
PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PANELA ORGÁNICA PULVERIZADA DE LA CENTRAL DE PRODUCTORES ECOLÓGICOS SOLIDARIOS POR EL AGRO AL MERCADO DE ITALIA, PARA EL PERIODO 2015 – 2017.

EXPORTING PLAN FOR THE INTERNATIONAL COMMERCE OF ORGANIC POWDERED PANELA FROM THE CENTRAL ECOLOGICAL SOLIDARITY PRODUCERS OF THE AGRO FOR THE ITALIAN MARKET, FOR THE PERIOD 2015-2017.”

*Alfaro Arrascue, Grecia Romina¹
Tocto Ocupa, Kennedy Raúl²*

Resumen:

La investigación “Plan de Exportación para la Comercialización de Panela Orgánica Pulverizada de la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro al Mercado de Italia, para el Periodo 2015 – 2017”; está basada en las teorías de la Planificación Estratégica de Henry Mintzberg y en la Teoría de la Economía Internacional de Paul Krugman, incluida la Nueva Teoría del Comercio Internacional fundamentada en la Teoría Clásica de Adam Smith.

Se indica la formulación del problema, ¿De qué manera un plan de exportación para la comercialización de panela orgánica pulverizada permite a la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro aprovechar las oportunidades del mercado italiano, en el período 2015 – 2017?

El objetivo general, diseñar un plan de exportación para la comercialización internacional de dicho producto, nos permite fragmentar por fases el plan de exportación como: Diagnóstico, Diseño, Implementación y Monitoreo (Control y Ejecución).

La investigación se basó en un enfoque cuantitativo con tipo de investigación no experimental transversal o transeccional; con diseño de investigación correlacional causal y tipo de muestra probabilística; por ende se obtuvo una población muestral (05 expertos en comercio exterior), utilizándose la herramienta estadística Ji-Cuadrada, indicando tener $Xc^2 (5.00) > Xt^2 (3.84)$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, afirmando así la validación de hipótesis de investigación con una tendencia del 71% en grado de contingencia que se acepta como una correlación alta; es decir el plan de exportación para la comercialización internacional de panela orgánica pulverizada permite a CEPRESA aprovechar de manera positiva las oportunidades del mercado italiano, en el período 2015 – 2017.

Palabras Clave: Plan de Exportación, Comercialización, Productos Orgánicos, Panela Pulverizada.

¹ Adscrito a la Escuela Profesional de Negocios Internacionales – Facultad de Ciencias Empresariales: Universidad Señor de Sipán, Bach. Negocios Internacionales, Chiclayo – Perú, grecyromin12@gmail.com.

² Adscrito a la Escuela Profesional de Negocios Internacionales – Facultad de Ciencias Empresariales: Universidad Señor de Sipán, Bach. Negocios Internacionales, Chiclayo – Perú, kraultocto@gmail.com.

Abstract:

The research "Exportation Plan for commencing Organic Powdered Panela from the Central Ecological Producers of the Agro Market in Italy, for the period 2015 - 2017"; It is based on Strategic Planning of the theories of Henry Mintzberg and the Theory of International Economics of Paul Krugman, including the New International Trade Theory based on the classical theory of Adam Smith.

The formulation of the problem is indicated, how an export plan for the commercialization of organic powdered panela allows the Central Ecological Producers of the Agro , approach the opportunities of the Italian market in the period 2015 - 2017?

The principal objective, design an exportation plan for international commerce of the product, allows us to fragment phased in the exportation plan such as: Diagnosis, Design, Implementation and Monitoring (Control and execution).

The research was based on a quantitative approach with type of transverse or no experimental investigation; with design of investigation causal correlational and a kind of sample probabilistic; therefore a sample population were obtained (05 experts in foreign trade), using the chi-square statistical tool, indicating have $Xc2 (5.00) > Xt2 (3.84)$, so the null hypothesis is rejected and the investigation hypothesis is accepted , affirming the validation of investigation hypothesis with a trend of 71% in contingency degree is accepted as a high correlation; so, the export plan for international marketing of organic powdered panela allows CEPRESA approach positively the opportunities of the Italian market in the period 2015-2017

Key Words: Exportation Plan, Commerce, Organic Products, Powdered Panela.

1. Introducción:

En la actualidad para desarrollar negocios internacionales competitivos, se utiliza como una estrategia; el desarrollo de un plan de exportación que permita la comercialización de diversos productos a nivel internacional siendo uno de los factores claves de las empresas.

Las exportaciones representan una gran estrategia de entrada a los mercados internacionales y la forma de operación más aconsejable, por esta razón la panela se proyecta como un producto promisorio de exportación en el mercado italiano de productos orgánicos, por ser un producto de origen natural que permite satisfacer las necesidades y gustos de los consumidores que buscan mejorar su calidad de vida, salud y bienestar.

La presente investigación fue desarrollada con el objetivo de diseñar un plan de exportación para la comercialización internacional de panela orgánica pulverizada de la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro para el mercado de Italia, para el período 2015 – 2017; con la finalidad de que se pueda contar con una guía práctica como modelo de investigación para la elaboración de un plan de exportación que permita aprovechar de manera positiva las oportunidades del mercado italiano para la comercialización de dicho producto de la región de Lambayeque.

Para ello se consultó inicialmente el Manual de Competitividad para el Comercio Exterior basado en un Plan de Negocio de Exportación de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, permitiendo elaborar una estructura de un plan de exportación aplicado a la comercialización de panela orgánica pulverizada hacia el mercado italiano. Posteriormente se analizó el FODA de la empresa como herramienta para el proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de estrategias, acciones y medidas correctivas.

Luego se realizó un diagnóstico de la oferta exportable de la panela orgánica pulverizada de la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro evaluando la potencialidad y sostenibilidad en el mercado italiano, mediante herramientas de inteligencia comercial y datos estadísticas; así como también el Test Exportador de Promperú y analizamos la situación organizacional, empresarial, productiva, logística y financiera de la empresa.

Luego evaluamos los aspectos económicos, sociales, aduaneros, logísticos en el mercado de Bolonia – Italia, mediante un estudio de mercado y la consulta respectiva a los expertos en comercio exterior a través de una encuesta.

También se seleccionó estrategias de exportación mediante un plan operativo para comercializar panela orgánica pulverizada para la ciudad de Bolonia – Italia, a través de libros basados en estrategias así como una encuesta a la primera empresa exportadora a nivel nacional de panela ubicada en Piura, utilizando el benchmarking.

Finalmente se analizó la relación entre la propuesta del plan de exportación para la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro y su influencia en la comercialización de la panela orgánica pulverizada en el mercado italiano, mediante la contrastación de hipótesis; utilizándose la herramienta estadística Ji-Cuadrada, indicando tener $Xc2 (5.00) > Xt2 (3.84)$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, afirmando así la validación de hipótesis de investigación con una tendencia del 71% en grado de contingencia que se acepta como una correlación alta.

A medida que los mercados agrícolas se transforman y atraen a nuevas empresas y personas, las nuevas oportunidades de desarrollo hacen necesario establecer nuevas alianzas y métodos de trabajo más eficaces; esto apunta a la necesidad de encontrar innovadoras o mejores formas de asociarse; por ende este plan de exportación para la comercialización de panela orgánica pulverizada hacia el mercado de Italia con la ejecución trae condigo beneficios económicos y sociales para los productores:

- Contribuye a la mejora de la calidad de vida de los asociados, el desarrollo socio-económico local, Regional insertando en el mercado sus productos de alta calidad y valor agregado, preservando el medio ambiente, promoviendo la institucionalidad y la equidad de género.

- Prioriza las cadenas productivas (panela).
- Impulsa el acopio, comercialización y transporte de modo colectivo y directo, evitando la intermediación todo esto mejora la viabilidad comercial.
- Acceso del producto a los mercados Internacionales, mejorando los precios animando a los agricultores a invertir y a aumentar la producción, calidad de la panela.
- La Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro ayudan a superar los obstáculos con que se enfrentan los pequeños productores a la hora de ampliar sus actividades, por ejemplo, Capacitaciones y asistencia técnica a los productores en temas de producción caña orgánica, producción de panela basada en la norma técnica de la panela, todo esto ayuda al agricultor a que esté preparado para nuevos retos.
- La Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro ofrecen a los pequeños productores de panela oportunidades de mercado, junto a servicios como una mejor formación en gestión de producción de panela, acceso a participar en proyectos públicos (Procompite y agroideas), mejores tecnología para los módulos de procesamiento, servicios de extensión agraria (capacitaciones, asistencia técnica).
- Contar con productos certificados, en cuanto al Comercio Justo, la certificación le permitirá recibir un precio de venta mayor y más estable para sus productos, tomando en cuenta cualquier costo adicional que pueda surgir al cumplir los requisitos de Comercio Justo tales como, por ejemplo, pagar salarios mejores a los trabajadores. En general, se pretende que la prima que se reciba de Comercio Justo sirva como un medio para que las asociaciones productoras mejore la calidad de vida de sus miembros.
- Beneficio a productores de chancaca, aguardiente ya que con la producción se ha incrementado los precios de estos 2 productos de la producción de caña de azúcar.
- Reducción del alcoholismo y violencia familiar.
- La producción de panela se refleja directamente en un impacto en los consumidores y productores al aprovechar los recursos disponibles en la región y su valor agregado al ser introducidos en procesos de fabricación.

2. Materiales y Métodos:

El trabajo de investigación estuvo enfocado en el producto de la panela orgánica pulverizada mediante el diseño de un plan de exportación que permita la comercialización hacia el mercado de Italia (Bologna) por parte de la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro (CEPRESA), durante el periodo 2015 – 2017.

El estudio de investigación se inicia desde analizar el FODA de la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro (CEPRESA). Posteriormente se Diagnosticó la oferta exportable de la panela orgánica pulverizada evaluando la potencialidad y sostenibilidad en el mercado italiano, mediante datos de comercio a nivel internacional, nacional y regional. Luego se evaluó los aspectos económicos, sociales, aduaneros, logísticos en el mercado de Bologna – Italia a través de herramientas de inteligencia comercial y se seleccionaron estrategias para la exportación a través de la elaboración de un plan operativo mediante fuentes secundarias.

La metodología de este trabajo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo porque acepta que se puede controlar y predecir la realidad, busca probar hipótesis e intenta lograr la objetividad, mediante la estadística. (Niño Rojas, Víctor M., 2011). El tipo de la investigación es no experimental - transversal o transeccional correlacional porque se describe relaciones entre dos o más variables en un momento determinado para la recolección de datos en un tiempo único. (Benítez-Enns, S.; 2012). El diseño de la investigación es correlacional – causal porque describe relaciones entre variables en un momento determinado; en función a la relación causa efecto (causales) y su propósito medir el grado de relación. (Sampieri, H.; 2010).

En este estudio de investigación se obtuvo una población muestral de 05 expertos en comercio exterior; siendo el tipo de muestra probabilística, donde establece que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. (Sampieri, H.; 2010).

También se utilizó el método deductivo; lo cual parte de un marco general de referencia hacia algo en particular, de lo universal a lo individual, estableciendo que primero se debe observar la realidad para comprobar las hipótesis y determina los hechos más importantes en el fenómeno que se analiza (Munch L. & Ángeles E.; 2009); por ende hemos observado que existe una carencia en los planes de exportación para la comercialización de productos orgánicos, siendo la panela un producto con bastante demanda en los mercados internacionales; lo cual las asociaciones o empresas tienen dificultad en su comercialización.

Además se empleó la técnica de análisis documental mediante “El Plan de Negocio de Exportación - Manual de Competitividad para el Comercio Exterior” – PLANEX PROMPERU, también revistas, textos, libros, artículos de Internet y otras fuentes documentales basadas en los procedimientos de planes de exportación y comercialización de productos a nichos de mercado internacional; así como la técnica de encuesta a expertos en comercio exterior mediante una estructura analizando desde el plan de exportación y la comercialización. Posteriormente se utilizó como técnica adicional la encuesta a la primera empresa exportadora a nivel nacional de panela como es la Cooperativa Nor Andino y como instrumento adicional el test exportador aplicado como herramienta de autodiagnóstico para la empresa; el cual comprende la gestión empresarial, gestión productiva, gestión de los mercados y logística internacional y la gestión económica y financiera.

Después de obtener la información, nos permitió elaborar la tabulación de los resultados obtenidos y la contrastación de hipótesis entre el plan de exportación para CEPRESA y su influencia en la comercialización de la panela orgánica pulverizada en el mercado italiano, nos permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación; aceptar con un 95% de confiabilidad y 5% de margen de error que las variables se relacionan y son dependientes, tal como lo confirma la herramienta estadística Ji-Cuadrada, indicando tener $Xc^2 (5.00) > Xt^2 (3.84)$ con una tendencia del 71% en grado de contingencia que se acepta como una correlación alta.

Los principios éticos utilizados fueron la objetividad, veracidad, credibilidad de resultados y observación por parte de los participantes; así como los criterios científicos utilizados fueron criterio de rigor científico, valor de la verdad, aplicabilidad, consistencia, objetividad y relevancia.

3. Resultados:

Para analizar los resultados se tendrá en cuenta los objetivos que se viene presentando en la investigación de esta tesis basado en la contrastación de hipótesis:

TABLA N° 1: Frecuencia Observada

FRECUENCIA OBSERVADA			
PLAN DE EXPORTACIÓN PARA CEPRESA	COMERCIALIZACIÓN DE PANELA ORGÁNICA PULVERIZADA		
	RECHAZA (1 - 14)	ACEPTA (15 - 28)	TOTAL
DESCONOCE (1 - 6)	3	0	3
CONOCE (7- 12)	0	2	2
TOTAL	3	2	5

Elaboración: Propia

TABLA N° 2: Frecuencia Esperada

FRECUENCIA ESPERADA			
PLAN DE EXPORTACIÓN	COMERCIALIZACIÓN DE PANELA ORGÁNICA PULVERIZADA		
	RECHAZA (1 – 14)	ACEPTA (15 - 28)	TOTAL
DESCONOCE (1 - 6)	1.80	1.20	3.00
CONOCE (7 -12)	1.20	0.80	2.00
TOTAL	3.00	2.00	5.00

Elaboración: Propia

Estadígrafo:

es decir $5.00 > 3.841$

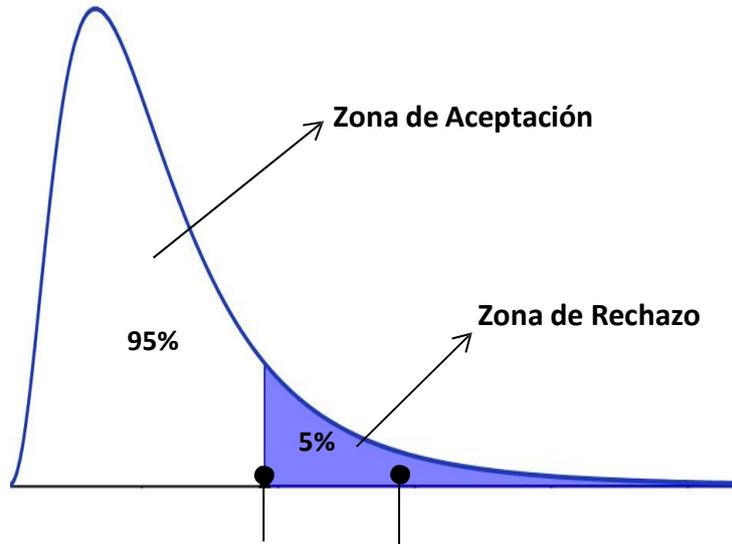


FIGURA N° 1: Norma Técnica de la Panela Granulada - Indecopi

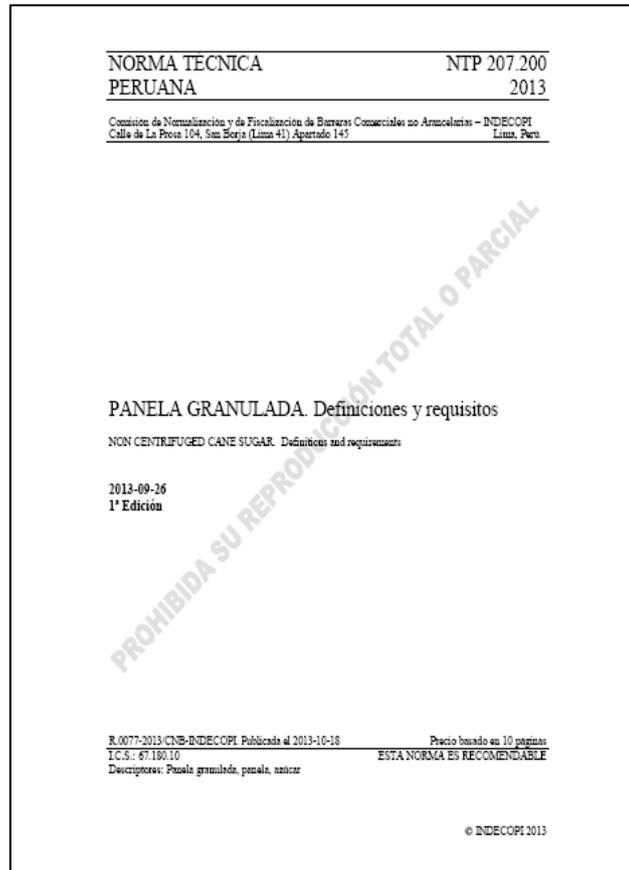


FIGURA N° 2: Fotos



Gerente General ONG –PROA: CEPRESA: REGIS GOULET



Jefa de Planta de la Cooperativa Nor Andino: Ing. YENY ROBLEDO BERMEO - Piura



Empresa: CEPRESA

4. Discusión:

En esta estructura se sintetizan los resultados más importantes que arrojaron las encuestas, donde se indicó el modo en que se responden las interrogantes a través del marco teórico:

Respecto a la formulación del problema

La formulación del problema fue planteada de la siguiente forma: ¿De qué manera un plan de exportación para la comercialización de panela orgánica pulverizada permite a la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro aprovechar las oportunidades del mercado italiano, en el período 2015 – 2017?; debido a que la Empresa no exporta al mercado de Italia, ya que no posee certificaciones hacia el mercado europeo, carece de estándares de calidad; por ende no cuenta con buenas prácticas agrícolas por parte de las asociaciones y falta de capacitación y asistencia técnica a los productores de caña de azúcar por parte de profesionales para fortalecer la oferta exportable.

Se diagnosticó mediante un test exportador como instrumento adicional la gestión organizacional, gestión empresarial, gestión productiva, gestión de mercados y logística internacional y la gestión económica financiera y obtuvimos como resultado que:

- No cuenta con un plan de exportación bien definido lo que dificulta ingresar a nuevos nichos de mercado donde se requiere contar con un buen plan desde la producción hasta el consumo final del producto.
- A veces utiliza herramientas de planeación estratégica; ya que es esencial en toda organización elaborar, desarrollar y poner en marcha planes operativos mediante la planificación estratégica, para así alcanzar los objetivos y metas planteadas por la empresa.
- No utiliza herramientas de inteligencia comercial lo que le dificulta obtener información de diferentes fuentes y predice el consumo de productos; por ende identificar tendencias y preferencias de consumo.
- No tiene el análisis de los estados financieros de los últimos tres años lo que no le permite determinar los beneficios o pérdidas en los que puede incurrir al pretender realizar una inversión u algún otro movimiento de dinero y tomar decisiones económicas dentro de la organización; ya que CEPRESA empezó a comercializar panela durante el 2014
- No tiene capacidad financiera para esperar los resultados de los mercados exteriores, debido a que es una pequeña empresa nueva en el mercado y que requiere aún de mayor posicionamiento en el mercado para estabilizarse económicamente.

Respecto al Objetivo General y Objetivos Específicos

El desarrollar un plan de exportación para la comercialización de panela orgánica pulverizada de la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro al mercado de Italia, para el Periodo 2015 – 2017". Fue construido bajo las teorías de la Planificación Estratégica de Henry Mintzberg y en la Teoría de la Economía Internacional de Paul Krugman, incluida la Nueva Teoría del Comercio Internacional fundamentada en la Teoría Clásica de Adam Smith. Así mismo las estrategias de exportación son respaldadas por autores como: Phillip Kotler, Gary Armstrong, Kevin Keller, Hartline y Ferrell; permitiendo elaborar el instrumento de la encuesta dirigida a expertos en comercio exterior especialmente en productos orgánicos y naturales tomando en cuenta la planificación estratégica, herramientas de planificación e

inteligencia comercial, potencial exportador del producto, mercado internacional, canales de comercialización, tendencias de consumo, envases, certificaciones, precios, sistema logístico y modalidad de pago.

5. Conclusiones:

- La exportación de panela orgánica pulverizada es una excelente oportunidad de crecimiento para la Central de Productores Ecológicos Solidarios por el Agro (CEPRESA) por ser un producto agroindustrial de mayor consumo y mejor pagado a nivel internacional; siendo una alternativa para incluir a los sectores rurales menos favorecidos, mejorando los ingresos de los pequeños productores.
- El análisis FODA de la empresa permitió ser una herramienta esencial para el proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de estrategias.
- El diagnóstico realizado de la oferta exportable de la panela orgánica pulverizada y luego de hacer la evaluación de la potencialidad y sostenibilidad en el mercado italiano; debe existir la cooperación de los productores sobre todo de las asociaciones de caña de azúcar si se quiere ingresar a un nuevo mercado.
- La evaluación al mercado objetivo nos permitió tener un conocimiento de aspectos económicos, producto, sociales, aduaneros, logísticos; estableciendo que Bolonia – Italia es considerada como una de las más desarrolladas de Europa contando con empresas, cooperativas y supermercados que compran este producto, donde la tendencia por productos orgánicos es primordial y va en aumento pese a que pueden llegar a costar hasta un 80% más que los productos tradicionales.
- Las estrategias seleccionadas para la empresa y el producto, permite hacer crecer la rentabilidad de CEPRESA y, por lo tanto, la economía de nuestro país.
- La contrastación de hipótesis entre el plan de exportación para CEPRESA y su influencia en la comercialización de la panela orgánica pulverizada en el mercado italiano, nos permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación; aceptar con un 95% de confiabilidad y 5% de margen de error que las variables se relacionan y son dependientes, tal como lo confirma la herramienta estadística Ji-Cuadrada, indicando tener $Xc2(5.00) > Xt2(3.84)$ con una tendencia del 71% en grado de contingencia que se acepta como una correlación alta.
- Los productores de caña de azúcar se han beneficiado en cuanto al precio, ya que el primero se vendía a S/. 10.00 soles el quintal, el segundo se producían aguardiente el cual les retribuía unas utilidades escasas; en cambio en la actualidad esta situación ha cambiado reciben mayores ingresos con un promedio de S/ 110.00 – 120.00 soles por quintal.
- También el mercado de los productos orgánicos representa uno de los más dinámicos y diversos con gran crecimiento en los últimos años, representando una alternativa para un número creciente de consumidores con tendencia por productos saludables, siendo un proceso selectivo del consumo mediante un reemplazo de calidad por cantidad.
- Los principales países importadores de panela (Italia, Francia y Canadá) solicitan a las empresas, asociaciones que producen y comercializan panela certificaciones de productos orgánicos como comercio justo.

6. Referencias:

BIBLIOGRAFÍA

Benítez-Enns, S. (2012). Mi tesis en 100 días. (Primera Edición). Estados Unidos de América: Liberty Drive.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ. (2009): Manual de Competitividad para el Comercio Exterior basado en un Plan de Negocio de Exportación (pp. 24 – 64).

Hartline Michael D & Ferrell. O. C. (2012). Estrategias de Marketing. (Quinta Edición). México: Cengage Learning Editores, S.A.

Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación. (Quinta Edición). México: McGraw-Hill Interamericana.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. (Décimo Primera Edición). México: Editorial Pearson.

Kotler, P. & Keller, K. (2013). Dirección de Marketing. (14a Edición). México: Editorial Pearson. (pp. 608 – 614)

Niño Rojas, Víctor M. (2011). Metodología de la Investigación: Diseño y Ejecución. (Primera Edición). Colombia: Ediciones de la U.

Staton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. (Décimo cuarta edición). México: Editorial Mexican.

LINKOGRAFÍA

Banco Mundial. [Versión Electrónica]. Recuperado el 5 de mayo de 2015, disponible en: <http://www.bancomundial.org/>

Central Intelligence Agency. (CIA). [Versión Electrónica]. Recuperado el 14 de mayo 2015, disponible en: <https://www.cia.gov/>

Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur. (COFACE). [Versión Electrónica]. Recuperado el 6 de junio de 2015, disponible en: <http://www.coface.com.pe/>

Doing Busines: Midiendo Regulaciones para hacer Negocios. [Versión Electrónica]. Recuperado el 16 de junio de 2015, disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/>

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. (TRADE MAP). [Versión Electrónica]. Recuperado el 17 de abril de 2015, disponible en: <http://www.trademap.org/>

Estadísticas del Comercio Exterior de Perú. (INFOTRADE). [Versión Electrónica]. Recuperado el 12 de mayo de 2015, disponible en: <http://infotrade.promperu.gob.pe/>

Export Helpdesk: European Commsision. [Versión Electrónica]. Recuperado el 10 de abril de 2015, disponible en: <http://exporthelp.europa.eu/>

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (FAO) [Versión Electrónica]. Recuperado el 4 de mayo de 2015, disponible en: <http://www.fao.org/statistics/es/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (INEI). [Versión Electrónica]. Recuperado el 13 de abril de 2015, disponible en: <http://www.inei.gob.pe/>

Logistics Performance Index. (LPI). [Versión Electrónica]. Recuperado el 8 de abril de 2015, disponible en: <http://lpi.worldbank.org/>

Mintzberg, H., Brian, J. & Voyer, J.(1997). El proceso estratégico. México: Prentice – Hall Hispanoamericana. [Versión Electrónica] Recuperado el 26 de octubre del 2014, disponible en: http://books.google.com.pe/books?id=YephqTRD71IC&pg=PA58&dq=planificacion+estrategica+Henry+Mintzberg&hl=es-419&sa=X&ei=YGRWVM_SK8iagwTWj4GYBA&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR). (2011). Plan estratégico nacional exportador 2003-2013 (PENX). Recuperado el 25 de octubre de 2014, disponible en: <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/penx/index.htm>

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (2012a). Agenda de competitividad 2012-2013. Recuperado el 24 de octubre de 2014 disponible en http://www.mef.gob.pe/contenidos/competitiv/documentos/Agenda_Competitividad_2012_2013.pdf

Ministerio de Agricultura y Riego. (MINAGRI). [Versión Electrónica]. Recuperado el 19 de abril de 2015, disponible en: <http://www.minagri.gob.pe/portal/>

Navajo, P. (2009) Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas. España: Narcea Ediciones. [Versión Electrónica] Recuperado el 26 de octubre del 2014, disponible en: http://books.google.com.pe/books?id=r_H3dpKH5kMC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Organización Mundial de la Salud. (OMS). [Versión Electrónica]. Recuperado el 28 de junio de 2015, disponible en: <http://www.who.int/es/>

Peña, O. (2009). Comercio Internacional. Argentina: El Cid Editor. [Versión Electrónica] Recuperado el 28 de octubre de 2014, disponible en: <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/docDetail.action?docID=10328377&p00=comercio%20internacional>

Sánchez, E. (2011). Cooperación Internacional, desarrollo y emigración en un mundo en crisis. España: Servicio de Publicaciones – Universidad de Murcia. Primera Edición. [Versión Electrónica] Recuperado el 26 de octubre de 2014, disponible en: <http://books.google.es/books?id=FETJaKZPTBAC&pg=PA135&dq=cooperaci%C3%B3n+internacional+en+econom%C3%ADA&hl=es&sa=X&ei=FrFWVKvCFcSngwT5vITwAQ&ved=0CCYQ6AEwAQ#v=onepage&q=cooperaci%C3%B3n%20internacional%20en%20econom%C3%ADA&f=false>

Sainz, J. La Distribución Comercial: Opciones Estratégicas. Madrid – España: Esic Editorial. Segunda Edición. [Versión Electrónica] Recuperado el 26 de octubre de 2014, disponible en: <http://books.google.es/books?id=HLwXz-NvVoEC&pg=PA139&dq=comercio+mayorista&hl=es&sa=X&ei=NrZXViftJsviggSMuIDoDQ&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q=comercio%20mayorista&f=false>

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (SIICEX). [Versión Electrónica]. Recuperado el 10 de junio de 2015, disponible en: <http://www.siicex.gob.pe/>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (SUNAT). [Versión Electrónica]. Recuperado el 25 de abril de 2015, disponible en: <http://www.sunat.gob.pe/>