	EXP
2014	1.39	2.39	4.33	0.77	1.34
2015	1.65	2.77	4.44	0.55	1.37
2016	1.65	2.95	4.72	0.83	1.61

Fuente: Secretaria General de Pesca (España). Observatorio de la cadena alimentaria

Elaboración: Propia

Figura 1: Precio de Conserva de Caballa en Madrid España



Supermercado Mercadona en Madrid

El precio oscila entre 1.5 a 2 Euros.

b). Precios de Venta

Precio en el mercado local

s/. 135 x Caja

P.V	40	Dólares
	45	Dólares
Precio FOB (Costos Asumidos hasta el puerto)		
	55	Dólares
Precio CFR (Flete)		
	60	Dólares
Precio CIF (Flete + Seguro)		
	65	Dólares
Precio de Venta en España (Costos dentro del España)		

*Precio aproximado Por Caja

Precio por conserva = 1.35 Dolares

c). Certificaciones y Requisitos de Ingreso de Mercancías

El principal requisito para el ingreso de productos pesqueros a la Unión Europea, es la aprobación de la empresa productora, por la autoridad correspondiente de la Unión Europea (SANCO). Esta aprobación se establece en función de la evaluación previa realizada en el Perú por el Instituto Tecnológico del Perú (ITP) que es la institución que autoriza la habilitación sanitaria de establecimientos industriales pesqueros peruanos y luego, comunica la lista oficial a la Unión Europea.

La UE espera que el país pueda garantizar tres tipos de obligaciones:

- Obligaciones de recursos: Instrumentos de producción y condiciones de procesamiento, HACCP y programas de soporte (SSOP, GMP, etc.), trazabilidad, etc.
- Obligaciones de resultados: Niveles no patogénicos en productos (ejemplos: histamina, contaminantes, biotoxinas, residuos, agentes microbiológicos, etc.).
- Obligaciones de control: Monitoreo y Verificación Oficial (inspección) que estén efectivamente implementadas por la AC, estricto control en el proceso de certificación, etc.

Finalmente entre las principales certificaciones requeridas para el producto están, HACCP, ISO 18001, ISO 14001, BASC. Que puedan garantizar una mayor aceptación del producto dentro del mercado.

(Mi Empresa Propia, 2014) La Unión Europea ha otorgado preferencias comerciales al Perú bajo el marco del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG). Y los requisitos necesarios para el ingreso de conserva de caballa al mercado de España son los siguientes:

- Certificado de Origen para poder validar la aplicación de las preferencias arancelarias.
- Certificado Sanitario: Se debe garantizar los estándares de higiene para productos de pesca y acuicultura bajo la Regulación EC 853/2004, en donde las normas relativas al marisco y productos de la pesca contemplan desde la producción y recolección hasta los equipamientos, instalaciones, manipulación y transporte. Y cada envío está sujeto a controles sanitarios en el puesto de inspección fronteriza de España. (Trade Helpdesk, 2018)
- Se debe aplicar la Norma EU Directiva 94/92 EC para el empaque de los diferentes productos.
- (Siicex, 2015), El etiquetado obligatorio es el siguiente:
 - a) Denominación comercial de la especie.
 - b) El método de producción.
 - c) La zona de captura o de cría del producto y la categoría de arte de pesca
 - d) Si el producto ha sido descongelado, cuando aplique.
 - e) La fecha de duración mínima, cuando proceda
 - d) Información nutricional pasa a ser obligatoria y se debe declarar: valor energético, grasas, ácidos grasos 30 saturados, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal (si procede se puede indicar "contenido en sal debido al sodio presente de forma natural").

d). Certificaciones con las que cuenta

Tabla 20: Certificaciones obtenidas, o en proceso de obtención de la empresa

Certificado		Planea certificar
De gestión de la calidad ISO serie 9000	Si	
De gestión ambiental ISO serie 14000	Si	
De gestión de seguridad y salud ocupacional OHSAS 18001	No	
Del sistema de análisis de peligros y control de puntos para la inocuidad de los alimentos HACCP		Si
Sello de calidad INEN	No	
Certificado de calidad de lotes y muestras para la exportación	No	

Fuente: Anexo 4
Elaboración Propia

e). Estrategias de Posicionamiento

Segmentación

El proyecto tendrá como segmento objetivo todos los importadores españoles de productos marinos, los cuales tienen la capacidad de colocar los productos en puntos estratégicos al alcance del consumidor final; sabiendo cómo se comenta sobre el perfil del consumidor español, es una persona con un alto consumo de productos pesqueros, que valora principalmente la calidad, el sabor y la información nutricional del producto, así como también la facilidad de su preparación.

Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento está orientada a resaltar las características y beneficios del producto. Dentro de sus principales características resalta la calidad del producto, elaborado con todas las medidas sanitarias exigidas por la Comunidad Europea. Así mismo se promociona los beneficios de consumir esta clase de productos por su alto contenido proteico, que se ajusta perfectamente a la dieta mediterránea basada en una alimentación equilibrada y cardiosaludable. Entre sus principales propiedades medicinales resaltan²⁵:

- Alto contenido de ácidos grasos poliinsaturados en cantidades comprendidas entre un 30%-45% (porcentajes referidos a ácidos grasos totales) Entre ellos se encuentran el ácido linoleico, de la familia omega-6 y los ácidos EPA (eicosapentanoico) y DHA (docosahexanoico), de la familia omega-3.
- Poseen cantidades significativas de colesterol, no obstante, estos alimentos no aumentan los niveles de colesterol en sangre, a diferencia de otros alimentos ricos en colesterol, gracias a su elevada proporción de grasas insaturadas.

f). Estrategias de Internacionalización

Características fundamentales que identifica el estilo de gerencia

- a) Se orienta únicamente al cumplimiento de las tareas
- b) Fomenta la camaradería, pero carece de objetivos
- c) Se orienta a resultados, pero carece de participación efectiva del personal
- d) Integra los requerimientos del trabajo y del personal, en un sistema orientado a los resultados de la empresa

La empresa se gestiona:

- a) Sin un sistema claro
- b) Con un sistema de gestión estructural, orientado a la producción
- c) Con un sistema de gestión estructural, orientado al cliente
- d) Mediante un sistema de gestión de calidad basado en procesos y orientado al cliente

g). Direccionamiento Estratégico hacia la exportación

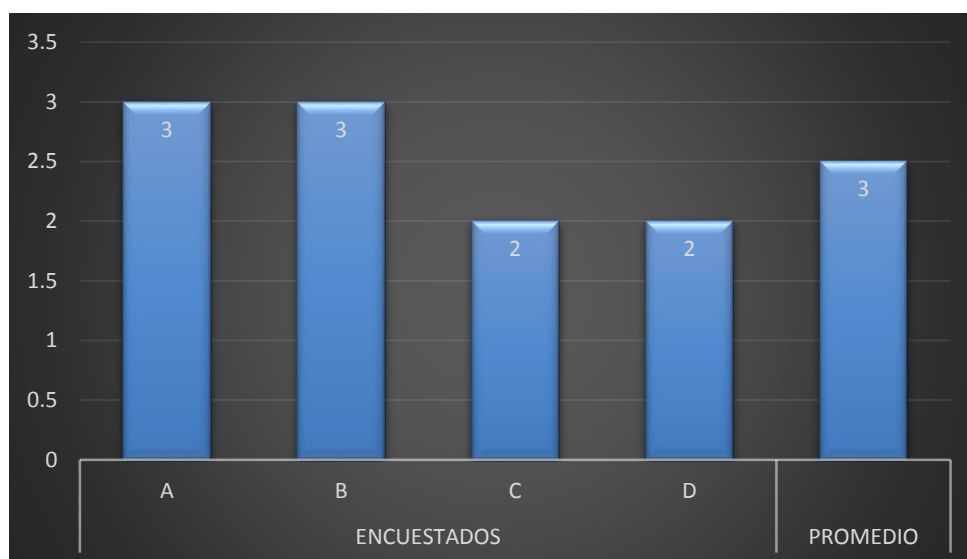
Encuesta Aplicada a Trabajadores de la Empresa sobre la Percepción de la Capacidad de Gestión

Tabla 21: *Siendo la caballa una especie de temporadas, ¿La empresa mantiene una preservación de la especie?*

Respuesta	N° de Entrevistados	%
Si (3)	2	50%
A veces (2)	2	50%
No (1)	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores de campo de Markelly S.A.C., Anexo 1
Elaboración Propia

Figura 2: *Siendo la caballa una especie de temporadas, ¿La empresa mantiene una preservación de la especie?*



Fuente: Tabla 4
Elaboración Propia

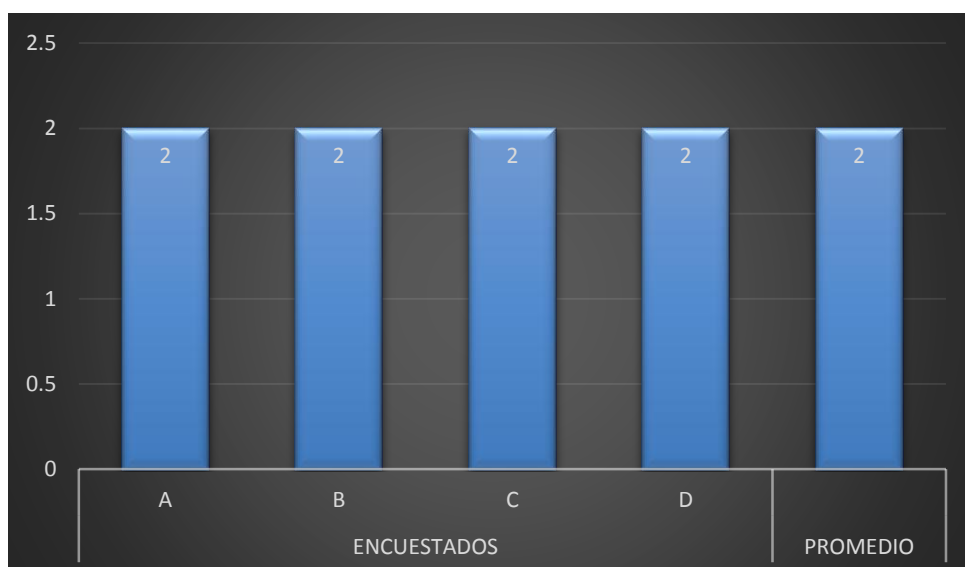
Interpretación: En la empresa Inversiones Markelly S.A.C., luego de la aplicación de la encuesta, se demuestra que mantiene una preservación de la especie, siendo esta una de temporadas y que es necesario no abusar de su extracción.

Tabla 22: ¿La empresa cuenta con sistemas que le ayudan a mejorar continuamente la calidad de los productos?

Respuesta	N° de Entrevistados	%
Si (3)	0	0%
A veces (2)	4	100%
No (1)	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores de campo de Markelly S.A.C., Anexo 1
Elaboración Propia

Figura 3: ¿La empresa cuenta con sistemas que le ayudan a mejorar continuamente la calidad de los productos?



Fuente: Tabla 6
Elaboración Propia

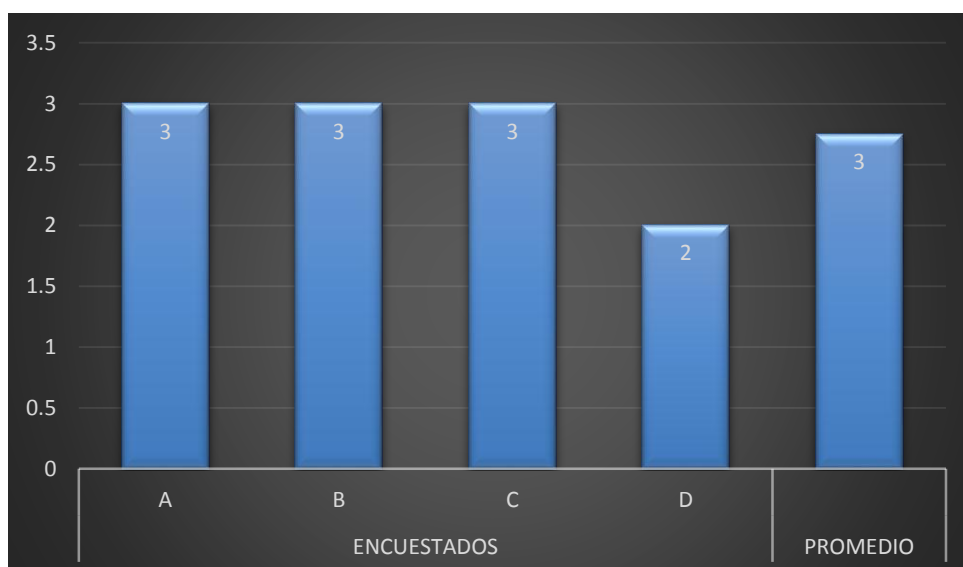
Interpretación: Los resultados obtenidos de la encuesta, demuestran que en un 100% consideran que Inversiones Markelly S.A.C., cuenta con sistemas de control de calidad, solo en ocasiones, no siendo continuo dentro de la empresa.

Tabla 23: ¿La empresa cuenta con una buena atención al cliente?

Respuesta	N° de Entrevistados	%
Si (3)	3	75%
A veces (2)	1	25%
No (1)	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores de campo de Markelly S.A.C., Anexo 1
Elaboración Propia

Figura 4: ¿La empresa cuenta con una buena atención al cliente?



Fuente: Tabla 7
Elaboración Propia

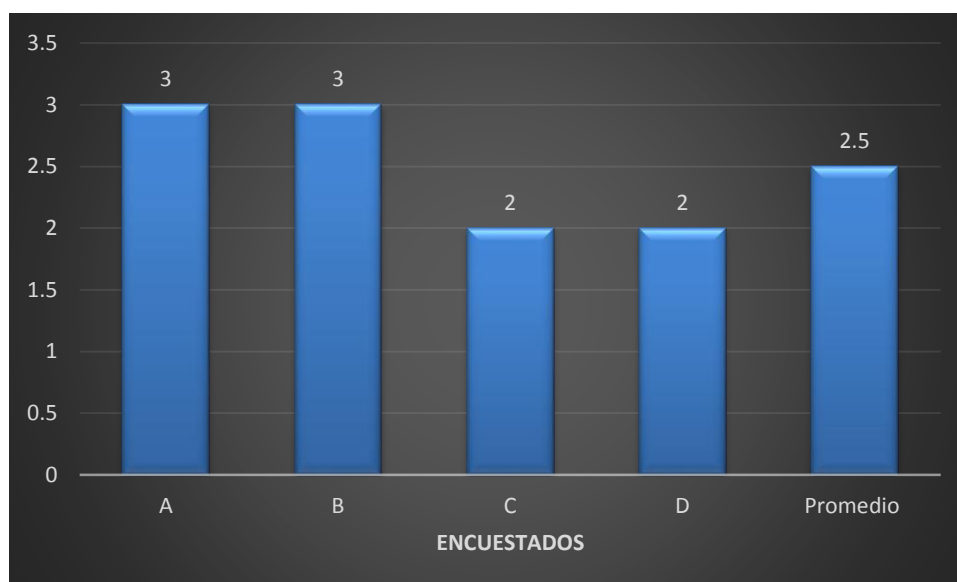
Interpretación: El 75% considera que Inversiones Markelly S.A.C cuenta con una buena atención al cliente, demostrando que la empresa si cuenta con esa fortaleza.

Tabla 24: ¿Constantemente está en la búsqueda de nuevos nichos de mercado para su producto?

Respuesta	N° de Entrevistados	%
Si (3)	2	0%
A veces (2)	2	50%
No (1)	0	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores de campo de Markelly S.A.C., Anexo 1
Elaboración Propia

Figura 5: ¿Constantemente está en la búsqueda de nuevos nichos de mercado para su producto?



Fuente: Tabla 8
Elaboración Propia

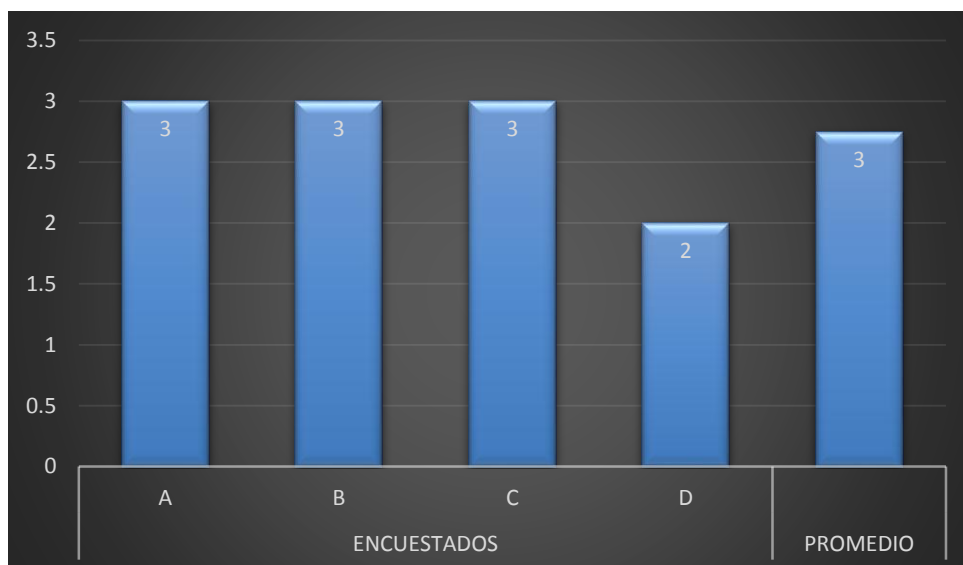
Interpretación: Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, encontramos que un 50% consideran que Inversiones Markelly S.A.C a veces se encuentra en la búsqueda de nuevos nichos de mercado, mientras que el otro 50% afirma que la empresa se encuentra en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.

Tabla 25: ¿Considera que la empresa cuenta con la infraestructura y maquinaria necesaria para la exportación hacia España?

Respuesta	N° de Entrevistados	%
Si (3)	3	75%
A veces (2)	1	25%
No (1)	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores de campo de Markelly S.A.C., Anexo 1
Elaboración Propia

Figura 6: ¿Considera que la empresa cuenta con la infraestructura y maquinaria necesaria para la exportación hacia España?



Fuente: Tabla 10
Elaboración Propia

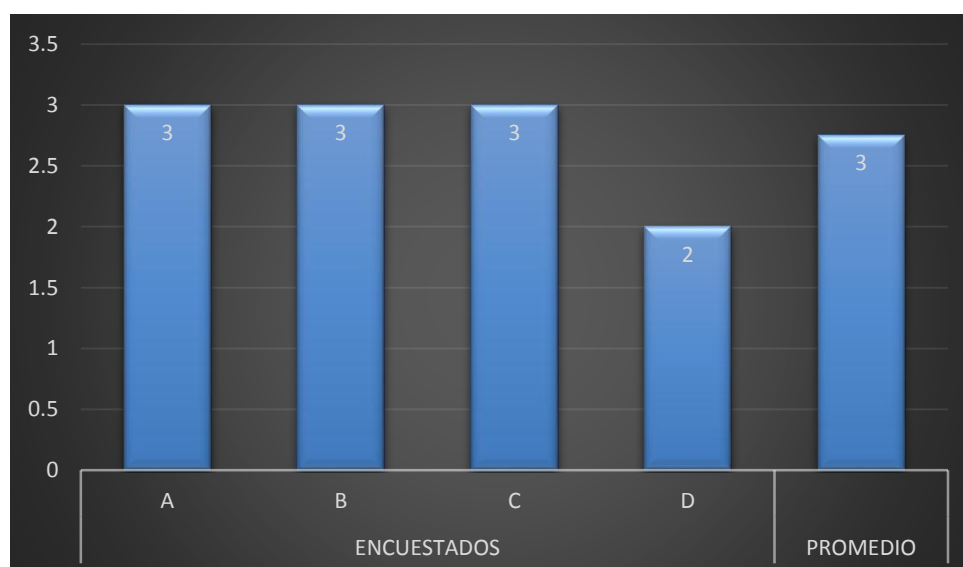
Interpretación: Los resultados de la aplicación a Inversiones Markelly S.A.C demuestran que el 75% de los encuestados, consideran que la empresa cuenta con la infraestructura y maquinaria necesaria para una exportación hacia el mercado de España.

Tabla 26: ¿Se preocupa por el desarrollo de sus colaboradores?

Respuesta	N° de Entrevistados	%
Si (3)	3	75%
A veces (2)	1	25%
No (1)	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores de campo de Markelly S.A.C., Anexo 1
Elaboración Propia

Figura 7: ¿Se preocupa por el desarrollo de sus colaboradores?



Fuente: Tabla 11
Elaboración Propia

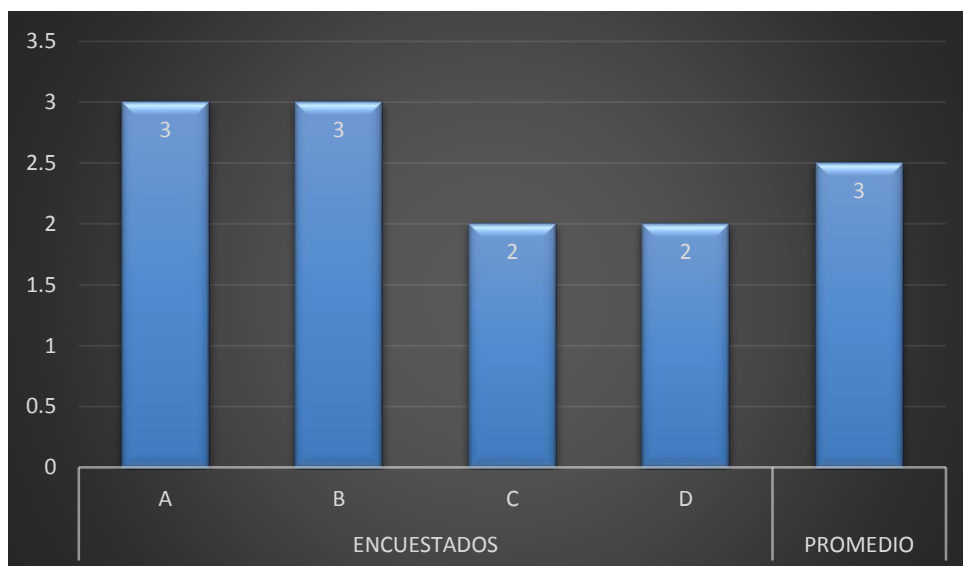
Interpretación: Según los resultados obtenidos de la encuesta, considera el 75% de los encuestados que Inversiones Markelly S.A.C, si se preocupa por el desarrollo de sus colaboradores.

Tabla 27: ¿Tiene conocimiento sobre el Direccionamiento Estratégico actual de la empresa (Conoce la Misión, Visión y Objetivos)?

Respuesta	N° de Entrevistados	%
Si (3)	2	50%
A veces (2)	2	50%
No (1)	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada a trabajadores de campo de Markelly S.A.C., Anexo 1
Elaboración Propia

Figura 8: ¿Tiene conocimiento sobre el Direccionamiento Estratégico actual de la empresa (Conoce la Misión, Visión y Objetivos)?



Fuente: Tabla 12
Elaboración Propia

Interpretación: Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a Inversiones Markelly S.A.C, demuestran que un 50% de los encuestados sostienen que si conocen acerca del direccionamiento de la empresa, mientras que el otro 50% muestran que solo a veces, por lo que no se le es claro ese tema. Interpretando que los puestos gerenciales son los de mayor conocimiento sobre el mismo, mientras que la operativa no lo tiene muy claro.

CAPITULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Esta tesis tiene como propósito calificar la oferta exportable de una empresa para una futura internacionalización del producto. Y lograr una adecuada exportación y explotación del recurso, teniendo en cuenta los estándares exigidos por los mercados internacionales.

Para analizar la viabilidad del mercado de Madrid-España, el cual se determinó a través de los datos estadísticos encontrados mediante plataformas digitales como SIICEX, TradeMap y Sunat. Además, de los requisitos solicitados para la exportación (Medidas arancelarias y parámetros celarías). Además de aprovechar los lazos comerciales con los que cuenta con la Unión Europea.

Respecto al objetivo de determinar la oferta exportable del mercado de España, y teniendo como resultados, la cantidad de consumo del mercado, los precios que se manejan, y los requerimientos que se necesita para el ingreso de dicho país, así como, las certificaciones que se necesita. Para poder ser trabajados con las condiciones actuales en las que se encuentra la empresa. Y en comparativa al estudio realizado por Escobedo (2017) de la Universidad Cesar Vallejo en la ciudad de Trujillo, titulada "Perfil del mercado Chino para la oferta exportable de harina de pescado de la empresa Inversiones Marañón S.A.C. Trujillo". El cual tiene como objetivo el de identificar el perfil del mercado chino para la oferta exportable de harina de pescado, encontrando similitudes hacia nuestra investigación que prioriza el identificar la oferta exportable del mercado a ingresar.

Así mismo en el estudio de Escobedo Polo, (2017) en el que una prioridad es la de identificar la oferta exportable en sus tres dimensiones como gestión, capacidad de producción y de financiamiento, para lograr una internacionalización adecuada. Se coincide en que la falta de uno de ellos, afecta el proceso de exportación, la cual determina que no se cuenta con una oferta exportable, en la que se pudo evaluar la capacidad de financiamiento, producción y de gestión de la empresa Inversiones Markelly, concluyendo que el comportamiento actual en oferta exportable no es favorable para la exportación al mercado de Madrid-España, debido a la carencia que existe en la capacidad de Gestión.

Tal cual coincide con el concepto brindado por PromPeru (2003) , La Oferta Exportable tiene el propósito de lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales. Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados. Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores

condiciones de calidad y precio. Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.

En cuanto al comercio internacional basándose en el modelo de la ventaja competitiva de Michael Porter, y los resultados obtenidos del estudio, pues se coincide en la de fijar una estrategia específica que permita la competencia dentro del mercado español, y al no contar con una capacidad de gestión calificada, que le permita el desarrollo de estas estrategias que tal como lo dice la teoría, lo que se busca es encontrar el valor diferencial que una empresa crea para sus clientes, bien sea en forma de precios menores al de la competencia o por la diferenciación de productos, y logrando así distinguirse del resto y ubicarse en una posición superior para competir.

Según la entrevista realizada, la empresa Inversiones Markelly SAC cuenta con certificaciones de inocuidad y calidad solicitada por el país nacional y algunos requisitos están por realizarse para lograr las exportaciones; esto resulta una oportunidad para incrementar la confianza tanto del mercado nacional como internacional para adquirir sus productos con la certeza que cuentan con los parámetros exigidos y certificados de un producto de calidad.

Sin embargo entre las principales limitaciones que se dio en la investigación, principalmente fueron geográficas, por la ubicación de la empresa en Chimbote, Ancash. Que a su vez genera limitaciones tanto en tiempo por la lejanía y costos por los pasajes. Y la escasez bibliográfica sobre estudios previos referente al tema de estudio. Además de una desactualización de la base de datos sobre el sector pesca, debido a que la principal base de datos peruana (SOCIEDAD NACIONAL DE PESQUERIA), cuenta con fallos técnico, siendo su última data del año 2012; por otro lado el Ministerio de Producción, solo cuenta con información referencial a las embarcaciones y valores FOB.

4.2. Conclusiones

Luego de la investigación, se logró identificar el comportamiento de la oferta exportable que mantiene la empresa Inversiones Markelly SAC ante la exportación de conservas de filete de caballa al mercado de Madrid, España.

Se concluye que la capacidad de producción que mantiene Inversiones Markelly, frente a la demanda que se identificó, es aceptable para el ingreso a este nuevo mercado de Madrid, Teniendo como antecedentes una producción constante en sus últimos periodos, sin haber abarcado al máximo la capacidad instalada, teniendo una producción máxima de 19 800 toneladas.

En cuanto a la capacidad de financiamiento, se determinó que Inversiones Markelly cuenta con capitales propios en el funcionamiento actual de la empresa, además de la opción de financiamiento de ser necesario, por parte de entidades financieras externas. Teniendo así la capacidad de cubrir con los costos logísticos, así como gastos en las modalidades de pago que sean necesarias.

Y por último se identificó una deficiencia en la Capacidad de Gestión actualmente, a pesar de contar con precios que puedan competir en el mercado de Madrid, y certificaciones necesarias para la exportación del producto. Se deja en evidencia la falta de cultura exportadora por parte de la empresa al no manejar un direccionamiento estratégico orientada hacia este nuevo objetivo de internacionalización. Además de la falta de importancia sobre una estrategia específica que permita un mejor posicionamiento en el mercado extranjero, todo esto a causa de carencia de personal capacitado e idóneo para estas nuevas funciones.

Por ello, la empresa debería tomar en cuenta el análisis realizado y estudiar la posibilidad de establecerse en dicho mercado. A través de un mejor rendimiento en su capacidad de gestión., sin embargo a pesar de aun no contar con la oferta exportable adecuada, existe posibilidad de lograr la exportación de conservas de filete de caballa hacia el mercado Español, pues se debería poner más atención en el tema de gestión y lo que abarca, como estrategias de internacionalización.

De esta manera, se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, pues se concluye que el comportamiento de la oferta exportable de Inversiones Markelly no es favorable para la exportación de conserva de filete de caballa hacia el mercado español, pues se encontró carencias en la capacidad de gestión, sin embargo con posibilidades de lograrlo en un futuro, con una adecuada mejora en dicho tema, ya que si cuenta con capacidad de financiamiento y producción.

REFERENCIAS

- Alvarado, C. 2004. Evaluación de la calidad sensorial, sanitaria y composición química de sopa de caballa (*Scomber japonicus peruanus*) en conserva, sometida a diferentes tratamientos de esterilización. Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero en Industrias Alimentarias. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo, Perú.
- Bailón, R. 1994. Evaluación de las condiciones de proceso para el enlatado de olluco (*Ullucus tuberos usloz*) con charqui. Tesis Para optar el título de Ingeniero en Industrias Alimentarias. UNALM. Lima, Perú.
- Cervantes, K.; Gómez, A.; Moye, A. y Romero, J. 2008. Plan de negocios de exportación de caracoles enlatados a España para la empresa
- Estrategia de precios. Obtenido de Estrategia de precios: <http://es.slideshare.net/donmicrofono/estrategia-de-precios-1> Samuelson, P. &. (2005).
- Estudio de mercado de berries orgánicos en Alemania. Obtenido de Estudio de mercado de berries orgánicos en Alemania: http://www.prochile.gob.cl/wpcontent/files_mf/documento_11_28_11145544.pdf PROMEXICO. (Marzo de 2010).
- Huss, H.H. Aseguramiento de la calidad de los productos pesqueros. FAO Documento Técnico de Pesca. No. 334. Roma, FAO. 1997.
- Las tendencias del nuevo consumidor. Obtenido de Las tendencias del nuevo consumidor: <http://www.ideaswebperu.com/las-tendencias-del-nuevo-consumidor/> Trade Map. (2016).
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). Acuerdo Comercial entre Peru y la Union Europea. Recuperado de: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=50&Itemid=73
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). Comercio Exterior Texto Educativo-Material de Apoyo. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf
- Mi Empresa Propia (2016). Exportacion de Peru a España. Recuperado de: <https://mep.pe/exportacion-de-peru-a-espana/>
- Porter, Michael: "Técnicas para el Análisis de los sectores y de la Competencia; Edit. CESCA, México, 1982.
- PromPerú (2015). Informe Especializado: Guía de acceso para alimentos al mercado de la Unión Europea. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radF176B.pdf>
- Proyectos de la Universidad de Lima. Obtenido de Proyectos de la Universidad de Lima: [http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5Csf_bdfde.nsf/imagenes/9A5B9CD541FA1720052573540070AE16/\\$file/10-25-ayta.pdf](http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5Csf_bdfde.nsf/imagenes/9A5B9CD541FA1720052573540070AE16/$file/10-25-ayta.pdf) Ramírez-Gastón, R. A. (02 de 06 de 2012).

Rivadeneira A., Tejada A. 2016. Las buenas prácticas agrícolas (BPA) como herramienta de sostenibilidad para la exportación de higos frescos en la empresa "Agrícola Athos" hacia el mercado europeo-francia, trujillo 2016.

Thomas L. Wheelen & J. David Hunger. (2013). Administración Estratégica y política de negocios. Hacia la Sostenibilidad global.

Trade Helpdesk (2018). Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios. Recuperado de:
<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/requisitos-sanitarios-y-fitosanitarios>

ANEXO 2

Tabla 28: Ficha de recojo de datos

PREGUNTAS	ENCUESTADOS			
	A	B	C	D
1	a	a	b	b
2	b	b	b	b
3	a	a	a	b
4	b	b	c	c
5	a	a	a	b
6	a	a	a	b
7	a	a	b	b

ANEXO 3

GUIA DE ENTREVISTA (MARKELLY)

- 1) ¿sus recursos financieros para el funcionamiento de la empresa, son propios o financiados?
- 2) ¿Cuenta con los recursos financieros necesarios para la exportación de sus productos?
- 3) ¿Cuenta con la capacidad productiva en maquinaria para la exportación?
- 4) ¿Cuenta con personal idóneo para los procesos de exportación?, o ¿consideraría incorporar nuevo personal con experiencia en procesos y de exportación?
- 5) ¿Considera su producto competitivo en el mercado español, para afrontar el reto de internacionalización?
- 6) ¿La empresa tiene algún conocimiento sobre, la existencia de alguna norma técnica o licencia obligatoria, para el ingreso al mercado español?
- 7) Sabiendo que para el ingreso de un producto a un país extranjero, este es gravado con ciertas tasas, ¿Conoce usted que tasa le corresponde a su producto en el mercado de España?
- 8) Al tener conocimientos del mercado español y los productos con los que se va a competir, ¿Considera usted que cuenta con los envases y embalajes adecuados para abordar dicho mercado?

ANEXO 4

CUESTIONARIO (MARKELLY-GERENTE)

Situación financiera de la empresa

Índice Financiero	Situación (Exportación de conserva de caballa))	
	Sobre el nivel de aceptación	Bajo el nivel de aceptación
1) Liquidez		
2) Endeudamiento		
3) Rotación del capital de trabajo		
4) Rentabilidad del capital		

Certificaciones obtenidas, o en proceso de obtención de la empresa

Certificado	Planea certificar
De gestión de la calidad ISO serie 9000	
De gestión ambiental ISO serie 14000	
De gestión de seguridad y salud ocupacional OHSAS 18001	
De gestión de la calidad QS 9000 (autopartes)	
Del sistema de análisis de peligros y control de puntos para la inocuidad de los alimentos HACCP	
Sello de calidad INEN	
Certificado de calidad de lotes y muestras para la exportación	

Estrategias de Internacionalización

Características fundamentales que identifica el estilo de gerencia

- a) Se orienta únicamente al cumplimiento de las tareas
- b) Fomenta la camaradería, pero carece de objetivos
- c) Se orienta a resultados, pero carece de participación efectiva del personal
- d) Integra los requerimientos del trabajo y del personal, en un sistema orientado a los resultados de la empresa

La empresa se gestiona:

- a) Sin un sistema claro
- b) Con un sistema de gestión estructural, orientado a la producción
- c) Con un sistema de gestión estructural, orientado al cliente
- d) Mediante un sistema de gestión de calidad basado en procesos y orientado al cliente

ANEXO 5

Tabla 29: Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Oferta Exportable Requerida	La Oferta Exportable tiene el propósito de lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales . PROMPERU (2003).	La oferta exportable de una empresa no solo es asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente, sino tiene que ver con su capacidad de producción, financiera y de gestión.	Capacidad de Producción	- Cantidad Máxima Demandada - Estacionalidad Demandada	- Guía Documentaria
			Capacidad Financiera	- Modalidades de pago	- Guía Documentaria
			Capacidad de Gestión	- Precio Accesible al mercado - Certificaciones y Requisitos de Ingreso requeridas - Estrategias de Posicionamiento	- Guía Documentaria
Oferta Exportable de la Empresa			Capacidad de Producción	- Oferta Máxima de Producción - Estacionalidad Ofertada	- Guía de Observación
			Capacidad de Financiera	- Capital actual - Capacidad de endeudamiento	- Entrevista: Aplicada a funcionario de la empresa.
			Capacidad de Gestión	- Precios Competitivos - Certificaciones y Requerimientos con las que cuenta - Estrategias y direccionamiento estratégico hacia la Internacionalización	- Entrevista: Aplicada a funcionario de la empresa. - Guía de observación

ANEXO 6:

Tabla 30: Matriz de Consistencia

"CALIFICAR LA OFERTA EXPORTABLE DE CONSERVAS DE CABALLA DE LA EMPRESA INVERSIONES MARKELLY SAC DE CHIMBOTE PARA EL MERCADO DE MADRID", Trujillo 2019.				
Problema	Objetivo General	Hipótesis	Variable	Unidad de Estudio
¿Califica la oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote para el mercado de Madrid, España, Trujillo 2019?	Calificar la oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote para el mercado de Madrid, España, Trujillo 2019.	H ₀ : La oferta exportable de conservas de caballa de la empresa Inversiones Markelly SAC de Chimbote no califica para el mercado de Madrid, España, Trujillo 2019.	Oferta Exportable Requerida	Empresa INVERSIONES MARKELLY S.A.C., Ubicada en Chimbote-Ancash y el mercado meta (Madrid-España).
			Oferta Exportable de la Empresa	
	Objetivos Específicos	Diseño de investigación	Dimensiones	
	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar la capacidad de producción de Markelly SAC, frente a la capacidad de producción requerida por el mercado de Madrid, España. - Determinar la capacidad Financiera de Markelly SAC, frente a la capacidad de Financiera requerida por el mercado de Madrid, España. - Determinar la capacidad de Gestion de Markelly SAC, frente a la capacidad de Gestion requerida por el mercado de Madrid, España. 	Investigación mixta, porque se aplica herramientas cualitativas y cuantitativas para el recojo de información a través de la entrevista y encuesta, No experimental ya que no se manipula la variable y solo se observa en un contexto determinado, y Transversal porque se hace solo en un momento determinado de tiempo, además descriptivo donde está basada en la evaluación de la situación actual de la variable para llegar a una conclusión propia.	Capacidad de Producción Requerida	
Capacidad Financiera Requerida				
Capacidad de Gestión Requerida				
Capacidad de Producción Ofertada				
Capacidad de Financiera Ofertada				
Capacidad de Gestión Ofertada				
			Instrumentos	
			<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Encuesta - Guía Documentaria 	

ANEXO 7:

TABLA 32: Análisis de Confiabilidad SPSS

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	4	100,0
Excluidos ^a	0	,0
Total	4	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,871	7

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Preservacion de Especie	8,7500	4,250	,980	,800
Mejora Continua	8,2500	6,917	,000	,896
Atencion Cliente	9,0000	5,333	,577	,863
Infraestructura y Maquinaria	9,0000	6,000	,272	,900
Desarrollo de Colaboradores	9,0000	5,333	,577	,863
Direccionamiento Estrategico	8,7500	4,250	,980	,800
Nuevos Mercados	8,7500	4,250	,980	,800

ANEXO 8:

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Luz Alicia Baltodano Nontel,
con documento de identidad N° 40573161, de profesión Estadístico
con Grado de Doctor, ejerciendo actualmente como Docente de investigación
en la Institución Universidad César Vallejo - Trujillo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación de Instrumentos, a los efectos de su aplicación en el *escribir el grado, nivel, institución o en su defecto datos de la muestra de investigación.*

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

Fecha: 11/12/19



Virma
DNI n° 405.731.61

ANEXO 9

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Jessica Ericka Vicuña Villacorta
 con documento de identidad N° 40981411, de profesión Lic. Estadística
 con Grado de Maestro, ejerciendo actualmente como Docente
 en la Institución Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación de Instrumentos, a los efectos de su aplicación en el*escribir el grado, nivel, institución o en su defecto datos de la muestra de investigación.*

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Items				✓
Amplitud de contenido				✓
Redacción de los Items				✓
Claridad y precisión				✓
Pertinencia				✓

Fecha:


 JESSICA ERICKA VICUÑA VILLACORTA
 LICENCIADA EN ESTADÍSTICA
 COESPE N° 238

Firma
 DNI n° 40981411

ANEXO 10

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, GRADOS VASQUEZ MARTIN MANUEL
 con documento de identidad N° 18206812, de profesión ECONOMISTA
 con Grado de DOCTOR, ejerciendo actualmente como DOCENTE,
 en la Institución UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - ESCUELA DE POSGRADO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta), a los efectos de su aplicación en el*escribir el grado, nivel, institución o en su defecto datos de la muestra de investigación.*

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Fecha:

Martin Plus
 Firma
 DNI n°...18206812

