



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“EL MERCADO FRANCÉS COMO OPORTUNIDAD DE
NEGOCIO PARA EL INCREMENTO DE LAS
EXPORTACIONES DE GRANADILLA PERUANA, TRUJILLO
2016.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Br. Mariana Ganoza Cribillero.
Br. Katty Suárez Perez.

Asesor:

MBA. Cotrina Villar Aldo

Trujillo – Perú
2016

APROBACIÓN DE LA TESIS

Los asesores y miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachiller Mariana Ganoza Cribillero y Katty Suárez Pérez, denominada:

**“EL MERCADO FRANCÉS COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EL
INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LA GRANADILLA PERUANA,
TRUJILLO 2016”**

MBA. Aldo Cotrina Villar
ASESOR

Dr. Alberto Zelada Zegarra
**JURADO
PRESIDENTE**

Ing. José Roberto Huamán Tuesta
JURADO

Abg. Víctor Gaspar Cuadra Jiménez
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

<u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u>	ii
<u>DEDICATORIA</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>AGRADECIMIENTO</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	vi
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>RESUMEN</u>	x
<u>ABSTRACT</u>	xi
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema.....	15
1.3. Justificación.....	15
1.4. Limitaciones	17
1.5. Objetivos	17
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	17
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	17
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes	18
2.2. Bases Teóricas	20
2.3. Definición de términos básicos	23
2.4. Hipótesis	25
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	25
3.1. Operacionalización de variables	25
3.2. Tipo de investigación	26
3.3. Diseño de Investigación	26
3.4. Unidad de estudio	26
3.5. Población	26
3.6. Muestra	26
3.7. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	26
3.8. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	27
CAPÍTULO 4. DESARROLLO	28
4.1. El fruto	28
4.2. Análisis Comercial Mundial	37
4.3. Análisis Comercial Nacional	45

4.4. Cadena Comercial	555
CAPÍTULO 5 RESULTADOS.	59
CAPÍTULO 6 DISCUSIÓN.	78
CONCLUSIONES.....	73
REFERENCIAS.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla N°01: Descripción de partida
- Tabla N°02: Principales países exportadores mundiales de granadilla
- Tabla N°03: Principales países importadores mundiales de granadilla
- Tabla N°04: Mercados internacionales
- Tabla N°05: Evolución de las exportaciones peruanas
- Tabla N°05.1: Proyección de exportaciones hasta el 2020.
- Tabla N°06: Principales mercados de destino de la granadilla fresca peruana
- Tabla N°07: Exportadores locales
- Tabla N°08: Exportadores nacionales actualizada al 2015
- Tabla N°09: Precio Promedio De Principales Productos Frutícolas En El Mercado Mayorista n° 2,2001-2010
- Tabla N°10: Proyecciones de los últimos trimestres
- Tabla N°11: Balanza Comercial Perú Francia
- Tabla N°12: Densidad poblacional en función a otros países de la UE
- Tabla N°13: Empresas peruanas exportadoras de granadilla
- Tabla N°14: Producción de granadilla en el Perú
- Tabla N°15: Comportamiento de la exportación de granadilla

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Granadillas frescas

Figura 02: Exportadores de granadilla

Figura 03: Importadores de Granadilla en el Mundo

Figura 04: Cadena de comercialización

Figura 05: Balanza Comercial Perú Francia

Figura 06: Densidad poblacional en función a otros países de la UE

Figura 06.1: Proyección para exportación de granadilla 2016- 2020

Figura 07: Producción nacional porcentual en el ultimo año

Figura 08: Comportamiento de la exportación de granadilla

RESUMEN

El desarrollo de un país depende principalmente de la capacidad de generar riqueza y para ello es necesario ser competitivos y participar en un gran mercado mundial, en esta era de la globalización; por ello la importancia que tiene el desarrollo del comercio internacional para un mercado mundial en comparación con un mercado local muy reducido.

El Perú se ha insertado en este proceso con un crecimiento muy significativo, principalmente en el sector agro exportador, contando en la actualidad con leyes que permite el ingreso con arancel cero de productos agrícolas; adicionalmente las negociaciones de la firma del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica, uno de los principales mercados objetivos de estas exportaciones. El crecimiento de las exportaciones se debe principalmente a frutos al natural; sin registrar una cifra importante que tienen los productos elaborados en base a granadilla. El mercado de jugos y bebidas, en países de la Unión Europea y Norteamérica está en constante crecimiento y elaborar bebidas en base a la granadilla podría ser una gran oportunidad para cualquier empresario audaz, sobre todo, de la fruta que no tiene calidad de exportación como fresca.

Esta tesis tiene como objetivo general determinar de qué manera el mercado Francés constituye una oportunidad de negocio para incrementar la exportación de granadilla peruana. La perspectiva de este estudio es el análisis cualitativo y cuantitativo de indicadores del mercado Francés, y así mismo del peruano, los cuales nos ayudaran a determinar si orientamos al mercado correcto nuestra oferta de granadilla peruana.

Se ha considerado tomar el desarrollo de este documento para presentar las oportunidades y retos que tendrían las empresas agroindustriales en la exportación de la granadilla para el incremento de la rentabilidad y el negocio en las empresas.

Por tal motivo, esperamos que este sirva como guía para todo aquel que comercie con granadilla y se motive con los resultados e indicadores expuestos a lo largo del documento, para aumentar y mejorar su producción y así cubrir la demanda insatisfecha de los mercados extranjeros que tan frecuentemente consumen este fruto.

ABSTRACT

The development of a country depends mainly on the ability to generate wealth and for this it is necessary to be competitive and participate in a large world market, in this era of globalization; for this reason the importance of the development of international trade for a world market compared to a very small local market.

Peru has been inserted in this process with a very significant growth, mainly in the agro-export sector, currently having laws that allows the entry with zero tariff of agricultural products; In addition to negotiations for the signing of the Free Trade Agreement with the United States of America, one of the main target markets for these exports. The growth of exports is mainly due to natural fruits; without registering an important number that the products elaborated on the basis of granadilla. The market for juices and beverages in countries of the European Union and North America is constantly growing and making drinks based on granadilla could be a great opportunity for any bold entrepreneur, especially fruit that has no export quality as Fresh.

This thesis has as general objective to determine how the French market constitutes a business opportunity to increase the export of Peruvian granadilla. The perspective of this study is the qualitative and quantitative analysis of indicators of the French market, as well as of the Peruvian market, which will help us determine if we guide the correct market our offer of Peruvian granadilla.

It has been considered to take the development of this document to present the opportunities and challenges that would have the agro industrial companies in the export of the granadilla for the increase of the profitability and the business in the companies.

For this reason, we hope that this will serve as a guide for anyone who trades with granadilla and motivate themselves with the results and indicators exposed throughout the document, to increase and improve their production and thus cover the unsatisfied supply of foreign markets that so frequently consume this fruit.

NOTA DE ACCESO

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

REFERENCIAS

Crece Negocios. (s.f). Diccionario de negocios. [En línea] Recuperado el 16 de marzo del 2016, de <http://www.crecenegocios.com/definicion/oportunidad-de-negocio/>.

Bustos, H. (2006, 18 de marzo). Herramientas para emprendedores. En Blog: Gestipolis.com. Recuperado el 15 de marzo de 2016, desde <http://www.gestipolis.com/proyectos-factibles-o-proyectos-viables/>.

López Carmelo, F. (2003). Manual para la preparación y venta de frutas y hortalizas. [Versión electrónica], Boletín de servicios agrícolas de la FAO, capítulo 5. Recuperado el 01 de abril del 2016, de <http://www.fao.org/docrep/006/Y4893S/Y4893S00.HTM>.

AURIS DEL RIEGO A. (15 de abril 2008) la Siembra de la Granadilla. Obtenido www.siembradegranadilla.com.ar.

BACA. Urbina Gabriel; "Evaluación de Proyectos"; tercera edición, McGraw-Hill, México 2006.

BOYD, Westfall Stasch; "Investigación de Mercados Texto y Casos" 5ta edición, editorial Limusa Noriega Editores México 2005.

CASTELLANO J. (24 de Mayo del 2008.) www.enfenix.webcindario.com/proyectos/botanica/granadilla.phtml -

CHIAVENATO, Idalberto, "Administración de Recursos Humanos" Me Graw Hill, 2da edición Santa fe de Bogotá, Colombia 2004.

COSTALES, G, Bolívar "Diseño y elaboración de proyectos de inversión"; editorial Politécnica, Ecuador 1996.

EVANS, James R - LIDAY, Filian M," Administración y Control de la Calidad", 6ta edición. España 2004.

FISHER, Laura "Introducción de la Investigación de Mercados" 3era edición,
editorial Me Graw Hill, México 2001.

LOSADA VERTIZ A. (20 de abril 2008) www.alejandrolosada.com.ar -
NAVARRA DIEZ A. (10 de Mayo del 2008)
www.ipes.org/aguila/glosario/granadilla.htm

PROMPERU. (17 de Agosto de 2013). PROMPERU. Obtenido de PROMPERU:
www.promperu.gob.pe

SALVATORE G. (21 de abril 2008)
www.agrobit.com.ar/Entrevistas/EN000037en.htm -

SIICEX. (2013). Sistema Integral de Información de Comercio Exterior.
Recuperado el Agosto de 2013, de Sistema Integral de Información de Comercio
Exterior: www.siicex.gob.pe