



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“CULTURA EXPORTADORA EN LOS PRODUCTORES
DE CACAO TRINITARIO DEL DISTRITO DE HUARANGO
PROVINCIA DE SAN IGNACIO PARA LA EXPORTACIÓN
DE CHOCOLATES ORGÁNICOS A LA CIUDAD SEÚL-
COREA DEL SUR, AÑO 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

BACH. CUEVA VARGAS, SUSAN FIORELA
BACH. MEDINA TERRONES, FIORELLA TANET

Asesora:

MAG. ECON. VILLANUEVA PEREZ, SUSANA MARDELI
Cajamarca – Perú

2016

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora MBA. Susana Villanueva Pérez y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachiller **Susan Cueva Vargas y Fiorella Medina Terrones**, denominada:

**“CULTURA EXPORTADORA EN LOS PRODUCTORES DE CACAO
TRINITARIO DEL DISTRITO DE HUARANGO PROVINCIA DE SAN
IGNACIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CHOCOLATES
ORGÁNICOS A LA CIUDAD SEÚL- COREA DEL SUR, AÑO 2017”**

MAG. ECON. SUSANA MARDELI VILLANUEVA
PEREZ

MBA. RICARDO HUPIU CHEA
JURADO
PRESIDENTE

MBA. CHRISTIAAN MICHAELL ROMERO
ZEGARRA
JURADO

MBA. MIGUEL MACETAS HERNANDEZ
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	16
1.1. Realidad problemática	16
1.2. Formulación del problema.....	18
1.3. Justificación.....	18
1.3.1. <i>Justificación teórica</i>	18
1.3.2. <i>Justificación práctica</i>	18
1.3.3. <i>Justificación valorativa</i>	18
1.3.4. <i>Justificación académica</i>	18
1.4. Limitaciones	19
1.4.1. <i>Limitaciones Internas</i>	19
1.4.2. <i>Limitaciones Externas</i>	19
1.5. Objetivos	19
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	19
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	20
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes	21
2.1.1. <i>A Nivel Internacional</i>	21
2.1.2. <i>A Nivel Nacional</i>	23
2.1.3. <i>A Nivel Local</i>	25
2.2. Bases teóricas.....	26
2.2.1. <i>Cultura exportadora</i>	26
2.2.2. <i>Teoría de los recursos humanos</i>	45
2.2.3. <i>Investigación de Mercados</i>	48
2.2.4. <i>Teoría de la ventaja competitiva</i>	59
2.2.5. <i>Producción agrícola</i>	66

2.3.	Definición de términos básicos:.....	87
2.3.1.	<i>International commerce terms - Incoterms</i>	87
2.3.2.	<i>Cultura exportadora</i>	87
2.3.3.	<i>Oferta exportable</i>	87
2.3.4.	<i>Exportación</i>	87
2.3.5.	<i>Marca</i>	88
2.3.6.	<i>Recursos humanos</i>	88
2.3.7.	<i>Crecimiento económico</i>	88
2.3.8.	<i>Productividad</i>	88
2.3.9.	<i>Globalización</i>	88
2.3.10.	<i>Competitividad</i>	89
2.3.11.	<i>Valor agregado</i>	89
2.3.12.	<i>Planes tácticos</i>	89
2.3.13.	<i>Estándares</i>	89
2.3.14.	<i>Economía a escala</i>	89
2.3.15.	<i>Oferta</i>	90
2.3.16.	<i>Demanda</i>	90
2.3.17.	<i>Régimen aduanero</i>	90
2.3.18.	<i>Punto de equilibrio</i>	90
2.3.19.	<i>Producción</i>	90
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....		91
3.1.	Operacionalización de variables	91
3.1.1.	<i>Variable Independiente</i>	91
3.1.2.	<i>Variable Dependiente</i>	91
3.1.3.	<i>Operacionalización de Variables</i>	91
3.2.	Diseño de investigación	94
3.2.1.	<i>Tipo de investigación:</i>	94
3.2.2.	<i>Diseño de investigación</i>	94
3.3.	Unidad de estudio	95
3.4.	Población	95
3.5.	Muestra (muestreo o selección).....	95
3.5.1.	<i>Criterios inclusión y exclusión</i>	95
3.6.	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	96
3.6.1.	<i>Instrumentos</i>	96
3.7.	Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	96
CAPÍTULO 4. PRODUCTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL		97
4.1.	Idea de negocio.....	97
4.1.1.	<i>Oportunidad identificada</i>	97
4.1.2.	<i>Descripción del equipo emprendedor</i>	98
4.1.3.	<i>Descripción de la idea de negocio</i>	98
4.1.4.	<i>Descripción del producto</i>	98
4.2.	Análisis del entorno.....	110
4.2.1.	<i>Análisis del sector de inversión</i>	110
4.2.2.	<i>Análisis de las importaciones Mundiales de cacao</i>	115

4.2.3.	<i>Análisis de las exportaciones Mundiales de cacao</i>	116
4.2.4.	<i>Análisis de la Competencia a Nivel Internacional</i>	117
4.2.5.	<i>Análisis de le Industria</i>	118
4.2.6.	<i>Análisis del Ambiente Interno</i>	120
4.2.1.	<i>Análisis de mercado</i>	125
4.3.	Planeamiento estratégico.....	135
4.3.1.	<i>Estructura del Plan Estratégico</i>	135
4.4.	Plan de operaciones	139
4.4.1.	<i>Localización de le empresa</i>	139
4.4.2.	<i>Localización geográfica</i>	139
4.4.3.	<i>Distribución de planta</i>	140
4.5.	RAZÓN SOCIAL	157
4.5.1.	<i>Proceso de formalización de Cooperativa</i>	157
4.5.2.	<i>Régimen tributario</i>	164
4.5.3.	<i>Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)</i>	166
4.6.	Estructura organizacional.....	167
4.6.1.	<i>Organigrama</i>	167
4.6.2.	<i>Gestión del Recursos Humanos</i>	170
4.6.3.	<i>Proyección del gasto anual Recursos Humanos</i>	173
4.7.	Plan de marketing	174
4.7.1.	<i>Objetivos:</i>	174
4.7.2.	<i>Segmentación del Mercado:</i>	174
4.7.3.	<i>Definición de mercado:</i>	175
4.7.4.	<i>Posicionamiento del Producto:</i>	176
4.7.5.	<i>Estrategias Competitivas:</i>	181
4.7.6.	<i>Mezcla de Marketing</i>	181
4.8.	Plan financiero	187
4.8.1.	<i>Plan de inversión</i>	187
4.8.2.	<i>Depreciación y amortización acumulada</i>	189
4.8.1.	<i>Estados financieros</i>	192
4.8.2.	<i>VAN y TIR</i>	195
4.8.3.	<i>WACC Y CAPM</i>	196
4.8.4.	<i>Punto de equilibrio</i>	197
4.8.5.	<i>Financiamiento</i>	197
CAPÍTULO 5.	RESULTADOS	199
5.1.	Diagnóstico del productor.....	199
5.1.1.	<i>Perfil del Productor</i>	199
5.1.2.	<i>Diagnóstico de la producción</i>	201
5.1.3.	<i>Infraestructura</i>	210
5.1.4.	<i>Gestión de Recursos Humanos</i>	211
5.1.5.	<i>Cultura exportadora</i>	213
5.2.	Encuesta de gustos y preferencias	218
5.2.1.	<i>Consumidores de chocolates orgánicos según genero</i>	218
5.2.2.	<i>Consumo de chocolates</i>	219
5.2.3.	<i>Frecuencia de compra</i>	220

5.2.4.	<i>Motivo de compra</i>	221
5.2.5.	<i>Preferencia de compra</i>	222
5.2.6.	<i>Cantidad de chocolates comprados y dinero gastado</i>	223
5.2.7.	<i>Cantidad de dinero gastado en compra de chocolates</i>	224
5.2.8.	<i>Productos Similares</i>	225
5.2.9.	<i>Clasificación de los consumidores</i>	226
5.3.	Entrevista a especialistas.....	227
CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN		233
CONCLUSIONES		236
RECOMENDACIONES		237
REFERENCIAS		238
ANEXOS		241

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Producción De Cacao En La Región Cajamarca (2005-2007)	17
Tabla 2. Tipos de autoridad.....	31
Tabla 3. Dirección	32
Tabla 4. Descripción de Funciones	32
Tabla 5 . Costos de inventario.....	37
Tabla 6. Clasificación de los INCOTERMS	41
Tabla 7. Organización y sus niveles.....	45
Tabla 8. Clasificación Taxonómica.....	67
Tabla 9. Producción de cacao en plántones	70
Tabla 10. Plagas	71
Tabla 11. Variedades de cacao.....	81
Tabla 12. Composición nutricional	81
Tabla 13. Independiente (X): Beneficios de la cultura exportadora	92
Tabla 14. Dependiente (Y): Exportación	93
Tabla 15. Beneficios del consumo del chocolate.....	97
Tabla 16. Equipo emprendedor.....	98
Tabla 17. Composición.....	98
Tabla 18. Propiedades Físico – Químicas.....	99
Tabla 19. Nutricionales.....	99
Tabla 20. Factores diferenciales	100
Tabla 21. Línea de productos.....	100
Tabla 22. Clasificación Arancelaria	101
Tabla 23. Ficha técnica	103
Tabla 24 . Ficha Técnica envase secundario	104
Tabla 25. Información Técnica del Papel Protector del Envase Secundario	105
Tabla 26. Información Técnica del Embalaje - Caja	105
Tabla 27. Información Técnica del Pallet	106
Tabla 28. Información Técnica del Esquinero	107
Tabla 29. Información Técnica del Zuncho	107
Tabla 30. Información Técnica del Contenedor.....	109
Tabla 31. Importaciones Mundiales de Cacao	115
Tabla 32. Países exportadores de cacao	116
Tabla 33. Principales competidores europeos.....	117
Tabla 34. Código Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	118
Tabla 35. Fortalezas y oportunidades del sector productivo	119
Tabla 36. Debilidades y Amenazas del sector productivo	119
Tabla 37. Cruce de variables FODA.....	120
Tabla 38. Competidores Nacionales	121
Tabla 39. Importaciones mundiales de cacao de Perú.....	122
Tabla 40. Exportaciones mundiales de cacao de Perú	123
Tabla 41. Exportaciones Peruanas a Corea Del sur	124
Tabla 42. Principales países Importadores de chocolate	125
Tabla 43. Tabla de ponderación.....	126
Tabla 44. Ingreso Per Cápita – Corea.....	128
Tabla 45. Actividad económica.....	129
Tabla 46. Cifras del comercio exterior.....	129
Tabla 47. Principales Indicadores de la población	132
Tabla 48. Principales Ciudades.....	133
Tabla 49. Edad promedio de vida.....	133
Tabla 50. Población por edades.....	134
Tabla 51. Poder adquisitivo	134
Tabla 52. Consumo por Hogares	134
Tabla 53. Gasto por Categoría.....	135
Tabla 54. Descascarilladora de Cacao.....	141

Tabla 55. Máquina de tostado.....	142
Tabla 56. Máquina de molienda (molino)	142
Tabla 57. Máquina de prensado hidráulico de cacao	142
Tabla 58. Máquina de conchado (Refinador Conchador).....	143
Tabla 59. Máquina de templado.....	143
Tabla 60. Máquina de moldeado.....	143
Tabla 61. Máquina de refrigeración.....	144
Tabla 62. Máquina Empaquetadora	144
Tabla 63. Ficha técnica manteca de cacao	151
Tabla 64. Ficha técnica aguaymanto.....	152
Tabla 65. Ficha técnica pushgay.....	153
Tabla 66. Ficha técnica sauco.....	154
Tabla 67. Ficha técnica azúcar.....	155
Tabla 68. Ficha técnica emulsificante	156
Tabla 69 Régimen económico de la cooperativa.....	161
Tabla 70. Obligaciones Tributarias.....	165
Tabla 71. Régimen especial.....	167
Tabla 72. Puestos Laborales.....	171
Tabla 73. Derechos laborales.....	172
Tabla 74. Proyección Recursos Humanos	173
Tabla 75. Población de Seúl.....	175
Tabla 76. Segmentación demográfica.....	175
Tabla 77. Segmentación por ingresos.....	175
Tabla 78. Matriz de posicionamiento.....	176
Tabla 79. Benchmarking	180
Tabla 80. Certificaciones.....	182
Tabla 81. Precio	184
Tabla 82. Redes sociales	185
Tabla 83. Eventos comerciales	186
Tabla 84. Adecuaciones de local.....	187
Tabla 85. Equipos de Computo	187
Tabla 86. Mobiliario	188
Tabla 87. Maquinaria.....	188
Tabla 88. Gastos Preoperativos.....	188
Tabla 89. Resumen de Inversión Inicial	189
Tabla 90. Aportes.....	189
Tabla 91. Depreciación - Local.....	190
Tabla 92. Depreciación - Maquinaria.....	190
Tabla 93. Depreciación - Equipos de cómputo.....	191
Tabla 94. Depreciación- Mobiliario.....	191
Tabla 95. Depreciación - Amortización Acumulada.....	191
Tabla 96. Estado de Situación Financiera.....	192
Tabla 97. Estado de Resultados	193
Tabla 98. Estado de Flujo de Efectivo.....	194
Tabla 99. VAN y TIR	195
Tabla 100. CAPM.....	196
Tabla 101. WACC o CPPC.....	196
Tabla 102. Punto de equilibrio.....	197
Tabla 103. Financiamiento	198
Tabla 104. Sexo Productor.....	199
Tabla 105. Rango de edad productor.....	199
Tabla 106. Nivel de Instrucción	200
Tabla 107. Tiempo dedicado a la producción.....	201
Tabla 108. Hectáreas de producción.....	201
Tabla 109. Número de plantaciones por hectárea.....	202
Tabla 110. Tipo de riego	203
Tabla 111. Tipo de abono	203

Tabla 112. Frecuencia de abono.....	204
Tabla 113. Frecuencia de poda.....	205
Tabla 114. Principales variedades de cacao.....	207
Tabla 115. Tipo de producción.....	207
Tabla 116. Rendimiento por hectárea.....	208
Tabla 117. Certificaciones.....	208
Tabla 118. Tiempo de jornada laboral.....	209
Tabla 119. Riesgos del productor.....	209
Tabla 120. Áreas definidas.....	210
Tabla 121. Ingreso promedio.....	211
Tabla 122. Capacitaciones.....	211
Tabla 123. Capacitaciones que le gustaría recibir.....	212
Tabla 124. Pago de capacitaciones.....	213
Tabla 125. Exportación.....	213
Tabla 126. Venta en los principales mercados.....	214
Tabla 127. Ciudades de comercialización.....	215
Tabla 128. Oferta exportable.....	215
Tabla 129. Consumidores según el género.....	218
Tabla 130. Consumo de chocolates.....	219
Tabla 131. Frecuencia de compra.....	220
Tabla 132. Motivo de compra.....	221
Tabla 133. Preferencias de compra.....	222
Tabla 134. Cantidad de chocolates comprada y dinero gastado.....	223
Tabla 135. Dinero gastado en compra de chocolates.....	224
Tabla 136. Productos Similares.....	225
Tabla 137. Clasificación de los consumidores.....	226
Tabla 138. Resultados de entrevista especialista agencia agraria.....	227
Tabla 139. Entrevista a especialista en producción.....	230
Tabla 140. Producción al 100%.....	252
Tabla 141. Producción al 85%.....	252
Tabla 142. Producción Anual.....	252
Tabla 143. Capital de trabajo.....	253
Tabla 144. Materia Prima e Insumos.....	254
Tabla 145. Producción de masa de cacao.....	254
Tabla 146. Costo por Kilo de Masa de cacao.....	254
Tabla 147. Materia Prima e Insumos para Chocolate.....	254
Tabla 148. Formula del chocolate.....	255
Tabla 149. Costo por kilo de masa de cacao.....	255
Tabla 150. Costo por unidad de chocolate.....	255
Tabla 151. Presentación y Empaque.....	255
Tabla 152. Gastos de Servicios.....	256
Tabla 153. Otros Gastos.....	256
Tabla 154. Mano de Obra Directa.....	257
Tabla 155. Mano de Obra Indirecta.....	257
Tabla 156. Personal Administrativo.....	257
Tabla 157. Costo de Producción - Materia Prima.....	258
Tabla 158. Costo de Producción - MOD.....	258
Tabla 159. Costo de Producción - MOI.....	258
Tabla 160. Costo de producción - Indirectos.....	258
Tabla 161. Costo de Producción - Servicios.....	259
Tabla 162. Costo de Producción- Unidades Producidas.....	259
Tabla 163. Costo de Producción Total.....	259
Tabla 164. Implementos de Seguridad.....	260
Tabla 165. Implementos de limpieza.....	260
Tabla 166. Útiles de escritorio.....	260
Tabla 167. Gastos de Exportación.....	261
Tabla 168. Gastos de Marketing.....	261

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cultura Exportadora	26
Figura 2. Oferta exportable	27
Figura 3. Tipos de estructura jerárquica	30
Figura 4. Tipos de inventarios	36
Figura 5. Plan de producción-tres sistemas de producción	38
Figura 6. Fases de la planeación de RR.HH	46
Figura 7. Proceso de selección del personal	47
Figura 8. Segmentación de mercados	49
Figura 9. Segmentación Eficaz	50
Figura 10. Marketing Mix	51
Figura 11. Ciclo de Vida del producto	53
Figura 12. Fijación de precios por la demanda	54
Figura 13. Canales de Distribución	55
Figura 14. Zonas de producción de cacao	68
Figura 15. Mazorca Negra	77
Figura 16. La Moniliasis	80
Figura 17. Escoba de brujas	80
Figura 18. Mazorcas de cacao	82
Figura 19. Fruto maduro	82
Figura 20. Corte de Fruto	83
Figura 21. Planta fermentadora	84
Figura 22. Proceso de secado	85
Figura 23. Selección de granos	86
Figura 24. Encostalado	86
Figura 25. Diseño de la investigación	95
Figura 26. Representación Grafica	102
Figura 27. Etiqueta del producto	102
Figura 28. Ficha técnica Foil Convertido	104
Figura 29. Distribución de Cajas en el pallet	108
Figura 30. Distribución en el interior del contenedor	109
Figura 31. Principales productores de cacao	111
Figura 32. Países productores de cacao	111
Figura 33. Producción de cacao en el Perú	114
Figura 34. Matriz de selección de Mercados - CHOCOLATE	127
Figura 35. Valores empresariales	139
Figura 36. Localización geográfica	140
Figura 37. Distribución de planta	140
Figura 38. Secuencia de Temperado	148
Figura 39. Proceso de Manteca de Cacao	150
Figura 40. Condiciones para la constitución de una cooperativa	159
Figura 41. Registro SUNAT	162
Figura 42. Tabla de Tributación	166
Figura 43. Organigrama Inicial	168
Figura 44. Fuerzas competitivas de Porter	178
Figura 45. Canal de distribución	183
Figura 46. Cadenas de hipermercado	184
Figura 47. Nivel de Instrucción	200
Figura 48. Hectáreas promedio	202
Figura 49. Tipo de riego	203
Figura 50. Tipo de abono	204
Figura 51. Control de plagas	205
Figura 52. Principales plagas	206
Figura 53. Herramientas de control de plagas	206

Figura 54. Variedades de cacao.....	207
Figura 55. Rendimiento por hectárea	208
Figura 56. Riesgos de la producción	210
Figura 57. Ingreso promedio	211
Figura 58. Capacitaciones.....	212
Figura 59. Termino Exportación	213
Figura 60. Principales mercados de venta de su producto.....	214
Figura 61. Oferta exportable – significado.....	215
Figura 62. Exportación sin Intermediarios	216
Figura 63. Productos terminados	216
Figura 64. Usos del cacao.....	217
Figura 65. Desarrollo de un plan de negocios.....	217
Figura 66. Consumidores según el género	218
Figura 67. Consumo de chocolates.....	219
Figura 68. Frecuencia de compra.....	220
Figura 69. Frecuencia de compra.....	221
Figura 70 Preferencias de compra	222
Figura 71. Cantidad de chocolates comprada y dinero gastado	223
Figura 72. cantidad de dinero gastado en chocolates.....	224
Figura 73. Productos Similares	225
Figura 74. Clasificación de consumidores.....	226
Figura 75. Producción Anual	252

RESUMEN

La presente tesis se realizó con el fin de establecer los beneficios de la cultura exportadora en los productores de cacao trinitario del distrito de Huarango provincia de san Ignacio para la exportación de chocolates orgánicos a la ciudad Seúl- Corea del sur, 2017. Para analizar la situación actual de la producción de cacao, se desarrolló el diagnostico situacional de los producción y de los productores de cacao trinitario, una entrevista dirigida a los especialistas de agencia agraria de San Ignacio; técnicos en el proceso productivo del cacao, la aplicación de dichos instrumentos permitieron establecer los beneficios del desarrollo de la cultura exportadora en los productores de cacao trinitario.

El diagnóstico de la situación de la producción permitió poder establecer las características de la producción de cacao, estacionalidad de la producción, poder definir el proceso del cultivo de cacao, las herramientas y tecnología utilizada, establecer los tipos de plagas que afectan la producción, establecer la necesidad por parte de los productores de iniciar un proceso de manufactura de su materia prima.

El estudio sobre los gustos y preferencias sobre el consumo de chocolate realizado nos permitió establecer que existe un mercado altamente potencial para el ingreso de los chocolates orgánicos rellenos de frutas nativas a ciudad de Seúl.

El estudio económico – financiero realizado contempla el plan de inversión, análisis de los costos de producción de chocolates orgánicos, el análisis de los gastos de operación y la evaluación de la viabilidad del proyecto a través de los estados financieros, como son el Balance general, Flujo de caja ,etc.

Finalmente, se demuestra la viabilidad económica y financiera del proyecto a través de los resultados de los índices de rentabilidad, siendo nuestro Valor actual neto (VAN) de S/. 183,255.06 y la Tasa interna de retorno (TIR) de 20%.

Palabras Clave: Chocolate, Cultura Exportadora, Cacao

ABSTRACT

This thesis was conducted in order to establish the benefits of the export culture in trinitarian cocoa producers in Huarango District, San Ignacio Province, for the export of organic chocolate to Seoul City - South Korea, 2017. In order to analyze the current situation of cocoa production, the situational analysis of production and Trinitarian cocoa producers' was developed, an interview was addressed to agrarian specialists in San Ignacio agency; technicians in the cocoa production process, the implementation of these instruments allowed to establish the benefits of the development of exporting culture in trinitarian cocoa producers.

The diagnosis of the situation of production allowed to establish the characteristics of cocoa production, seasonality of production, to define the process of cocoa crops, tools and technology used to establish the types of pests that affect production, to set the need for the producers to initiate a manufacturing process of raw materials.

The study on tastes and preferences on consumption of chocolate made allowed us to establish a highly potential market for the entry of organic chocolates filled with native fruit to Seoul City.

The economic - financial study conducted contemplates the investment plan, analysis of production costs of organic chocolates, analysis of operating expenses and assessment of the feasibility of the project through financial statements, such as the Balance Sheet, cash flow, etc.

Finally, the economic and financial viability of the project is demonstrated through the results showing profitability ratios, and our net present value (NPV) of S / . 183,225.06 and the internal rate of return (IRR) of 20%.

Keywords: Chocolate, Exporting Culture, Cacao

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- ADEX. (2011). *Asociación de exportadores*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <http://www.adexperu.org.pe/>
- Aguirre, A., & Tuco, G. (2015). *CULTURA EXPORTADORA EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MICRO CUENCA MASHCÓN, BAÑOS DEL INCA - CAJAMARCA, PARA LA PRODUCCIÓN DE FRAMBUESA, AL MERCADO DE CANADÁ*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.
- Alayo, C., & Zumarán, A. (2014). *Asociatividad y cultura exportadora de los productores de cochinita de la provincia de San Marcos para la exportación de Jeans teñidos al mercado norteamericano-2014*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.
- Berckemeyer, F. (13 de Junio de 2016). Salud: el cautivador y atractivo nicho dermocosmético. *El Comercio*.
- Cahuana, L., & Ruiz, Y. (2014). *Características de Cultura Exportadora Para Fortalecer las Condiciones Actuales de Gestión de los Artesanos de Huambocancha Cajamarca, Orientados a la Exportación Rentable de Artículos Decorativos Artesanales Tallados en Piedra a EE.UU.* Cajamarca.
- Calle, A., & Tamayo, V. (13 de Diciembre de 2005). *Revistas Científicas Javeriana*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Pontificia Universidad Javeriana de Colombia: <http://www.redalyc.org/pdf/205/20503006.pdf>
- Calle, A., & Tamayo, V. (Diciembre de 2005). *Revistas Científicas Javeriana*. Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana de Colombia: <http://www.redalyc.org/pdf/205/20503006.pdf>
- Castro, A. (2008). *Manual de exportaciones*. Colombia: Universidad del Rosario.
- CCI. (2011). *Centro de Comercio Internacional*. Recuperado el 2011 de Julio de 2016, de <http://www.perucam.com/pdfs/GExportacion.pdf>
- CEADEX. (2008). *Centro Académico de ADEX*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <http://escuela.adexperu.edu.pe/>
- Chiavenato, I. (1994). *Administración de la producción*. Mac Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. México: Mc GRAW-HILL.
- Comercio Exterior. (2016). *Comercio exterior*. Recuperado el 20 de Julio de 2016, de Diccionario de comercio exterior: <http://www.comercio-exterior.es/>
- Comercio y Aduanas. (2014). *Comercio y Aduanas*. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/466-incoterms-2015>
- Cuatrecasas, L. (2012). Gestión de la producción. En L. Cuatrecasas, *Gestión de la producción* (pág. 79). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- DLE. (2016). *Diccionario de la Lengua española*. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de <http://dle.rae.es/index.html>
- Espinoza, A., & Villegas, A. (Diciembre de 2000). *Pontificia Universidad Javeriana de Colombia*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <http://www.javeriana.edu.co/>
- Espiza, A., & Villegas, A. (2000). *Pontificia Universidad Javeriana de Colombia*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/>
- Euromonitor, I. (2016). *Euromonitor International*. Recuperado el 08 de Julio de 2016, de <http://www.euromonitor.com/es-euromonitor-about-us>
- Frohmann, A. (Noviembre de 2010). *Organización de los Estados Americanos*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de <http://www.oas.org/en/default.asp>
- Gestión, D. (22 de Abril de 2016). Cajamarca es el departamento con mayor extrema pobreza del Perú, según INEI. *Diario Gestión*, págs. <http://gestion.pe/economia/cajamarca-departamento-mayor-extrema-pobreza-peru-segun-inei-2159183>.
- Gutiérrez, H. (2014). *Calidad y Productividad*. México: Mc Graw Hill.

- Hernández, S., & Pulido, A. (2011). *Fundamentos de la gestión empresarial*. Mexico: Mc GRAW - HILL.
- ISO 9000. (2005). *NORMA INTERNACIONAL ISO 9000:2005*. ISO.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Lanfranco, E. (22 de Julio de 2016). *Infocafés*. Recuperado el 1 de Agosto de 2016, de <http://infocafes.com/portal/noticias-y-eventos/crece-industria-peruana-del-chocolate-fino-y-de-aroma/>
- Lavanda, F., & Tabra, E. (2005). *Negocios Internacionales*. Lima: Contacto Empresarial SAC.
- León, C. (2007). GESTIÓN EMPRESARIAL PARA AGRONEGOCIOS. En C. León, *GESTIÓN EMPRESARIAL PARA AGRONEGOCIOS* (pág. 19). Mogrovejo.
- Ley general de aduanas*. (2012). Lima: MV Fenix.
- Lucena, R. (20 de Octubre de 2006). *Repositorio Institucional de la Universidad de los Andes*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Repositorio Institucional de la Universidad de los Andes: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/18219/2/articulo5.pdf>
- Lucena, R. (20 de Octubre de 2006). *Repositorio Institucional de la Universidad de los Andes*. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/18219/2/articulo5.pdf>
- Machuca, R. (2008). Obtenido de <http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/370bdcac852edacad217c434146de9bf.pdf>
- Mankiw, N. G. (2008). *Principios de economía*. Alcalá: Paraninfo.
- MINCETUR. (Julio de 2006). Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/PECEX/lecturas_complementarias/Documentos_normativos/PLAN_MAESTRO_CULTURA_EXPORTADORA.pdf
- MINCETUR. (Julio de 2006). *MINCETUR*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <http://ww2.mincetur.gob.pe/>
- MINCETUR. (2008). Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/penx/pdfs/Cacao.pdf>
- MINCETUR. (Junio de 2009). *Guía de Envases y Embalajes*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/envases%20y%20embalajes.pdf
- MINCETUR. (Enero de 2013). *El ABC del Comercio exterior-Guía Práctica del exportador*. Lima. Recuperado el 8 de Julio de 2016, de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=37&Itemid=2
- MINCETUR. (2013). *MINCETUR*. Recuperado el 11 de JULIO de 2016, de http://www.mincetur.gob.pe/PECEX/lecturas_complementarias/Documentos_normativos/PLAN_MAESTRO_CULTURA_EXPORTADORA.pdf
- MINCETUR. (2015). Obtenido de http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf
- MINCETUR. (2015). *PENX*. Recuperado el 11 de JULIO de 2016, de http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf
- MINCETUR. (2016). Recuperado el 11 de Agosto de 2016, de <http://ww2.mincetur.gob.pe/comercio-externo/plan-estrategico-nacional-exportador/penx-2025/>
- MINCETUR. (s.f.). *PENX 2013*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/PECEX/lecturas_complementarias/Documentos_normativos/PLAN_MAESTRO_CULTURA_EXPORTADORA.pdf

- MINCETUR. (s.f.). *PENX 2025*. Obtenido de http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf
- Mochon, F. (2007). *Miroeconomía*. Mc Graw Hill.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos del marketing*. Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Muñoz, M. (2006). Gestión de la producción . En M. A. Pérez, *Gestión de la producción* (pág. 11).
- Nahmias, S. (2007). *Análisis de la producción y las operaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Olave, J. (Diciembre de 2005). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <http://www.redalyc.org/home.oa>
- Olave, J. (2011). *Revista Científica Pensamiento y Gestión*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3588/2310>
- Perea, J. (2006). *Gestión de Recursos humanos: enfoque sistemático en una perspectiva global*. Lima: UNMSM.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto.
- Romero. (2006). Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <http://www.mincetur.gob.pe/>
- Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2004). *Fundamentos de finanzas corporativas*. México: Mc Graw Hill.
- SantanderTrade. (2016). *SantanderTrade*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de <https://es.portal.santandertrade.com/>
- Segura, J. (15 de Febrero de 2016). MEF espera que economía peruana crezca 4% en el primer trimestre del 2016. *Gestión*.
- Servicio Nacional de Aduanas. (2016). *Servicio Nacional de Aduanas*. Recuperado el 20 de Julio de 2016, de <http://www.aduana.cl/agentes-de-aduana/aduana/2012-04-27/094321.html>
- Sipper, D., & Bulfin, R. (1997). *Planeación y control de la producción*. México: Mc Graw- Hill.
- SUNAT. (2016). *SUNAT*. Recuperado el 20 de Julio de 2016, de <http://www.sunat.gob.pe/index.html>
- Uxó, J. (2016). *Expansión*. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de Diccionario Económico: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>
- Vilcarromero, R. (2013). *La gestión de la producción*. Andaluza: Fundación Universitaria .