



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**SISTEMA DE GESTIÓN EN CONTROL Y SEGURIDAD (SGCS)
BASC, COMO HERRAMIENTA DE MARKETING
INTERNACIONAL PARA LOS AGROEXPORTADORES
PERUANOS**

PRESENTADO POR

**DANIEL AARÓN AGUAYO CAMPOVERDE
MELISSA DANAÉ VALVERDE MALDONADO**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2016



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

Los autores permiten transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ciencias Administrativas
y Recursos Humanos

TESIS

**SISTEMA DE GESTIÓN EN CONTROL Y SEGURIDAD (SGCS)
BASC, COMO HERRAMIENTA DE MARKETING
INTERNACIONAL PARA LOS AGROEXPORTADORES
PERUANOS**

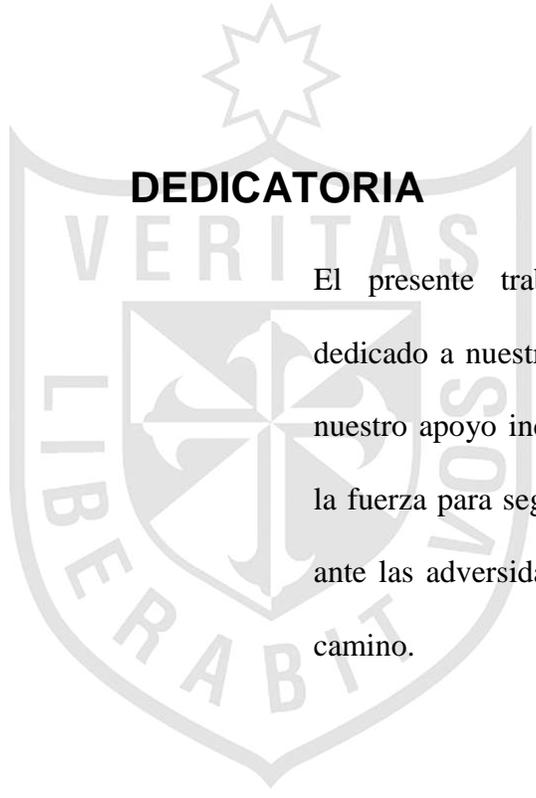
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR

**Bachiller DANIEL AARÓN AGUAYO CAMPOVERDE
Bachiller MELISSA DANAE VALVERDE MALDONADO**

LIMA-PERÚ

2016



DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a nuestros padres quienes han sido nuestro apoyo incondicional y nos han dado la fuerza para seguir adelante y no rendirnos ante las adversidades que se presentan en el camino.

AGRADECIMIENTOS

Nuestros agradecimientos van dirigidos, de manera especial, a nuestro asesor metodológico Alfredo Estrada Merino por su apoyo constante y las enseñanzas transmitidas durante el desarrollo de la presente investigación.

Agradecemos también a las personas que nos brindaron su tiempo y apoyo para el desarrollo de nuestro trabajo de campo quienes son los especialistas en temas de seguridad logística con conocimientos en marketing internacional, así como a los miembros de las empresas agroexportadoras certificadas y no certificadas con BASC que conformaron nuestra muestra y nos proporcionaron información valiosa para el desarrollo de nuestra investigación.

Asimismo, agradecer a los jueces expertos que nos apoyaron en la corrección y validación de nuestros instrumentos, los cuales forman parte importante de nuestro trabajo de campo y a todas las personas que han formado parte de nuestra investigación apoyando de una u otra manera al desarrollo y la realización de la misma.

Índice General

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN	9
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1 Planteamiento del problema.....	16
1.1.1. Problema a investigar.....	16
1.1.2. Delimitación del problema a investigar	18
1.1.3. Problemas abordados	24
1.2 Formulación del problema	27
1.2.1. Problema general	27
1.2.2. Problema específico.....	27
1.3. Objetivos de la investigación.....	28
1.3.1 Objetivo general.....	28
1.3.2. Objetivos específicos	28
1.4. Impacto potencial.....	28
1.4.1. Impacto teórico	29
1.4.2. Impacto práctico.....	30
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	32
2.1. Antecedentes	32
2.1.1. Antecedentes nacionales	32
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	40
2.2. Bases teóricas.....	46
2.2.1. Sector Agroexportador y su evolución en el Perú	46
2.2.2. Sector Logístico y su evolución en el Perú.....	52
2.2.3. Sistemas de Gestión de Calidad del Sector Agroindustrial	55
2.2.4. Comercio Seguro	73

2.2.5. BASC y el Comercio Exterior	74
2.2.6. BASC como herramienta de marketing para los agroexportadores	78
2.2.7. Impacto financiero	93
2.3. Hipótesis	98
2.3.1. Hipótesis general:.....	98
2.3.2. Hipótesis específicas.....	98
CAPÍTULO III. MÉTODO.....	100
3.1. Diseño	100
3.2. Muestra	102
3.2.1 Empresas agroexportadoras peruanas que cuentan con certificación BASC.....	103
3.2.2 Empresas agroexportadoras peruanas que no cuentan con certificación BASC.....	105
3.2.3. Especialistas en temas de seguridad logística y agroexportación.....	106
3.2.4. Ficha Técnica Muestral.....	108
3.3. Instrumentación.....	109
3.3.1 Ficha Técnica Instrumental.....	113
3.4. Procedimiento	114
3.4.1. Procedimiento de recolección de datos.....	114
3.4.2. Procedimiento de análisis cualitativo.....	115
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	118
4.1. Resultados de la investigación.....	118
4.1.1. El aporte estratégico de la certificación BASC a los agroexportadores peruanos....	119
4.1.2. Influencia de la certificación BASC en la decisión de compra para los agroexportadores peruanos.	120
4.1.3. La certificación BASC, como parte de la estrategia de ingreso a nuevos mercados.	123
4.1.4 Empleo de la certificación BASC como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales.....	125
4.1.5 La certificación BASC como aporte de mejora competitiva para los agroexportadores peruanos.	127
4.1.6 Impacto de la certificación BASC en la estrategia de precios para las empresas agroexportadoras peruanas.....	128
4.2. Discusión de resultados.....	130
4.2.1 Análisis de la validez y generalización del método.	132
4.2.2. Comparación de los resultados con antecedentes y bases teóricas.....	133
4.2.3 Análisis de la validez y generalización de los resultados.	134
4.2.4. Contrastación de las hipótesis con los resultados	134

4.2.5. Nuevas hipótesis	138
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	139
Conclusiones	139
Recomendaciones	143
Para los agroexportadores	143
Para el Estado	144
Para BASC	147
REFERENCIAS	148
APÉNDICES	150



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Principales Competidores de BASC	70
Tabla N° 2: Inversión inicial para el proceso de certificación al SGCS BASC	96
Tabla N° 3: Criterios de inclusión y exclusión de la población N° 1	104
Tabla N° 4: Empresas agroexportadoras peruanas que cuentan con certificación BASC ..	104
Tabla N° 5: Criterios de inclusión y exclusión de la población N° 2	105
Tabla N° 6: Empresas agroexportadoras peruanas que cuentan con certificación BASC ..	106
Tabla N° 7: Criterios de inclusión y exclusión de la población N° 3	107
Tabla N° 8: Ficha Técnica Muestral	108
Tabla N° 9: Ficha Técnica Instrumental	113
Tabla N° 10: Ficha de Análisis Cualitativo	117
Tabla N° 11: Discusión de Resultados	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Título: Perú: Exportaciones Agrarias Tradicionales y No tradicionales.....	20
Figura N° 2. Título: Principales destinos de las agroexportaciones 2014/2013 enero - octubre	22
Figura N° 3. Título: Perú: Exportaciones Agrarias, Enero – Diciembre 2010 – 2015 (Valor FOB en Millones USD)	48
Figura N° 4. Empresas certificadas con BASC por sector	77
Figura N° 5. Título: Etapas e inversión inicial para la implementación del SGCS BASC ..	95
Figura N° 6. Título: Impacto financiero de la implementación de un Sistema Integrado de Gestión	97
Figura N° 7. Título: Procedimiento de Recolección de Datos.....	114
Figura N° 8. Aspectos que influyen en la certificación BASC.....	122
Figura N° 9. La inclusión de BASC en la toma de decisión de una empresa para ingresar a un nuevo mercado internacional.	123

Figura N° 10. Realidad del empleo de la certificación BASC como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales	127
Figura N° 11. Comparativo Hipótesis - Resultados.....	137



RESUMEN

En los últimos años, el sector agroexportador en el Perú, se ha visto más que otros años, afectado por la industria del Tráfico Ilícito de Droga (TID), este cáncer de la cadena de suministro, ha ido creciendo de manera secuencial debido a que estas organizaciones se desarrollan en el marco de impunidad en la cual el estado peruano debe seguir dando dura batalla en conjunto con las empresas privadas para mitigarla. Según la ONU, el Perú está entre los primeros productores y comercializadores de cocaína a nivel mundial, de acuerdo a la última investigación de la “United Nations Office on Drugs and Crime”, perteneciente a la ONU, ya que nuestra cocaína es considerada como “cocaína reina” debido a su alta pureza y mezcla con otros estupefacientes que da un mayor valor de venta en el mercado internacional a este estupefaciente, dado esto, las exigencias de seguridad para las operaciones de Comercio Exterior, se han visto en la obligación de ser más estrictas y rigurosas con las empresas que participan en la cadena de suministros ya que, en caso de verse afectadas con este tema, impactará directamente con su imagen, perdiendo competitividad en el mercado mundial.

La presente investigación tiene como objetivo general identificar el aporte estratégico de la certificación BASC en las agroexportaciones peruanas, es decir, si esta funciona como una herramienta de marketing internacional consiguiendo introducir, promocionar, posicionar y generar un valor agregado de los productos que estas empresas ofrecen brindando una cadena logística segura y determinando una trazabilidad en las operaciones.

La metodología empleada para la obtención de los resultados está basada en un diseño de tipo exploratorio cualitativo, nuestras variables estarán expresadas en términos cualitativos. La

investigación está conformada por tres poblaciones, las cuales serán analizadas mediante instrumentos que serán las guías no estructuradas de entrevistas a profundidad.

De la investigación realizada se pudo concluir que muchas de las empresas agroexportadoras peruanas al tomar la decisión de certificar con BASC la identificaron como una herramienta de seguridad en la cadena logística; indicando que, posteriormente, identificaron que efectivamente por temas comerciales y de seguridad les trajo mejores y mayores resultados en temas de captación de nuevos clientes, marketing y seguridad organizacional.

Como conclusión obtuvimos que la certificación BASC, es un factor diferenciador para el mercado priorizando el tema de seguridad y dejando en un segundo plano, el tema comercial, para algunos agroexportadores, no resulta un factor determinante para cerrar negocios ni decisorio de compra para el cliente en el extranjero, ya que hay ciertos mercados como Europa y Asia, que no exigen certificaciones de seguridad para ingresar la carga a sus países, caso contrario a lo que sucede con el mercado estadounidense que sí lo solicita mediante el TLC firmado con Perú, lo cual nos llevó a plantear una nueva hipótesis.

Palabras clave:

BASC, herramienta de marketing internacional, agroexportadores peruanos, clientes y seguridad.

ABSTRACT

In recent years, the agroexporter sector in Peru has seen more than other years affected by the industry Illicit Drug Trafficking (TID), this cancer of the supply chain, has been growing sequentially since these organizations are carried out in the framework of impunity in which, the Peruvian state must continue to battle hard together with private companies to mitigate it. According to the UN, Peru is among the leading producers and marketers of cocaine worldwide, according to the latest research of the "United Nations Office on Drugs and Crime", belonging to the UN, since our cocaine is considered "queen cocaine" because of its high purity and mixed with other drugs that gives greater sales value in the international market this drug, given this, the safety requirements for foreign trade operations, have been obliged to be stricter and stricter with companies involved in the supply chain since, should be affected with this issue directly impacting their image, losing competitiveness in the world market.

This research has the general objective to identify the strategic contribution of the BASC certification Peruvian agricultural exports, ie if it functions as a tool of international marketing managing to introduce, promote, position and generate an added value of the products these companies offer providing a secure supply chain and determining traceability operations.

The methodology used to obtain the results is based on a qualitative exploratory design, our variables will be expressed in qualitative terms. The research consists of three populations, which will be analyzed by instruments that are unstructured in-depth interviews guides.

The investigation could conclude that many of the Peruvian to take the decision to certify with BASC agricultural export companies identified it as a security tool in the supply chain; indicating that subsequently identified effectively by trade and security issues brought bigger and better results in the areas of attracting new customers, marketing and organizational security to them.

In conclusion we obtained the BASC certification is a differentiating factor for the market prioritizing the security issue and leaving in the background, the trade issue, for some agricultural exporters, it is not a determining factor to close business or decision of purchase to the customer abroad, as there are certain markets like Europe and Asia, which do not require safety certifications to enter the burden to their countries. In the other hand in a market like the United States we must have the certification because, is a requirement in the FTA. Whit these we have to propose a new hypothesis.

Key words:

basic, international marketing tool, agro-exporter peruvians, clients and security.

INTRODUCCIÓN

El Perú, como uno de los principales productores y exportadores de cocaína del mundo en sus diversas formas de comercialización, ha venido creciendo de manera exponencial en los envíos hacia principales mercados en el exterior, estos han aumentado considerablemente, siendo así que el 80% de este estupefaciente sale por vía marítima desde nuestro territorio, y el 20% restante, vía aérea, fluvial y/o terrestre. Es así como el sector agroexportador, siendo un sector altamente sensible en estos temas, se convierte en un elemento altamente vulnerable debido al poco control que presentan en sus operaciones y el bajo análisis de riesgos que emplean las organizaciones ante esta problemática mundial.

Desde una visión de empresas seguras, nace el concepto de BASC que fue desarrollado para los principales gremios del Perú (ADEX, COMEX, CONUDFI, APAM, ASPPOR, etc.) y se busca desarrollar el concepto de profesionalizar a las empresas exportadoras, pero principalmente para esta tesis, a los agroexportadores mostrándoles que la certificación BASC se puede convertir en una excelente herramienta de marketing internacional y de seguridad, en la cual tenga mayores y mejores clientes, y sobre todo, mantenga la imagen de una empresa confiable en el mercado internacional haciendo respetar la trazabilidad que el producto requiere y asegurarse que la mercancía que se solicitó, sea la esperada por el cliente.

Esta investigación tiene por objetivo general identificar el aporte estratégico de la Implementación del SGCS BASC en los agroexportadores peruanos, del cual se desprende los objetivos específicos que permiten desarrollar a profundidad cada punto que contempla el objetivo general. Como objetivos específicos se han desprendido: determinar la influencia de la certificación BASC en la decisión de compra de productos de agroexportadoras peruanas, identificar como la certificación BASC puede ser empleada como estrategia de ingresos a

mercados internacionales, explicar cómo la certificación BASC funcionará como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales, determinar el aporte de mejora competitiva para los agroexportadores peruanos e identificar el impacto que genera la certificación BASC en la estrategia de precios para la empresa agroexportadora peruana.

En cuanto al método empleado en la investigación, se ha utilizado un diseño exploratorio del tipo cualitativo; el cual será desarrollado mediante instrumentos que serán guías no estructuradas de entrevistas a profundidad, las cuales han sido previamente evaluadas y validadas por jueces expertos en el tema. Se cuenta con 03 poblaciones, las cuales son especialistas en el tema de seguridad logística y marketing internacional, una población que considera empresas agroexportadoras peruanas certificadas con BASC, y finalmente, empresas No Certificadas con BASC, para los cuales se planteó criterios de inclusión y exclusión para seleccionar la muestra a entrevistar del total de la población.

La investigación tiene como impacto potencial el identificar a la certificación BASC en empresas agroexportadoras peruanas como estrategia de marketing internacional, que permita el ingreso a nuevos mercados, mejor desarrollo de los productos, promocionarlos y posicionarlos obteniendo nuevos clientes.

El presente trabajo consta de una primera parte en la cual se desarrolla el planteamiento del problema, se presentará este y se delimitará conceptual, temporal y espacialmente; así como los objetivos e impactos que genera ésta. El segundo capítulo desarrolla la fundamentación teórica en el cual se ve los antecedentes y bases teóricas del tema, de lo cual se desprenden las hipótesis. El tercer capítulo está compuesto por el método que se emplea, el diseño de la investigación, quienes conformaron la población y muestra, qué instrumentos se emplearon, y el

procedimiento para desarrollar la investigación. Seguido a esto, el cuarto capítulo se presentan los resultados y discusión de éstos; para finalizar con las conclusiones y recomendaciones.



CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1. Problema a investigar

El tema a investigar es cómo el Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC se convierte en una herramienta de marketing internacional para los agroexportadores peruanos. Lo cual permitirá darle un valor agregado a los productos/servicios, logrando una diferenciación notoria y una ventaja competitiva a nuestros agroexportadores a nivel de Sudamérica, el cual es un sector sensible en lo que respecta al tráfico ilícito de drogas.

Dentro de las últimas dos décadas la exportación de cocaína en el Perú, se ha ido modificando, debido a que el crecimiento económico que sostuvo nuestro país en materia de exportaciones se convirtió en un blanco atractivo para realizar estas transacciones ilícitas. Nuestras empresas dentro del país no contaban con medidas de gestión que les permita mitigar y/o contrarrestar estos hechos, como tampoco contaban con un plan de contingencia para no perder la continuidad del negocio.

El SGCS BASC es una iniciativa de lucha contra el tráfico ilícito de drogas que hizo su aparición en 1996 en San Diego California – USA; cuando MATTEL INC., fabricante de las famosas muñecas “Barbie”, descubrió que sus juguetes habían estado siendo utilizados para introducir droga a los Estados Unidos. Esto generó la iniciativa de crear este Sistema de Gestión en ayuda de la Aduana Estadounidense.

En el Perú, se estableció mediante el CEAD (Coalición Empresarial Anti Drogas) en el año 1997 y en el año 2003, se estableció como BASC PERÚ. Esto permite, hasta el día de hoy,

contar para nuestros Agroexportadores, con una herramienta de gestión que permite minimizar los riesgos dentro de la cadena de suministros.

Según el último informe de la Oficina Antidrogas de la ONU, el Perú se encuentra entre los tres primeros países exportadores de cocaína a nivel mundial, quienes completan el top tres, son Bolivia y Colombia. Cabe resaltar, que la cocaína peruana, es considerada “Cocaína Reina” debido a su alta pureza, y esto conlleva a triplicar su valor de mercado dependiendo el destino final que tenga esta ilegal mercancía (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2015). El informe presenta también, que la situación en el Perú, con lo que respecta a la erradicación de campos de cultivo de cocaína, si bien se ha reducido en un 13%, sigue siendo insuficiente para mitigar este ilícito negocio. El tráfico ilícito de drogas, representa el cáncer de la cadena de suministro que afecta tanto a personas como organizaciones.

Es por ello que es importante que los agroexportadores peruanos cuenten con una certificación en temas de seguridad como la certificación BASC, la cual permite asegurar los procesos dentro de la cadena de suministro, realizando una evaluación de riesgos basada en la ISO 31000, implementando un proceso de mejora continua en la organización y sobretodo, generando una imagen de confianza ante los clientes, siendo así que ésta se convierte en una herramienta de marketing internacional, ya que la finalidad para nuestros agroexportadores es buscar ingresar a nuevos y mejores mercados, promocionando sus productos, captando nuevos clientes y posicionándose en mercados internacionales estratégicos donde el concepto de calidad, vaya de la mano con el de seguridad.

1.1.2. Delimitación del problema a investigar

1.1.2.1. Delimitación espacial

En el desarrollo del Perú, el sector agroexportador ha sido y seguirá siendo un eje importante de crecimiento económico y reducción de pobreza debido a que una tercera parte vive en zonas rurales y el 50% de sus ingresos, es por parte de la Agricultura. Según datos del INEI, el 28,5% de la PEA trabaja en el sector agrícola y aporta cerca del 9% del PBI total del país.

A lo largo de la historia, el Perú se ha caracterizado por ser un país esencialmente agrícola, además de minero, por lo que los gobiernos a lo largo de la historia, han ido intentando otorgar reformas en pro de las mejoras en el agro. Antes de la reforma iniciada por el Presidente Belaunde en su primer gobierno, existían dos procesos modernizados del agro: la modernización de las haciendas, manejada por los hacendados - empresarios y la modernización de los espacios rurales, dirigida por los campesinos ricos y medios. Este no será el centro de investigación, pero nos permitirá delimitar espacialmente el contexto a desarrollarnos para demostrar que un Sistema de Gestión en temas de seguridad, permitirá optimizar recursos, tanto económicos como comerciales en beneficio del empresario, porque se desarrolla dentro de una actividad lucrativa, y para el gobierno, porque permite reducir el desempleo y desarrollar un sector tan descuidado como es el agrícola.

Los agroexportadores peruanos deberían implementar un Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, como una herramienta de marketing internacional, que les permitiría el ingreso a nuevos mercados con los que el Perú cuenta con TLC y/o acuerdos de cooperación internacional para tener un mejor desarrollo en temas de marcas, posicionamiento estratégico,

desarrollo de mercado e imagen, respetando y manteniendo los estándares internacionales a lo largo del tiempo.

Es así que el estudio a realizarse se va a llevar a cabo considerando a empresas agroexportadoras que se encuentren en territorio peruano, ya que éstas tienen operaciones tanto en la zona costera, como en la de sierra y selva.

1.1.2.2. Delimitación temporal

En el tiempo para el Perú, la actividad agrícola se ha caracterizado por una profunda heterogeneidad de tipos de agriculturas dependiendo de su nivel tecnológico, capacidad de acceso al financiamiento y articulación del mercado en función a sus características (Agricultura moderna, Agricultura tradicional, Cultivos potenciales de exportación y Cultivos de subsistencia).

Durante el año 2014 (enero a diciembre), las exportaciones agrarias llegaron a US\$ 5,335, 21% más que el 2013, esto impulsado por la demanda internacional (Ver figura)

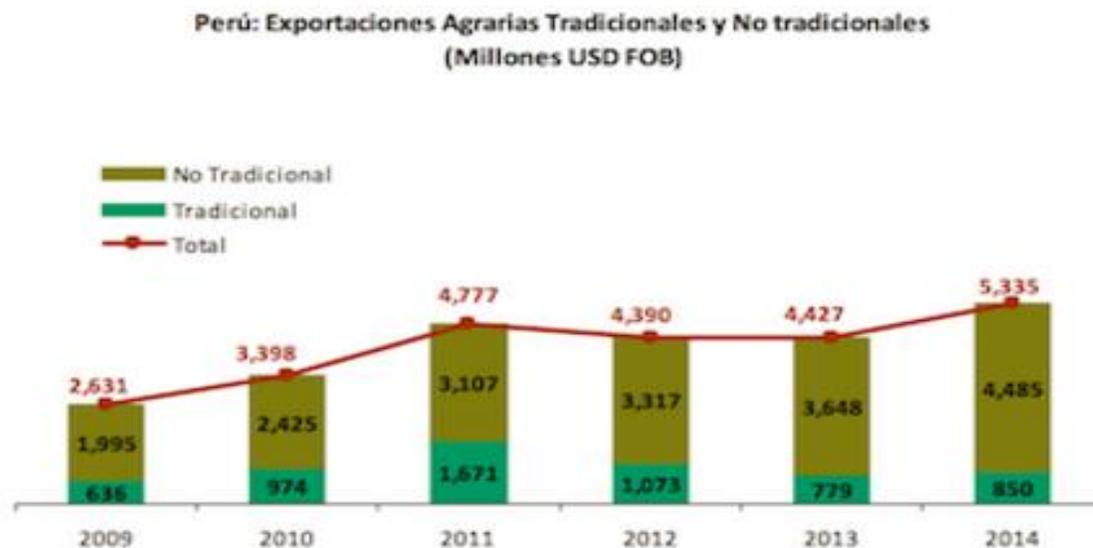


Figura N° 1. Título: Perú: Exportaciones Agrarias Tradicionales y No tradicionales

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINAGRI

El comportamiento de las agroexportaciones ha ido evolucionando en gran medida en los últimos 10 años, esto dado a que en el exterior valoran los productos peruanos que cada vez se han ido posicionando más siendo así el mercado agroexportador un rubro de constante crecimiento, pero así como va incrementando en volumen de ventas, el mercado internacional se convierte en un mercado cada vez más exigente por lo cual se torna de suma importancia el contar con certificaciones internacionales que avalen nuestras operaciones y transmitan confianza a los importadores de lo que se ofrece, logrando así captar mayor número de clientes e ingresar a nuevos mercados.

Debemos resaltar también, que de acuerdo a la tipología de la Agricultura, el segmento predominante corresponde a una agricultura extensiva de baja rentabilidad y poco competitiva

como resultado de una baja productividad y débil articulación con el mercado. El productor agrario se caracteriza también por un bajo nivel educativo, limitado acceso lo que hace que el recurso humano no esté desarrollado ni enfocado en aprovechar las oportunidades que el mercado presenta sin lograr tampoco satisfacer el mercado interno. Sobre una planificación a largo plazo, sustentada en un desarrollo organizacional y junto con una herramienta de gestión como lo es el SGCS BASC, el sector agrícola debería fortalecerse con el tiempo en mercados internacionales donde sea mejor visto y competitivo.

De acuerdo al reporte de la Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas (DGSEP) del Ministerio De Agricultura (MINAGRI), el año 2014 el valor de las exportaciones no tradicionales continuaron con una tendencia hacia el alza al reportar ingresos por más US\$ 4,500 millones de dólares y representó un 23% más que el año 2013. Por otro lado, las exportaciones agrarias tradicionales representaron en ingresos US\$ 850 millones de dólares, lo que refleja un aumento del 9% más que el 2013.

Al primer semestre del 2015, el sector agrario en su conjunto, sólo pudo conseguir un 2,8% más que el 2014 y el 2016, se pronostica un crecimiento mucho menor con la llegada del Fenómeno del niño.

Finalmente, detallaremos nuestros principales destinos en las Agroexportaciones 2013 al 2014. Resaltamos que para este año 2015 las exportaciones agrarias llegaron a 155 países, lo que representa 9 naciones más que el 2014, siendo EEUU el principal destino ocupando el 28% de la totalidad, seguido de Holanda con el 12%, Alemania 7%, España 5%, Ecuador 3%, entre otros.

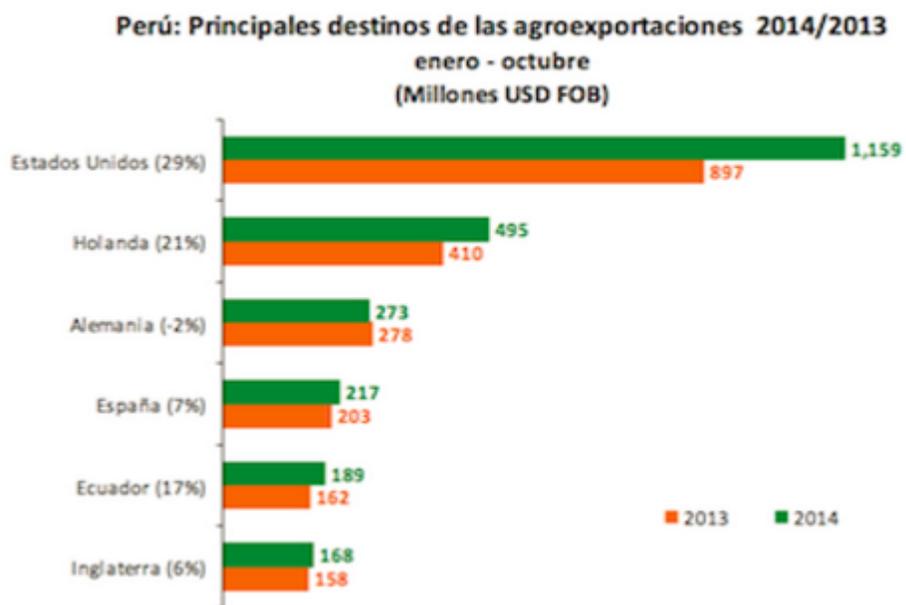


Figura N° 2. Título: Principales destinos de las agroexportaciones 2014/2013 enero - octubre

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINAGRI

1.1.2.3. Delimitación Conceptual

En lo que respecta a estudios sobre la certificación BASC como una herramienta de marketing internacional para los agroexportadores peruanos, se encuentra escueta bibliografía sobre el tema, dado que la mayoría de estudios se encuentran centrados en certificaciones de productos agroexportadores en lo que respecta a calidad, responsabilidad social, económica, corporativa, comunitaria, inocuidad, medioambientales; sin tomar en consideración la importancia de una certificación que asegure todo los procesos de la cadena logística, lo cual les va a permitir ingresar a nuevos y mejores mercados. Adicionalmente, los estudios realizados no son realizados en Perú, se encuentra gran números de análisis de la cadena de suministros en temas de seguridad y reducción de costos, esto ha formado parte de nuestras bases teóricas para el desarrollo de nuestra tesis.

En lo que respecta a estudios acerca de la certificación BASC, se tienen algunos artículos, más no estudios detallados acerca de los beneficios comerciales que genera el contar con esta certificación, así como estudios donde la aplicación de un Sistema Integrado de Gestión optimiza los recursos de la organización y aumenta las utilidades de la misma con la sola implementación del SIG.

Por ejemplo, el “Directorio Calidad Certificada en el Perú” (2012), cuenta con un artículo, en el cuál menciona en uno de sus ítems “En el plano comercial, la certificación BASC es un excelente referente de niveles de seguridad, que abre la puerta a mercados y clientes exigentes que desean que el producto que se les suministra llegue en condiciones seguras, esto aporta un sólido argumento de ventas” (GRUPO IMAGEN, 2012). Con lo que buscamos ampliar este punto y enfocarlo al sector agroexportador para que se identifique la importancia de contar

con esta certificación así como también se aprecie el beneficio que se puede obtener al ser empleada como una herramienta de marketing internacional.

1.1.3. Problemas abordados

Dentro de los problemas que se abordaron en la presente investigación, son temas actuales que repercuten en la toma de decisión por adquirir productor de nuestros agroexportadores peruanos y como ellos pueden enfrentar esta realidad.

- ✓ El dinamismo de la economía mundial afecta directamente el agroexportador peruano ya que no tiene capacidad de inversión debido a que busca que sus proyectos sean financiados con recursos de bancos (Por ejemplo, AGROBANCO) el cual, como es su corebusiness, no realiza un análisis ni asesora al agroexportador a saber si su proyecto de inversión tendrá réditos inmediatos o a largo plazo. Eso quiere decir que la inversión sigue siendo sin planificar. Adicionalmente, se debe tener claro que la cooperación técnica y el financiamiento internacional, también resultan provechosas para nuestros agroexportadores.
- ✓ La falta de desarrollo de biotecnología (mantener en armonía la biodiversidad con la tecnología) ya que esto permitiría aumentar la productividad, minimizar sus riesgos y optimizar los recursos naturales. Se debe tener en cuenta, que el obtener la certificación BASC y su implementación del SGCS, demanda esfuerzo e inversión, la cual debe ser visualizada en mejores y mayores clientes.

- ✓ Falta de confianza por parte del cliente en el extranjero, dado que nuestro país se encuentra ubicado dentro de los primeros productores de cocaína junto con Colombia y Bolivia.
- ✓ Los agroexportadores realizan una labor empírica y no especializada, lo cual implica que no se encuentren actualizados en mejores prácticas de comercio exterior y las tendencias que se manejan en el mercado internacional, como es la de brindar una logística segura, la cual podría estar respaldada si contarán con la certificación BASC.
- ✓ Los tratados de libre comercio, así como acuerdos de complementación económica, entre otros, promueven y fomentan la exportación de nuestros productos al liberarlos de aranceles o disminuirlos; sin embargo, a su vez, nos exigen que aseguremos y se realice un comercio seguro. El eliminar las barreras arancelarias y que el Estado Peruano promueve y dinamice la economía, permite al exportador peruano, ingresar a mercados donde la calidad, va de la mano con la seguridad.
- ✓ De acuerdo a las tendencias futuras del departamento de agricultura de los Estados Unidos (USDA), los precios deberían ir subiendo hasta el 2020 para ciertos productos agrícolas (arroz, maíz, etc.), el Ministerio de Agricultura frente a la realidad, ha desarrollado diversas maneras de informar que la aplicación de un Sistema de Gestión, es provechosa para las organizaciones y más aún si son en temas de seguridad como lo es BASC.

Con respecto a estudios sobre el tema, para el aún virgen mercado peruano, el tema de contar con Sistemas de Gestión que les permitan tener sus procesos controlados y procedimentados en temas de seguridad para minimizar riesgos y reducir costos, sigue

siendo escaso. Además, el generar una imagen de confianza y respetable en el mercado internacional, es un tema en el cual no hay amplios estudios, pero si existen artículos en temas de seguridad, los cuales son una constante de mejora ya que se deben mantener estándares mínimos exigidos por los países donde se exporte para evidenciar una trazabilidad en la operación y minimizar el riesgo de contaminación con alguna droga.

Es así que en los últimos diez años, el comercio exterior peruano se ha multiplicado por siete, generando nuevos desafíos para nuestros agroexportadores, más aun cuando los países imponen estándares de calidad y seguridad más exigentes, esto con la finalidad de garantizar la continuidad de sus negocios y tener planes de contingencia en caso se suscite un hecho de este tipo. El fin de BASC, es brindarle a las empresas la garantía de realizar procesos seguros para el mercado internacional.

Lo que se pretende realizar con la presente investigación, es que aquellos agroexportadores peruanos que no cuenten con un Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC para sus operaciones, cuenten con uno, ya que permitirá en el ámbito internacional, formar parte de un distinguido grupo de empresas asociadas a BASC, y esto le permite abrir las puertas a mercados y clientes del mundo que necesitan que su producto llegue en óptimas condiciones, tanto en calidad, como en seguridad.

Se viene observando una tendencia en los últimos años en donde las empresas buscan realizar transacciones mediante una logística segura, y al contar el agroexportador con BASC, estará garantizando a sus clientes que las operaciones internas y externas son totalmente respaldadas por un ente certificador como lo es BASC.

Por lo tanto, lo que busca esta investigación, es demostrar como un Sistema de Gestión, como lo es BASC, permite optimizar recursos, potenciar personas, posicionarse en mejores y

mayores mercados, generar un factor único y diferenciador donde permita que la organización crezca y se desarrolle tanto de una manera segura, y con altos estándares de calidad acordes a los que el mercado les solicite.

1.2 Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Es la certificación BASC una herramienta estratégica de marketing internacional para los agroexportadores peruanos?

1.2.2. Problema específico

1.2.2.1. ¿Es la certificación BASC un factor determinante para la compra de productos de agroexportación peruana?

1.2.2.2. ¿La certificación BASC forma parte de la estrategia de ingreso a mercados internacionales?

1.2.2.3. ¿Es la certificación BASC una herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales?

1.2.2.4. ¿Es la certificación BASC un elemento de mejora competitiva a los productos de agroexportación peruana?

1.2.2.5. ¿Cuál es el impacto de la certificación BASC en la estrategia de precios de los productos agroexportadores peruanos?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Identificar el aporte estratégico de la certificación BASC en las agroexportaciones peruanas.

1.3.2. Objetivos específicos

- ✓ Determinar la influencia de la certificación BASC en la decisión de compra de productos de agroexportadoras peruanas.
- ✓ Identificar como la certificación BASC puede ser empleada como estrategia de ingresos a mercados internacionales.
- ✓ Explicar cómo la certificación BASC funcionará como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales.
- ✓ Determinar el aporte de mejora competitiva para los agroexportadores peruanos.
- ✓ Identificar el impacto que genera la certificación BASC en la estrategia de precios para la empresa agroexportadora peruana.

1.4. Impacto potencial

La presente investigación tiene como propósito el implementar la certificación BASC en empresas agroexportadoras peruanas como una estrategia de marketing internacional, que les permita el ingreso a nuevos mercados, un mejor desarrollo de los productos que ofrecen, promocionarlos y posicionarlos en mercados internacionales obteniendo así nuevos clientes. Los agroexportadores peruanos no sólo conseguirán los beneficios en cuanto a captación de mercado,

ya que este sistema de gestión será de mucha ayuda para el control de los procesos de la empresa.

1.4.1. Impacto teórico

La presente investigación va a aportar información acerca de cómo los agroexportadores peruanos podrían emplear la implementación de un SGCS BASC como una herramienta de marketing internacional, que le ayudará a posicionar sus productos en el extranjero, vendiendo una marca confiable y haciéndolo de elección prioritaria ante empresas que no cuentan con ésta y no transmiten confianza y seguridad a los importadores que es lo que hoy en día buscan todos.

Más que conocimiento nuevo, aporta información, dado que hay muchos agroexportadores, así como también personas, que no tienen conocimiento de qué es un Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC, cuáles son los beneficios que trae consigo y qué provecho y utilidad puede sacársele a dicha implementación. Muchos de los agroexportadores peruanos realizan sus labores de manera empírica y sin tener conocimientos de cuáles son los requerimientos y exigencias de los clientes en el exterior o sin pensar en que se les puede ofrecer como un valor agregado que garantice seguridad, confianza y trazabilidad en las operaciones. Es por esto que la presente investigación busca informar, además de estudiar el sector agroexportador, detectando si realmente es debido a falta de conocimientos o que otros factores son los que influyen para que no cuenten hasta el momento con un Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC, así como también se busca testimonios de agroexportadores que ya cuenten con dicho sistema y transmitan porque decidieron implementarlo y en qué tanto los ayudo.

La investigación tuvo puntos comparativos y de estudios extranjeros, ya que BASC es una certificación de nivel internacional que cuentan con diferentes capítulos en diversos países, por lo cual si podrá adaptare a nuestra realidad enfoques de casos o teorías extranjeras, estudiando cómo ha resultado la aplicación de este tema en los diversos capítulos de BASC a nivel mundial.

1.4.2. Impacto práctico

La presente investigación beneficiará de manera directa a los agroexportadores peruanos, ya que les alcanza información acerca de cómo emplear una certificación internacional, como es BASC, como una herramienta de marketing internacional para promover sus productos en el extranjero, contactar nuevos clientes, posicionarse en el mercado internacional y generar una marca de confianza y seguridad en los importadores.

La investigación servirá para aquellas empresas, tanto agroexportadoras como de otros rubros relacionadas, al comercio exterior y estudiantes universitarios que estén interesados en aplicar el SGCS BASC y que deseen transmitir a sus clientes confianza, y adicionalmente, convertirlo en un valor agregado que será incluido como parte de nuestra carta de presentación para el mundo. Cada vez más, los mercados internacionales colocan barreras para poder negociar los productos, entre estas, se encuentran las certificaciones, el SGCS BASC, debe funcionar como un elemento diferenciador para los agroexportadores peruanos.

La utilidad que tendrá ésta investigación será informativa, ya que va a alcanzar detalles a los agroexportadores sobre esta certificación, así como también va a estudiar el rubro agroexportador e identificar el motivo a que certifiquen y cuáles son las razones por los que hay

empresas que aún no han certificado ya sea falta de información o qué otros factores han sido limitantes.



CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes

Existen diversos informes y estudios, tanto en el ámbito nacional como internacional, acerca de la importancia en la seguridad de la cadena logística internacional. Sin embargo; no todos resaltan el impacto que este tiene desde el punto de vista comercial y como herramienta de marketing para los exportadores, lo cual se ve reflejado en las pocas empresas agroexportadoras que al día de hoy se encuentran certificadas con BASC.

En lo que respecta al sector agroexportador encontramos estudios referentes al propio producto agrícola, estudios para ingreso a nuevos mercados o de cómo se ha venido desarrollando el sector en los últimos años, pero no encontramos que se realicen estudios en los cuales se evalúe la importancia de la seguridad en la cadena logística de este sector que es tan sensible en nuestro país.

2.1.1. Antecedentes nacionales

(Rendon, 2009) El suceso determinante para que se dé un boom agroexportador en el Perú, se dio a fines del 2000, al aprobarse la ley N° 27360 “Ley de Promoción Agraria”. Dicha ley brinda incentivos fiscales para los productos y la flexibilización del régimen laboral. Este auge exportador también se dio en respuesta a las políticas de apertura comercial y de

negociación por parte del estado, lo que se materializó en la firma de tratados de libre comercio con diferentes países alrededor del mundo.

(Hausmann R, 2008) A partir de la mitad de los noventa se comenzó a diversificar la oferta agroexportadora con cultivos de espárragos, páprika, mango, uva, pimiento, cebollas, tara, entre otros. Esto creó ventajas competitivas en el Perú gracias al mix de productividad, estacionalidad y costos operacionales.

(BASC PERU, 2010) Realizó el III encuentro denominado “La Seguridad en los embarques de mercancías por vía marítima”, ya que aseguraron que el 80% del transporte mundial y el 85% del comercio exterior peruano se realizan por esta vía. En dicho seminario remarcaron que llevando a cabo una eficiente revisión interna y externa de los contenedores se conseguira disminuir el narcotráfico así como el tráfico de mercancías ilegales. En dicho encuentro los agentes que conforman la cadena logística internacional revisaron la normativa peruana así como la seguridad y protección en el transporte marítimo de mercancías en contraste con el escenario global y por último la estrategia que llevara a cabo la Policía Nacional del Perú en la facilitación y seguridad de las mercancías.

(Masas, 2012) Menciona que la contaminación de carga lícita puede darse en cualquiera de los eslabones de la cadena logística, ya sea en el punto de origen, en el transporte terrestre hacia el terminal terrestre, puerto o aeropuerto, en el terminal de almacenamiento, terminal portuario, agencia de aduanas, etc. Es por ello, que los Tratados de Libre Comercio (TLCs) que tenemos firmados a la fecha tienen dentro de sus exigencias un punto específico referente a

temas de seguridad en el comercio internacional, que de no cumplirlos nuestro país puede verse seriamente dañado en temas de las preferencias arancelarias que hoy en día gozamos.

(Luna, 2015) En el semanario de COMEX, la Gerente General, menciona que uno de los retos que enfrenta el sector agroexportador está relacionado con la seguridad de la cadena logística de comercio exterior, para lo cual se requiere decisión política y liderazgo, ya que este no es un tema de poca relevancia, esto puede afectar de manera muy seria al sector si no es atendido a la brevedad y con la importancia respectiva. Esta opinión se da en un marco de desaceleración económica que enfrenta la economía peruana con lo que respecta a otros países de la región. Se debe apuntar a reflotar, mantener y mejorar el segundo lugar que ocupa la agroindustria como generador de ingresos para la economía siendo desplazada sólo por la minería en el primer lugar.

(GS1 Perú, 2014) el boletín electrónico que realizaron resalta a la trazabilidad como complemento a los requisitos que en la actualidad los mercados exigen, como: HACCP, BPM, Fair Trade-Mercado Justo, BASC, Certificación Orgánica, entre otros. El mundo globalizado en el cual se desarrolla el comercio de hoy en día exige trazabilidad y buenas prácticas logísticas para el desarrollo de servicios de valor agregado que ayuden a las empresas a ser más competitivas.

Se menciona también cómo la trazabilidad ha tomado fuerza en convertirse en una exigencia de ingreso a cada vez más países; por ejemplo, Estados Unidos, la Comunidad Europea y Japón lo han impuesto en su normativa de ingreso. En la otra mano, se resalta la importancia de poder

realizar un seguimiento a toda la cadena de suministro, pues, esto es una herramienta para el marketing y la diferenciación de productos en mercados globales.

(Araoz, 2005) Presenta en su informe uno de los capítulos titulado “Prioridades de la Política Comercial para el mediano plazo” en el cual detalla los principales puntos de la política de comercio exterior, plasmados en el Acuerdo Nacional, en los que se evidencia que se tomaba mayor atención por parte del Estado en fortalecer la cadena logística dado a las negociaciones que se venían realizando en el TLC con USA.

(LIBÉLULA - COMUNICACIÓN, 2011) En el informe se señala que en nuestro país la agricultura tiene un importante peso económico y social, ya que se calcula hay 2.3 millones de hogares en los cuales la actividad principal es la agricultura. Estos representan el 34% de hogares peruanos y generan aproximadamente el 7.6% del PBI Nacional. Lo cual nos muestra el porcentaje importante que representa la agricultura en nuestro país y que es un sector que crece de manera empírica, lo cual implica que exista desconocimiento para llevar a cabo procesos eficaces, ya que la base de su desarrollo está en las técnicas que vienen siendo repetidas tras el paso de las generaciones.

(Vasquez, Determinantes del crecimiento agroexportador en el Perú, 2015) De acuerdo a este estudio del BCRP denominado “Determinantes del crecimiento agroexportador en el Perú”, se analizan las determinantes del crecimiento agrícola entre 1998-2014, lo cual nos permite destacar que el notable crecimiento del sector agrícola se debe a la afluencia de tres factores en los cuales destacan i) el desarrollo tecnológico en la tecnificación del riego y mejora en el

manejo agronómico y en la gestión agroindustrial ii) el adecuado trabajo sanitario, control de la mosca en la fruta y establecimientos sanitarios por parte de SENASA y finalmente iii) la expansión de mercados de destino a través de los TLC's y promoción de la oferta exportable, materia que es de análisis en esta tesis de grado.

(Vasquez, Determinantes del crecimiento agroexportador en el Perú, 2015) Se ha presupuestado con el apoyo del estado peruano y de la inversión privada, el proyecto Chavimochic III, con una inversión de S/. 294 millones en un plazo de ejecución de cinco años. El proyecto requerirá aproximadamente US\$ 700 millones, los que serán cofinanciados por el Consorcio Rio Santa Chavimochic (Grupo Odebrecht y Graña y Montero) y los gobiernos centrales y regionales. Esto queda como precedente histórico, en la evolución y mejora para nuestros agroexportadores de la costa peruana.

(Consejo Nacional de la Competitividad, 2014) *“Los servicios logísticos, asociados con la oferta de infraestructura multimodal de transporte, son un factor relevante para la competitividad del país, debido a que requieren sincronizan las actividades de muchas organizaciones de la cadena productiva y comercial. Incluyen todas las operaciones necesarias para asegurar la entrega de mercancías, a los clientes. - desde las materias primas hasta el producto final en sus mercados de destino- con un estándar de calidad determinado.* Los altos costos logísticos que se manejan en nuestro país pueden ser un factor determinante que genere que los agroexportadores no inviertan en una certificación para su empresa la cual se puede ver como “opcional” y la operación logística sí como un gasto necesario o en su defecto, no la ven necesaria ni que genere valor a su servicio. Esto se da porque las empresas agroindustriales no

son lo suficientemente conscientes ni cuentan con los recursos, tanto financieros como humanos, para tomar la decisión de tentar a una certificación internacional.

(Ministerio de Transportes y Comunicaciones; Banco Interamericano de Desarrollo, 2014) el Plan Nacional establece aumentar la seguridad de la carga en todos los eslabones de la cadena de suministro mediante el apoyo de un sistema de trazabilidad, este concepto encaja perfectamente en la definición, objetivo y misión del SGCS BASC y su implementación en las empresas. Adicionalmente, el plan señala que se debe fomentar la confianza del sector productivo hacia los operadores logísticos que intervienen en la operación, esto para disminuir los riesgos potenciales de afectación al medio ambiente.

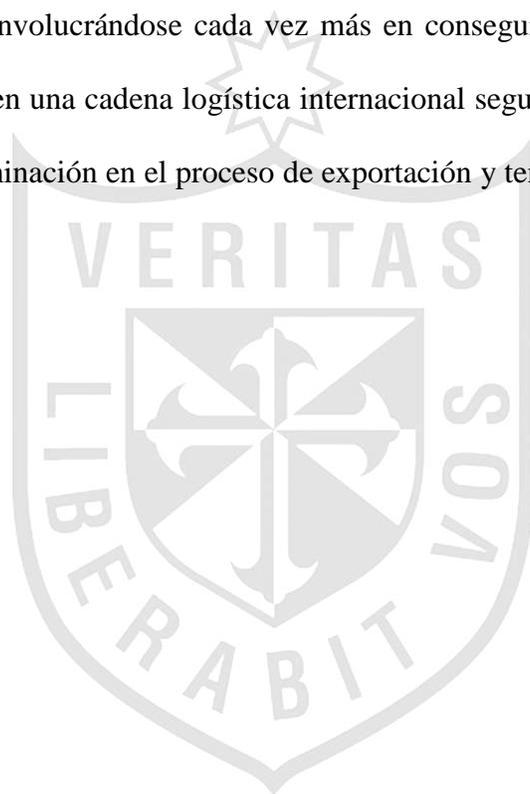
(Centro de Documentación para la Innovación de la Cadena de Suministro, 2014) se realizó un informe titulado “Gracias a trazabilidad Perú ofrecerá madera segura a mercados más competitivos” en el cual se puede resaltar lo indicado por Wilfredo Ojeda, director del proyecto “Trazabilidad de la madera procedente de concesiones forestales y comunidades nativas de Madre de Dios y Ucayali, República del Perú”. Quien indica “Las empresas pueden tener una computadora y acceder al internet, el problema está en la seguridad; al gobierno le corresponderá cumplir su función de dar seguridad para que no tengan el temor que los invadan”, con lo cual observamos que el sector maderero también requiere de una reforma en su logística, la única finalidad que tiene el poder diseñar, por ejemplo, un software en temas de seguridad, es detectar en tiempo real, donde se encuentran las amenazas que existen en nuestros procesos. Cabe indicar, que la aplicación de tecnologías en temas de trazabilidad y logística segura, dependerá de quien es el responsable de manipular dicha información.

(Consejo Nacional de la Competitividad, 2014) el Consejo Nacional de la Competitividad, es un ente gubernamental de articulación que promueve la competitividad del Perú, este consejo realizó una “Agenda de Competitividad 2014-2018 – Rumbo al Bicentenario”. Hacia el 2021 el Perú busca posicionarse como uno de los países con mayor crecimiento en el Mundo, por lo que esta agenda sienta un precedente para el país en temas de infraestructura, economía, logística, etc. Según el informe Doing Business, al 2014 el Perú ocupaba el puesto 55 en comercio transfronterizo de un total de 189 países, aunque la posición es un indicador de que los costos y procedimientos relacionados con la exportación e importación son “relativamente competitivos” ya que están por debajo del promedio de la región, estamos por encima de Colombia y Brasil y a la par con Chile. Sin embargo, el Perú enfrenta un problema particular vinculado a la falta de transparencia de costos logísticos y a la carencia de conocimiento de pequeños y medianos exportadores sobre procedimientos más eficientes con el único fin de reducir costos. Según el Banco Mundial, “la facilitación del comercio debe ser enfatizada dado que ésta juega un rol protagónico en la mejora de la competitividad nacional”, se deberían aprovechar recursos que ya están establecidos a nivel nacional como el VUCE, el OEA y el EXPORTAFACIL, cuyo alcance debe ser descentralizado.

(Robledo, 2012) Este autor menciona en su artículo que el consumidor quien es quien usa o consume el producto que se ofrece, es quien toma la decisión con respecto a la aceptación y preferencia por un producto sobre otro, por lo tanto, los servicios o productos que se encuentren certificados terminan siendo más atractivos y llegan a influir y determinar en la decisión de compra, llegando a que el consumidor esté dispuesto a pagar más por este por la confianza que le

transmite el contar con una certificación que lo diferencia del resto. Además, se puede inferir, que la relevancia de adquirir un producto certificado, es percibida como un valor agregado que compensa con el precio pagado, siendo el producto y su calidad, su valor más importante y el precio a pagar, deje ser relevante para el adquiriente o usuario.

De esta manera hemos podido observar que hay incentivos por parte del sector privado y que el sector público va involucrándose cada vez más en conseguir que las empresas noten la importancia de participar en una cadena logística internacional segura, la cual ayude a disminuir los altos índices de contaminación en el proceso de exportación y tener una mejor imagen ante el mundo.



2.1.2. Antecedentes internacionales

(Ministerio de Agricultura - Gobierno de Chile, 2013) Para poder negociar con Colombia les exige que deba asegurar el lugar de acopio y almacenamiento de la fruta, debe cumplir las condiciones de resguardo suficientes para evitar riesgos de contaminación con alguna droga y/o material explosivo. Esto determina que para poder negociar con algún país, debo contar con un Sistema de Gestión en Control y Seguridad (BASC) para que se establezca una relación de confiabilidad y de mejora de imagen para generar futuras negociaciones. Es así como la estrategia de los agroexportadores debería ir orientada a un mercado competitivo donde el modelo diferenciador deberá ser contar con la certificación BASC para brindar una imagen de confiabilidad y mejora continua en los procesos de Agroexportación y asegurar la estrategia de ingreso a ese mercado.

(Sánchez & Pérez-Salas, 2013) Establecieron una estrategia nacional de Seguridad Logística coordinada con los países vecinos, con la finalidad de implementar medidas y acciones eficaces contra el crimen organizado, la contaminación de cargamento con droga es un aspecto que afecta y preocupa a la logística regional. La minimización de los inventarios y puntualidad en las entregas, hacen que la seguridad sea un factor diferenciador de la competencia y sea un requisito indispensable para el ingreso a los diversos puertos del mundo. La experiencia internacional, muestra que la dispersión de medidas y la búsqueda continua de seguridad, tome medidas de seguridad privada y/o primas de seguro no estandarizadas, esto hace que los costos logísticos, que finalmente, se trasladan en el precio final que paga el usuario, se incrementen y se vuelva un problema y no una solución.

(ARLOG - Asociación Argentina de Logística Empresaria, 2004) En 1990 se crea la Asociación Argentina de Logística Empresaria que fue el resultado de la confluencia de una serie de circunstancias que estaban impulsando el surgimiento de una logística segura con el fin de capacitar y profesionalizar el sector, concientizar a los empresarios de aplicar una logística eficaz, eficiente y segura.

(ANSI - American National Standards Institute, 2007) Dirigida exclusivamente a la seguridad y prevención de riesgos en la cadena de suministros. El objetivo principal de esta norma, era proporcionar un marco de buenas prácticas para minimizar riesgos tanto para personas como para las mercancías transportadas a nivel mundial. Esta buscará identificar las amenazas tales como terrorismo, fraude, piratería, etc. Su estructura es similar a las normas ya antes establecidas por la Organización ISO buscando generar elementos comunes entre sus normas cumbre, la ISO 9001, la ISO 14001 y la ISO 28000, esto es una clara ventaja para las organizaciones que buscan implementar un Sistema de Gestión mucho más completo dentro de sus organizaciones. Finalmente, resaltar que al año 2007, BASC ya tenía en el mundo más de 15 años y en el Perú, cerca de 10.

(Sgut, 2006) En el cual se señala la importancia de contar con un SGCS BASC, y se detalla cómo es que esta ha funcionado como una herramienta de marketing al ser implementada en los puertos, pues se señala que al pertenecer a BASC las empresas son incluidas en una base de datos mundial de la Organización Mundial BASC (OMB), les permite utilizar la marca BASC como medida de diferenciación de las otras empresas de su sector, etc.

(Barbero, 2010) De acuerdo a un estudio realizado por el Banco Mundial en el 2012, el Banco Interamericano de Desarrollo desarrolló un Índice de desempeño logístico (IDL) por país, esto demuestra que, por ejemplo, en Chile, sólo el 15% del precio final del producto, representa el costo logístico total, mientras que en Brasil y México, representa cerca del 26% y 20% respectivamente. Este estudio representa el nivel de competitividad de los países latinoamericanos de acuerdo a sus costos internos y el impacto que tiene en el precio final para las exportaciones.

(World Economic Forum Annual Meeting, 2014) El reporte Global del WEF del 2014 deja un precedente para Latinoamérica indicando que con respecto al transporte vial, la calidad de carreteras como Chile y México, distan mucho de países como Perú y Bolivia y se evidencia la necesidad de inversión privada la cual permitirá mejorar infraestructuras e instalaciones para los operadores del comercio internacional. El foco del reporte, es mostrarles a los países que la facilitación y conexión multimodales permitirá la ampliación de servicios de concesión, esto dará fluidez y optimizará la el transporte terrestre entre los países vecinos con menores costos de transporte de carga.

(Salas, Cedillo, González-Ramírez, & Ascencio, 2012) *La seguridad logística, entendida como el conjunto de acciones que se realizan para velar por el correcto y oportuno funcionamiento de las cadenas de suministro, es un tema de progresiva importancia y que requiere de una adecuada coordinación público-privada, ya que sus afectos inciden tanto en los costos logísticos de las empresas como en la competitividad nacional y Sudamericana. Estos*

autores mencionan la importancia de llevar a cabo una cadena logística segura ya que esto incide en los costos logísticos y es un mal que aqueja no solo a los exportadores peruanos sino también a nivel sudamericano por la imagen que se proyecta actualmente por el tráfico de drogas a nivel mundial.

(Servicio de Administración Tributaria, 2016) *“El Nuevo Esquema de Empresas Certificadas (NEEC), es un programa que busca fortalecer la seguridad de la cadena logística del comercio exterior a través de la implementación de estándares mínimos en materia de seguridad internacionalmente reconocidos en coordinación con el sector privado y que otorga beneficios a las empresas participantes”*. Podemos observar que en México el Estado está buscando promover que las empresas desarrollen una cadena de logística internacional segura, ya que es hacia lo que hoy en día se apunta, lograr de manera conjunta que se estandarice requisitos mínimos en la cadena logística que garantice la seguridad en esta.

(Chopra & Meindl, 2013) Según estos autores, manifiestan que *“El objetivo de toda cadena de suministro debe ser maximizar el valor total generado. El valor (también conocido como superávit de la cadena de suministros) que genera una cadena de suministro es la diferencia entre lo que el cliente paga por el producto final y los costos en que incurre la cadena para cumplir con el pedido”*.¹ Es posible que el valor del producto final varíe para cada cliente pero la diferencia del valor percibido siempre deberá quedar a favor para el cliente.

¹**Superavit de la cadena de suministro = Valor del cliente – Costo para la cadena de suministros*

(Chopra & Sodhi, *Managing Risk to Avoid Supply-Chain Breakdown*, 2004) De acuerdo a la adaptación del estudio, “(...) *Las cadenas de suministro globales están sujetas a más factores de riesgo que las cadenas de suministros ubicadas en el pasado. Estos riesgos incluyen la interrupción del suministro, demoras en los abastecimientos, fluctuaciones de precios, demandas y tipos de cambio y el riesgo principal, el subestimar que la cadena de suministro es sostenible y sustentable en el tiempo, pero se producen casos de contaminación, robo y deterioro de mercancía (...)*”. Por lo tanto, podemos inferir que las cadenas de suministros estén enteradas, protegidos y cuenten con un plan de contingencia para los factores de riesgo, estos deberían ser pertinentes e incorporados en los procesos diarios de la organización.

(Summers, 2006) Indica que “*El entorno de negocio global que priva en la actualidad es extremadamente competitiva. Actualmente los consumidores están más que dispuestos a cambiar de un proveedor a otro hasta encontrar el mejor servicio o producto, disponibilidad, seguridad, calidad, tiempos, o cualquier otro factor que les interese*”. La autora refleja en el texto la importancia de la seguridad y de todo lo que el cliente considere necesario para elevar la calidad del producto.

(Summers, *Administración de la Calidad*, 2006) La autora del libro indica lo siguiente “*Dentro de los varios costos de la calidad, existe el costo de prevención, son aquellos en que incurre la compañía cuando realiza actividades diseñadas para evitar la mala calidad en sus productos o servicios. Los costos de prevención suelen considerarse de primera instancia, diseñados para garantizar que la creación del producto o servicio toma en cuenta los requerimientos del cliente*” Debemos entender este texto bajo el contexto que la nueva Norma

ISO 9001:2015, dentro de sus modificaciones a la versión 9001:2008, incluye los temas de seguridad y de la gestión como una herramienta de calidad y que optimiza los procesos de la organización, generando una trazabilidad intrínseca dentro de las actividades de comercio exterior sobre todo.

(Socconini, 2011) *“Para hacer posible un sistema logístico altamente confiable, las empresas deben educar, formar y desarrollar a su personal en la filosofía, metodología y herramientas que configuran Lean Six Sigma Logistics, ya que el involucramiento de todos en la empresa es lo que permite lograr resultados asombrosos, las empresas comprendieron que lo más importante es que la comunicación fluya desde la demanda real del cliente final, y así en cada eslabón de la cadena, hasta los proveedores.”* El nuevo concepto del siglo XXI habla ahora sobre el lean logistic, lo cual nos permite dar una logística eficiente, de calidad y segura para los actores de la cadena de suministro.

(UNECE, 2014) La Organización de Naciones Unidas crea en conjunto con especialistas en Sistemas de Información tanto de Europa como de EEUU, un estándar para la transmisión de información electrónica denominado EDI/FACT (Electronic Data InterchangeForAdministration, Commerce and Transport) para el intercambio de documentos comerciales en el ámbito mundial, existiendo subestándares para cada tipo de negocio. Esto marco un hecho importante para la transmisión de datos e información entre los actores de la cadena de suministro. Su implementación en el mundo, se dio mediante las Normas ISO, un directorio de la ONU aprobó este estándar y se formó el ISO 7372 para ser aplicado a nivel macro.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Sector Agroexportador y su evolución en el Perú

Desde el año 2005 la agricultura ha tenido un crecimiento positivo debido al dinamismo de la economía interna y a la apertura comercial que tuvo el Perú, a pesar de la desaceleración en el 2009 producto de una crisis financiera que golpeó a las economías mundiales. Sin embargo, el sector aún presenta un bajo desarrollo tanto agrario como rural que debería superarse para aprovechar y rentabilizar las oportunidades que grandes mercados están generando.

Podríamos determinar cuatro grandes causas de este aún bajo desarrollo del sector agrícola. En primer lugar, podríamos indicar el no aprovechamiento sostenible de los recursos naturales con los cuales cuenta nuestro país, considerando que somos un país mega diverso y que contamos con 84 de 104 zonas de vida reconocidas en el mundo y 11 ecorregiones, sus bosques albergan el 11% de las especies de fauna silvestre y tenemos el 8% de la flora mundial. En segundo lugar, podríamos indicar que el sector cuenta con un bajo índice de competitividad y rentabilidad agraria, debemos tener en cuenta que uno de los principales problemas que sufre el sector, es la falta de inversión y capacitación técnica que permita especializar operarios agrícolas con el fin de dar un mejor trato a las cosechas, además de un bajo capital humano, físico y social.

En tercer lugar, el limitado acceso a servicios básicos y productivos del pequeño productor agrario, esto tomando en consideración que es población empírica sin conocimiento técnico que ha ido desarrollando una forma de agricultura familiar de subsistencia, donde no hay presencia ni del estado ni de inversionistas, también el limitado apoyo para mejorar los servicios públicos de salud, educación, electrificación, saneamiento, comunicación, etc. Finalmente, el débil desarrollo institucional en el sector agrario, uno de los principales problemas que sufre el

Perú, en general, es la debilidad en sus instituciones, esto hace que tengamos un Ministerio de Agricultura que funciona como bombero, sin previsión ni planes de desarrollo para uno de los sectores que mayores divisas le genera al país y que permitiría a mucha población dejar la pobreza y la subsistencia, para pasar a mejorar su calidad de vida.

Durante el periodo 2011-2014, el Sector Agrícola creció a un promedio anual de 3.1% y sus exportaciones a diciembre del 2015, alcanzaron ventas superiores a las US\$ 4,868 millones, esto de acuerdo a lo indicado por el Ministro Juan Benítez al Pleno del congreso en noviembre del 2015. Se debe resaltar que el Perú se consolidó como el primer exportador mundial de espárragos, quinua y maca, desplazando a Bolivia, y el tercero en producción de palta hass y alcachofas. Podemos afirmar que la agroexportación, se ha convertido en el segundo proveedor de divisas en el país con un crecimiento promedio anual del 16%.

Como primer punto importante a resaltar, luego de resaltar líneas arriba cuatro ejes de problemas para el sector, se debe tomar en cuenta que desde el Gobierno militar del Presidente Velasco se dieron múltiples reformas hacia las tierras, sus dueños y el sector agrícola en general.

El Perú presenta una enfermedad, al parecer incurable, que es el tráfico ilícito de drogas y la producción de cocaína en tierras fértiles para poder hacer sembríos agrícolas. En el 2015, el presidente Humala sobrepasó la meta de erradicación de hectáreas de cocaína llegando a las 35 mil, superando considerablemente a anteriores gestiones donde sólo se llegaba a las 10 mil hectáreas erradicadas por año. Este golpe para el narcotráfico, ha permitido que muchos peruanos dedicados al agro, vean una oportunidad de crecimiento para sus tierras con cierto apoyo del gobierno y/o inversionistas extranjeros. De acuerdo a un diagnóstico realizado por el Ministerio de Agricultura, el país posee una superficie de 128.5 millones de hectáreas (12% en la costa, 28% en la sierra y 60% en la selva), de las cuales, sólo 7.6 millones – el 6% - está apta

para cultivos agrícolas. Esto quiere decir que el narcotráfico ataca directamente a nuestra competitividad como sector agroindustrial.

Para los productores del sector agrícola, el 2015 fue un año de impulsos, ya que la colocación de sus mercancías creció considerablemente, por ejemplo, los mangos congelados un 49%, hortalizas preparadas sin congelar 37%, bananas 22%, cacao en grano 21%, uvas con un 9%. Adicionalmente, los mercados hacia donde iban nuestros productos también aumentaron, algunos fueron Vietnam con 74%, Puerto Rico 30%, México 17%, Chile 17%, Inglaterra 13%, Holanda y Estados con 10% y 8% respectivamente; según el MINAGRI.

Como segundo punto importante, debemos señalar que de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por el MINAGRI, las exportaciones agrarias No Tradicionales, registraron un monto de US\$ 4,596 millones que significó un aumento de 3% con respecto al año 2014. Este sector, representó el 87% del volumen total de las Agroexportaciones.

Los productos de mayor demanda en el mercado internacional correspondieron a los rubros frutas y hortalizas. A nivel de artículos independientes, resaltaron la uva fresca (US\$ 690), los espárragos frescos (US\$ 416) y las paltas frescas (US\$304)

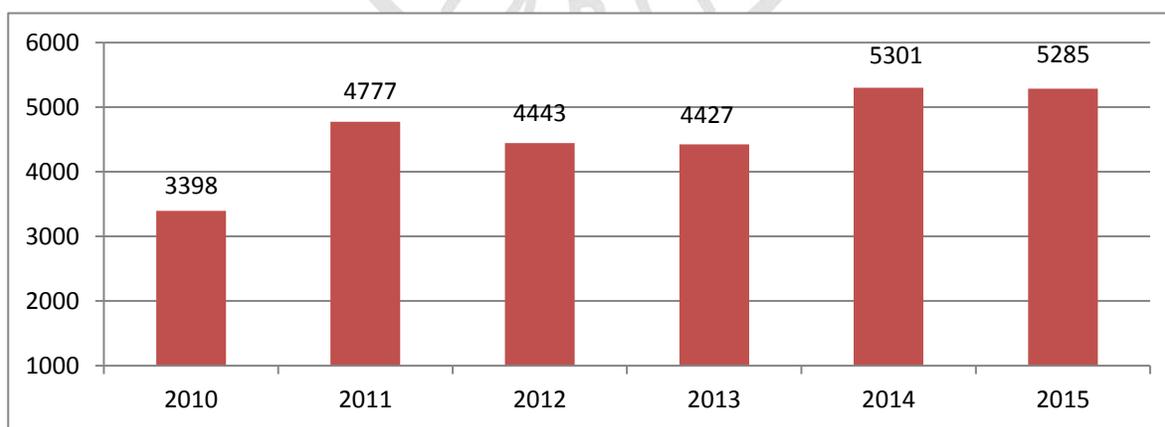


Figura N° 3. Título: Perú: Exportaciones Agrarias, Enero – Diciembre 2010 – 2015 (Valor FOB en Millones USD)

Fuente: MINAGRI
Elaboración: Propia

Como tercer punto importante en la evolución del sector, tocaremos el avance y promoción de los temas portuario, en el año 2008, el Presidente Alan García Pérez, modificó el Decreto Legislativo N°1022 donde resultaba indispensable disponer de medidas necesarias para modificar, facilitar y promover las actividades portuarias en su conjunto y en la puesta al servicio del comercio internacional, siempre orientado a mejorar la competitividad del país. El Decreto Legislativo que modifica la ley del Sistema Portuario Nacional es la Ley N°27943. Básicamente, en atribución directa a los exportadores peruanos en general, la modificatoria hace referencia tanto en el Artículo 11 – Inversión de Infraestructura Portuaria- y el Artículo 16 – Zonas de Actividades Logísticas- Estos artículos van directamente al bolsillo de nuestros exportadores dado que ambos van relacionados a contratos de concesión otorgados por el Estado Peruano, donde tanto APMTC como DPWC (Principales puertos operadores en el Perú), hacen una inversión para modernizar sus respectivas concesiones pero tienen un tarifario, ya sea público o privado el cual, va a ser asumido por el exportador directamente, si los costos logísticos encarecen, nos volvemos menos competitivos ante los mercados internacionales y se tiene una menor utilidad en las exportaciones, estos factores, pocas veces son analizados por los mismos exportadores para obtener una mejor estructura de costos dentro de sus organizaciones.

Adicionalmente, el año 2008 fue un año de mucho auge económico para el Perú, el cual fue denominada el “Año de las Cumbres Mundiales”, el cual estuvimos en la retina del mundo al ser uno de los pocos países de América Latina en crecer cerca del 9,8% por año. En el mes de Mayo, se llevó a cabo la Cumbre de América Latina, Caribe y Unión Europea (ALC-UE) y el Foro Asia Pacifico en Noviembre (APEC). Esto le permitió a nuestros exportadores peruanos dar a conocerse al mundo, en especial, el Sector Agrícola que es materia de nuestra tesis, ya que al formar parte del sector No Tradicional, impacte con novedades y excentricidades gastronómicas

al mundo. Además, se debe tener en consideración los siguientes elementos que afectaron al sector agroexportador:

1. Los altos costos de energía y combustibles, encarecieron los fertilizantes y la producción agrícola en general.
2. El mayor uso de tierras agrícolas destinadas a la producción de biocombustible. Este sesgo fue fuertemente incentivado por los subsidios de EEUU que crearon una significativa distorsión en los mercados.
3. La mayor demanda de países emergentes como China e India.
4. La especulación de los mercados financieros.

Comercialmente y como estrategia de mercado-país, el Perú tuvo dos reconocimientos importantes que incentivaron a nuestros agroexportadores. La prestigiosa “Moody’s Investors Service”, elevó la calificación de riesgo crediticio en moneda extranjera del Perú pasando de Ba1 a Baa3, esto se debió a la mayor resistencia del país entre los “shocks” externos, menores riesgo crediticio asociado a la dolarización del sistema financiero y la menor participación de la moneda extranjera en la deuda pública. Otro avance con miras a la mejora de nuestra imagen como país, fue el “Ranking Doing Business”, el 9 de Setiembre del 2009, el Banco Mundial lanzó una nueva edición de su reporte sobre la facilidad para hacer negocios, el Perú se ubicó en el puesto 56 de 183 economías mundiales, además se reconoció como el segundo reformador de América Latina avanzando en temas laborales, apertura de empresas, cumplimiento de contratos, y el pago de impuestos. Esto permitía sin ninguna duda, apertura de inversión para nuestros diversos sectores y más aún en el Sector Agrícola, finalmente, el intercambio de buenas prácticas con mercados

con los cuales ya contábamos con TLC's, permitió que nuestros agroexportadores, optimicen los recursos de sus empresas, volviendo a su productor, una materia con mayor calidad, más competitivo y promoviendo una cadena logística segura, que permitirá sea aún más valorado su producto final considerando un buen precio competitivo para el sector.

Para el año 2015, las agroexportaciones peruanas, en el primer trimestre, sumaron US\$ 1,098 millones, lo que significó un leve incremento de 1% en comparación a similar periodo del 2014. No obstante, pese a esta cifra en azul, se observa una desaceleración, ya que los despachos crecen pero a menor escala, informó la Asociación de Exportadores (ADEX).

El gremio exportador indicó que se están haciendo inversiones importantes en diferentes productos pero se percibe una disminución del ritmo y que es negativo porque podría comprometer inversiones futuras que significa el crecimiento de los próximos años. De acuerdo a las cifras del Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, los despachos de agro tradicionales (US\$ 45.2 millones) se contrajeron -49.3% por las menores ventas de café. Diferente panorama tuvieron las agroexportaciones no tradicionales (US\$ 1,052 millones) que se incrementaron 5.4% por la mayor demanda de frutas (crecimiento 13.9%) y hortalizas (11.4%).

La canasta exportadora estuvo compuesta por uvas, mangos, espárragos, alimentos para animales, bananas, quinua, café, cacao en grano, leche evaporada, alcachofas, paltas, páprika, pimienta piquillo, galletas dulces, aceitunas preparadas, jugo de maracuyá, entre otros.

Las cifras del ADEX Data Trade reportaron que el principal mercado de las agroexportaciones en el primer trimestre del año fue EE.UU. (US\$ 288.7 millones) que incrementó sus compras 6.7% y concentró el 26.3% de los despachos totales. Este destino demandó mangos, espárragos, uvas, bananas, quinua, alcachofas, hortalizas en conserva, páprika, café, arándanos rojos, etc.

En segundo lugar, se ubica Países Bajos (US\$ 163.9 millones) que aumentó sus pedidos 5.3% y representó el 14.9% del total. Siguieron en el ranking China, Hong Kong, Ecuador, España, Reino Unido, Alemania, Chile, Canadá, Francia, Colombia, Brasil, Bolivia, México, Bélgica, entre otros de un total de 122.

Finalmente, el gremio exportador refirió que las principales agroexportadoras, entre enero y marzo de este año, fueron Camposol S.A., Complejo Agroindustrial Beta S.A., Vitapro S.A., Danper Trujillo S.A.C., Sociedad Agrícola Virú S.A., Gloria S.A., El Pedregal S.A., Agro Victoria S.A.C., entre otros.

2.2.2. Sector Logístico y su evolución en el Perú

Para entender la evolución del concepto de logística, es importante definirla, por lo que la logística es el conjunto de medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio que implica un orden en los procesos que involucran y la comercialización de mercancías. Entonces, para conceptualizar y comprender de mejor manera este concepto, es necesario revisar cómo ha sido su evolución a través del tiempo. El moderno concepto de logística, surge, de modo paralelo al desarrollo de las técnicas de gestión como una respuesta de las organizaciones para satisfacer las cada vez más exigentes demanda de sus clientes.

En 1942, en Estados Unidos se inició el enfoque empresarial con la construcción de barcos Liberty que son buques de carga que abastecían al ejército americano en Europa y se debía proveer de alimentos e insumos en época de guerra.

En 1950, se descubre el potencial de la logística integral y la concienciación de los costos totales ya que el enfoque de costo, como estructura sistémica, permitió revelar que para llegar a reducir el costo total menos, no siempre es necesario cortar o eliminar una parte del proceso donde lo importante era incrementar la efectividad con la que se realizan las tareas para eliminar los costos.

En 1955, debido a la demanda del cliente por un mejor servicio, se mejoró el desempeño de la logística para mejorar la calidad y el tiempo de entrega. A este concepto, se le denominó “Equilibrio costo-servicio”.

En 1965, las empresas comenzaron a enfocarse y especializarse en logística, haciéndola una actividad económica, con lo que su especialización la llevó a reducir costos en la cadena de suministros. Esta época se caracterizó por el outsourcing de las organizaciones no especializadas en logística para contratar a una que si lo esté con la finalidad de optimizar tiempos, costos y aumentar la calidad del servicio y/o producto.

En 1970, ya no era suficiente un outsourcing en las organizaciones, las empresas necesitaban que se empleara el concepto de *just in time* en los pedidos, lo que se buscaba era la entrega, el momento, el tiempo y la calidad de ser necesario con los tiempos necesarios. Con esto se logró tener un control preciso de la cantidad de materiales que eran necesarios y la optimización de los recursos de las empresas.

En 1985, el concepto del *just in time*, pasó a segundo plano y dio paso al concepto de *quick response*. Esta estrategia se utilizó esencialmente en eliminar los costos de mantener anaqueles de venta y aumentar la diversificación que se ofrece al consumidor final, se estableció una respuesta rápido y una reposición rápida en los stocks para atender la demanda inmediata de los clientes.

En 1995, se desarrolla y evoluciona el concepto de logística, ya que ahora se mejoraba las relaciones con los clientes, distinguiendo entre estos a los clientes más importantes (clientes estratégicos) y de igual forma, mejorar la relación con clientes y proveedores, establecer alianzas entre ellos para obtener un mejor y mayor poder de negociación y reducir sus costos internos.

En el 2008, se arma el concepto de contar con una cadena de proveedores, productores y distribuidores que abarca desde la recolección de la materia prima hasta el consumidor final, empleando no sólo el *outsourcing* y el *just in time*, sino que se desarrolla un compromiso de todos los que forman parte de la cadena para generar una cadena de suministros con valor agregado.

En la actualidad, debemos destacar que nuestras exportaciones, a noviembre del 2015, han sufrido una caída del 12,7% respecto al mismo mes del año anterior, de acuerdo a los señalado por ADEX, pero esto no pasaría de ser una cifra fría, si es que no tocamos el tema de fondo, que es la lucha constante de nuestros exportadores con los costos logísticos, ya que en nuestro país, es cuatro veces más alto que el promedio mundial, enfrenta procesos de fiscalización tributario y laboral arbitrarios, se lidia con entre 10 y 15 instituciones públicas que incrementan sustancialmente los costos administrativos y las trabas burocráticas para cumplir con la documentación. De acuerdo a un estudio de Banco Mundial (BM) sobre los costos logísticos de Exportación para cinco productos del sector agroexportador el cual permitirá con su implementación reducir la inversión que el empresariado realiza desde la compra de insumos hasta la colocación del producto final en el mercado internacional.

En el Perú, los costos logísticos para exportar comprenden entre el 30% y el 40% del precio final de un producto y supera en más del doble al precio promedio en la región, el estudio

plantea las políticas necesarias para que los costos logísticos en el Perú se equiparen al resto de Latinoamérica ya que impacta directamente en nuestra competitividad como país.

2.2.3. Sistemas de Gestión de Calidad del Sector Agroindustrial

2.2.3.1. Definición de Sistemas Integrados de Gestión

Normalmente, se puede relacionar los Sistemas Integrados de Gestión (SIG) suelen ser entendidos como soluciones preparadas exclusivamente para negocios industriales o de desarrollo de tecnología, pero se aplica muy bien para empresas agroindustriales, químico-farmacéuticas, de servicios, etc.

Un SIG es una plataforma que permite unificar los Sistemas de Gestión con los que la empresa, ya sean de seguridad, calidad, medio ambiente, salud ocupacional, cual fuere, si antes trabajaban independientemente, con la aplicación de un SIG, se reducen costos, se maximiza eficiencia y eficacia y finalmente, se incrementa rentabilidad.

Dentro de los beneficios que puede tener un SIG, su implementación sobrepasa una visión a corto plazo, ya que toda organización tiene misión, visión y objetivos, si bien su implementación puede ser un proceso costoso si lo vemos desde la inmediatez, las empresas deben tener la certeza y convicción que los resultados en el mediano y largo plazo, son mucho más beneficios tanto en sus ingresos económicos, organizacionalmente y operacionalmente. Se debe tener en cuenta, finalmente, que un SIG va a permitir a la organización incrementar su nivel de innovación, manteniéndola así relevante y expectante al futuro en el competitivo mercado global.

2.2.3.2 Definición del SGCS BASC

El SGCS BASC consiste en la implementación de una serie de elementos que ampliados de manera efectiva y segura, son capaces de minimizar las amenazas identificadas en los procesos de su organización y en la cadena de suministro.

Se entiende por amenaza, a las acciones latentes que podrían ocasionar daños de la organización. Para evitar tales daños, debemos realizar una identificación, análisis y evaluación de las amenazas dentro de las operaciones y/o actividades de la empresa, para de tal manera identificar aquellas que representan un mayor riesgo y darles el tratamiento respectivo y/o establecer controles para eliminar o reducir sus efectos en la organización. (BASC PERU)

Lo que se busca es, con lo anterior mencionado, generar una mejora continua; planificando, haciendo, verificando y actuando. Logrando así planificar mediante objetivos y metas, ejecución de controles para tratar los riesgos y la toma de acciones correctivas/preventivas para mejorar la gestión.

Pero, ¿qué es BASC?, BASC es una asociación civil sin fines de lucro conformada por los principales gremios del país, que busca dentro del comercio mundial, generar una cultura de prevención en temas de seguridad para que las empresas no se vean comprometidas en temas ilícitos como narcotráfico, lavado de activos, tráfico ilícito de drogas, trata de personas, tráfico de armas, etc., en sociedad con las principales autoridades de los países y con la ayuda de las asociaciones más importantes del medio

BASC busca ser una solución para las empresas que participan en el comercio internacional, brindando herramientas de gestión y de marketing para que estas puedan extender

sus operaciones con otros países del mundo y adicionalmente, brindar control en sus procesos internos.

2.2.3.3. Evolución histórica de las medidas de seguridad hasta llegar al SGCS BASC

En el año 1974, el Convenio Internacional para la Seguridad de la vida humana en el mar o SOLAS (de acuerdo a su traducción “Safety Of Life At Sea”), fue ratificado y actualizado bajo su quinta versión, fue adoptado el 1 de Noviembre de 1974 por la Conferencia Internacional sobre seguridad de la Vida Humana convocada por la Organización Marítima Internacional (OMI), entro en vigor el 25 de Mayo de 1980. Este convenio, entre uno de sus principales pilares, apoya como organismo multilateral a la no contaminación de barcos, buques y cualquier otro medio marítimo a que no se vea involucrado ni contaminado con algún producto ilícito que perjudique la operación y funcionalidad del barco y del dueño del mismo, así como las partes involucradas en la operación.

Año 1984: Como uno de los principales afectados a nivel mundial, Estados Unidos creo un programa de iniciativa ante estos ilícitos denominado “*TheCarrierIniciativeProgram – CIP*”, este programa involucra de forma particular al transportista y busca prevenir el narcotráfico en esta actividad. Fue establecido en 1984 como un esfuerzo conjunto entre transportistas de carga tanto aérea, marítima, terrestre y ferroviaria y la Aduana de los Estados Unidos. Estas debieron promover prácticas de seguridad para prevenir el contrabando y el TID. En caso se hallase droga en una compañía afiliada al CIP, la penalidad se reduciría por pertenecer a este programa.

Año 1994: La Organización Mundial de Aduanas (OMA) adopta este nombre, ya que fue creada en 1952 bajo el nombre de “Consejo de Cooperación Aduanera”, es otro organismo

multilateral que apoya a sus 117 aduanas asociadas, no interviene en disputas comerciales, ya que de eso se encarga la Organización Mundial de Comercio (OMC). En junio del 2005, se adoptó al programa SAFE (Dos pilares básicos que son las alianzas aduana – aduana y aduana - empresa), firmando un convenio internacional que contiene 17 estándares para aumentar la seguridad, brindar facilidades comerciales y luchar contra la corrupción.

Año 1996: BASC es una iniciativa de lucha contra el tráfico ilícito de drogas e hizo su aparición en 1996 en Estados Unidos ante la preocupación del empresariado de ese país para prevenir la utilización de embarques para introducir drogas a su país. El resultado fue la fundación del “*Business Anti Smuggling Coalition*” en estrecha colaboración del entonces “*US Customs*”, hoy “*Bureau of Customs and Border Protections – CBP*”. Tras comprobar la eficiencia de BASC en Estados Unidos, decidieron promover su implementación en otros países donde el riesgo de la producción y/o exportación de drogas, sea alto.

Año 1998: Estados Unidos crea “*The Americas Counter Smuggling Initiative (ACSI)*”, el ACSI fue establecido en 1998 para promover y expandir la seguridad antinarcoóticos entre los miembros de la industria comercial estadounidense y gobiernos extranjeros. El ACSI proveía y asignaba equipos aduaneros para asistir a los hombres de negocios en el desarrollo de programas de seguridad que salvaguarden los embarques ilícitos. Adicionalmente, este programa, proveía de capacitación e inspección a las fábricas y apoyaba con facilidades portuarias de compañías participantes en programas CIP y BASC. Todo estaba interconectado para evitar el ingreso de estos embarques ilícitos.

Año 2001: El programa *Customs – Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT)* de la aduana de los Estados Unidos, es uno de los más importantes antecedentes internacionales que tiene BASC como herramienta de seguridad y de marketing internacional. C-TPAT es una

iniciativa de la aduana de los Estados Unidos que conmina a las empresas a tomar medidas conjuntas a fin de evitar que las cargas internacionales no se vean contaminadas con sustancias como drogas ilícitas y/o armas no controladas

Este programa permite tener un fuerte respaldo con su certificación, debido a que es una poderosa herramienta de marketing al ser una facilitador del comercio mundial, minimiza trámites documentarios, da la imagen de un negociador internacional confiable.

Año 2002: Estados Unidos, a la vanguardia de las medidas de seguridad que reduzcan los riesgos de ingresos de drogas en su país, creó “*The Container Security Initiative – CSI*”, fue un programa de implementación dado en Enero del 2002 para mejorar la detección de armas de destrucción masiva transportadas por vía marítima. Para ellos, la CSI destaca funcionarios aduaneros en importantes puertos extranjeros para que controlen los contenedores dirigidos hacia los Estados Unidos que podrían tener alto riesgo, inclusive, buscaban anticipar los envíos desde puertos de origen. El programa se inició en 20 mega puertos más grandes del mundo tanto en Europa, Asia, África, Norteamérica y Sudamérica.

En febrero del 2002, Estados Unidos promulgó la Ley Pública 107-188 “Ley sobre Seguridad en la Salud Pública y la Preparación / Respuesta la Bioterrorismo”, norma basada en enmiendas sustanciales hechos a los estatutos de la FDS (Autoridad Federal de Control y Alimentos). Esta ley representa un frente más preventivo y combatiente contra posibles atentados terroristas y en general buscaba aplicar criterios orientados a lograr mayor control del flujo de alimentos y elementos biológicos, estableciendo para ellos nuevos estándares de seguridad para el suministro y distribución de estos productos además de medicamentos y otros productos relacionados.

Año 2003: En octubre del 2002, la Autoridad Aduanera de los Estados Unidos decidió obligar a los exportadores de los países que proveen bienes a presentar el Manifiesto de Carga con 24 horas de anticipación antes del zarpe de la nave en el puerto de origen. Este procedimiento busca proteger el comercio internacional hacia los Estados Unidos de posibles actos de terrorismo internacional a través del uso de material explosivos (Códigos IMO) o de destrucción masivas dentro de los contenedores que arribaban a los puertos Estadounidenses. La norma debió entrar en vigencia desde diciembre del 2002, pero por temas de adecuación en los procesos de las empresas y del sistema comercial, se aplazó 60 días entrando en vigencia a partir del 3 de febrero del 2003.

Esta exigencia, es aplicable a todo embarque con destino final los Estados Unidos, Puerto Rico, Hawai y Alaska, así como toda carga en tránsito y transbordos en puertos Estadounidenses. Cabe resaltar, que para temas marítimos, a las líneas navieras se les exige 24 horas, para las aerolíneas de carga, se les exige 4 horas antes del despegue del avión. Bajo esta norma, se debe detallar que producto o productos, se van a descargar en Puertos Estadounidenses. La mercadería peligrosa, debe ser etiquetada y codificada de acuerdo a los estándares internacionales

Los agentes de carga deben prestar la mayor atención a las recomendaciones que hace la aduana norteamericana, ya que un error y/u omisión, será trasladada al exportador o a su agente. En general, la información que requiere la aduana en su B/L, debe comprender en forma detallada lo siguiente:

- Descripción precisa y detallada de la mercadería.
- Cantidades deben estar expresadas en la menor unidad de medida externa.
- Nombre y dirección completa del embarcador.
- Nombre y dirección completa del consignatario.

- Colocar el código IMO, en caso se esté transportando mercancía peligrosa.
- Consignar el número de todos los precintos que pudiera tener el contenedor incluyendo precinto de aduana, línea, etc.

Año 2004: A raíz del atentado del 11 de septiembre del 2001, la OMI acordó que debían elaborarse nuevas medidas en relación a la protección de los buques y sus instalaciones portuarias, las cuales se adoptaron en la “Conferencia de los Gobiernos Contratantes del Convenio Internacional para la Seguridad de la Vida Humana en el Mar”, 1974 (Denominada Convenio SOLAS). En dicha ocasión, se estableció una versión más estricta del convenio SOLAS y se introdujo un nuevo conjunto de pautas de seguridad, todo lo cual se denominó “International Ship and Port Facility Security (ISPS) o Código de Protección de Buques e Instalaciones Portuarias (Código PBIP). Esta normativa entra en vigencia desde el 1 de julio del 2004 y viene siendo aplicada por todos los países firmantes del Convenio SOLAS – El Perú lo hizo en 1968-.

El Código PBIP, es un conjunto de normas y prácticas que van desde el control de acceso a las instalaciones portuarias, la prevención de ingreso con armas a puertos y buques, planes de contingencia ante algún atentado, planes de evacuación, hasta la colocación de personal de seguridad para los puertos y las naves que se atienden en ese puerto.

Año 2006: Tratado de Libre de Comercio entre Perú y Estados Unidos, en el cual se suscribió un párrafo en el que indicaba que las empresas que cuenten con un Sistema de Gestión en Control y Seguridad (No se especifica cual, solo que cuenten con uno), tendrían ingreso más oportuno y rápido de sus mercancías hacia los Estados Unidos, se busca brindar una herramienta

para el comercio y homologar los estándares del C-TPAT con los de BASC (ambos son lo mismo, solo que las normas y estándares BASC están en español y las de C-TPAT en inglés)

Año 2008: En este año se debe tener en cuenta todos los Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales que tomaban forma en el Perú. Si bien es cierto, el TLC con EEUU se firmó en el año 2006, en el año 2008 se produjo la implementación, se debe resaltar que el congreso otorgó facultades legislativas al Poder Ejecutivo para emitir normas de importante relevancia.

Adicionalmente, se inició la ronda de negociación para un TLC con China. Este sería el mejor acuerdo firmado por el país asiático hasta el momento debido a los logros como el “Acuerdo de Cooperación Aduanera” que es el más ventajoso que un país ha podido obtener de China.

Otro acuerdo tomado en el 2008, fue las negociaciones para el EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio por sus siglas en inglés) integrada por Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza, se inició en Junio del 2007 y finalizó en Octubre del 2008 sin presentar mayores inconvenientes, con el principal logro como el 100% de acceso libre de aranceles a dicho bloque para bienes industriales.

Finalmente, se firmó el Acuerdo con Canadá y Singapur, si bien se terminó de negociar en el 2007, la firma e implementación se dio en el 2008 y se ponía en marcha una vez que entre en vigencia el acuerdo con los EEUU.

Esta breve línea del tiempo, nos permite ver como el mundo, a raíz de sucesos negativos hacia sus organizaciones, aplica el concepto de seguridad con mayor severidad y lo impone como un requisito expreso para las mercaderías que ingresan a sus países. Es así como el Perú, siendo consciente de su situación real, como el principal exportador de cocaína a nivel mundial,

emplea temas de seguridad como un valor agregado, ya que de acuerdo a las nuevas corrientes de gestión, la calidad ahora va de la mano con la seguridad.

2.2.3.4. Importancia y beneficios de implementar un SGCS

Es importante la implementación debido a que con ello podemos conseguir proteger la integridad de la carga, la información así como los procesos que se realizan. Todo ellos a través de los controles planteados, la revisión constante y mejora continua del SGCS.

Los beneficios que se detectan al implementar un SGCS, como ya se mencionó anteriormente, es que se va a poder tener un mayor control sobre las diversas actividades que se realicen en la empresa, generar una trazabilidad en los procesos y dejar evidencia tanto físico como documentaria de las acciones que se toman en pro de la seguridad e integridad de la organización; lo cual es una fortaleza y, a la vez, una oportunidad, debido a que nos abre nuevos mercados porque nos muestra como una empresa seria y que tiene sus procesos bajo un control en el cual los errores van a ser mínimos. Es así que esto nos genera una ventaja competitiva y le da un mayor valor agregado a la empresa o los productos que esta ofrezca.

BASC, al ser también un Sistema de Gestión, es un recurso de gestión y marketing al que toda empresa puede acceder, la característica más relevante de contar con un SGCS BASC, es poder tener un respaldo importante que avale nuestras operaciones y que pueda colocarnos en una posición expectante para el mercado mundial, nos brinda un mejor posicionamiento, nos mejora como marca, nos fortalece como empresa, y, por último, nos resalta como país seguro.

BASC permite que las empresas quieran trabajar con nosotros, debido a que están con la certeza que no la mercancía no se verá contaminada con ninguna operación ilícita, funciona como una especie de Networking, el cual una empresa jala a la otra y se forma un grupo de asociados de negocio con certificación BASC, que están alineados y acorde a lo que la norma y el estándar les exige.

2.2.3.5. Beneficiados con un SGCS

Las empresas agroexportadores peruanas que cuenten con el Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, contarán con una herramienta diferenciadora que les permitirá penetrar mercados nuevos en los cuales el producto contará con un respaldo internacional que hará que mejore la imagen de la empresa.

Generará un impacto positivo en relación a la estrategia de marketing internacional que aplicará la empresa agroexportadora.

2.2.3.6. Competitividad de las empresas agroexportadoras con SGCS BASC implementado

a. Competitividad Económica:

- El contar con la certificación BASC, si bien es cierto, puede encarecer un producto, esto no está considera como un gasto, sino como una inversión, por la cual se generar mayores clientes que justificaran la inversión. Así como el mejoramiento de los procesos

económicos de la empresa, se organiza para manejar criterios internacionales con amplia aceptación en el mundo.

- El tránsito de mercancías en el puerto se agiliza por contar con la certificación.
- Gracias a la trazabilidad exigida por el SGCS BASC, la empresa puede evidenciar mediante registros fotográficos, formatos, etc. la gestión de reclamos por parte de los clientes.
- El costo de las primas de seguros, se puede reducir con las aseguradoras si se demuestra que el Sistema de Gestión de riesgos con el que la empresa cuenta, es confiable y realmente permite determinar una trazabilidad a las operaciones.
- La empresa al generar una apertura de mercado, va mejorar sus niveles de ventas, lo que le permitirá revalorizarse y generar mejores réditos a los accionistas y/o dueños de la empresa.

b. Competitividad Comercial:

- La certificación ofrece diferenciación, visibilidad, imagen y reconocimiento como empresa segura y confiable.
- Las empresas estarán ingresadas en la base de datos de la Organización Mundial BASC, en la cual, pueden contactar con proveedores y clientes de todo el mundo.
- Contar con la certificación BASC, da un respaldo importante, ya que cuentan con un SGCS que en el Perú es bien visto, ya que las empresas BASC se buscan entre sí, esto genera una red de empresas que necesitan la certificación para poder hacer negocios, es así también que la certificación se vuelve un arma de Marketing Internacional donde la imagen de empresa segura, confiable y con procesos de seguridad acorde a lo que la cadena de suministros exige.

- Continuidad y mejora de relaciones comerciales actuales.
- Aumenta el valor agregado hacia los clientes, genera confianza.
- Permitirá desarrollar el plan estratégico, donde está incluido el tema de seguridad como vitrina para conseguir nuevos clientes, en el cual se determina los lineamientos para un correcto posicionamiento y mejorar en la competitivas del mercado agroexportador

c. CompetitividadGerencial:

- La certificación sirve como un modelo de estructuración, donde debes tener un organigrama, mapas de procesos, reglamentos, objetivos, misión y visión. Esto con la finalidad de establecer metas y lineamientos tanto para la gerencia como para los empleados.
- Sirve como una carta de presentación a nivel gerencial donde se presentan los servicios y beneficios obtenido por BASC.
- Genera una mayor representatividad dentro de las autoridades locales y se genera una cultura de prevención en los temas de seguridad.
- La norma BASC se vuelve parte de la filosofía de la organización.
- Se determina el tipo de organización que se desea llevar, siempre bajos los parámetros de la certificación y teniendo en cuenta la realidad y actividad que desarrollo la organización.
- La certificación BASC pasará a ser parte de la visión y misión estratégica de la empresa.
- La certificación tomará un rol de acompañamiento dentro de los procesos de la empresa, será un soporte para tomar decisiones por parte de la Gerencia General y tendrá una ponderación importante para la toma de decisiones con clientes y proveedores.

2.2.3.7. Capítulo BASC Perú

BASC Perú, es el capítulo peruano de Organización Mundial BASC (OMB), la cual está presente en más de 16 países de Latinoamérica.

BASC Perú trabaja en sociedad con las principales entidades de país, por ejemplo, junto con CEDRO se encarga de brindar charlas de sensibilización para asociados, tiene convenios con DICAPI, APN, FISCALÍA PROVINCIAL DEL CALLAO, etc.

El capítulo vigila que sus asociados hagan cumplimiento del reglamento, la norma y el estándar de BASC, ya que con esto, las empresas resguardan sus operaciones y permiten establecer un trato más cercano con su cliente/proveedor, lo que hace que sus operaciones comerciales se vean incrementadas.

2.2.3.7.1. Documentos del Capítulo BASC Perú

2.2.3.7.1.1. Reglamento

Según WBO (WorldBascOrganization) es aquel documento de cumplimiento obligatorio en el que se encuentran todas las directrices que debe conocer la empresa con respecto al uso de la marca BASC, a su programación de auditorías, penalidades, plazos de las auditorías, tiempo para implementar el sistema, prórrogas y todo lo concerniente a la certificación y recertificación de las empresas.

Este documento establece también, los lineamientos que debe seguir aquella empresa certificada, recertificada y en proceso de certificación, con respecto a su imagen frente a BASC y

a sus clientes, así también, establece los tiempos de respuesta frente a cada etapa del proceso para empresas que lo hacen por primera vez.

2.2.3.7.1.2. Norma V4-2012

Según lo establecido por la WBO (WorldBascOrganization) este documento determina requisitos y da información sobre:

- El desarrollo de sistemas de Gestión en Control y Seguridad en el Comercio Internacional; los lazos con otras normas sobre sistemas de administración.
- La norma está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todos los tamaños, independientemente de la naturaleza de sus actividades. Está previsto que su aplicación sea proporcional a las circunstancias y necesidades de cada organización particular.
- La norma establece los parámetros en los que la empresa a certificar, se puede desarrollar dentro de un marco de implementación que consta en el denominado “Ciclo de Deming” que se trata de Planear, Hacer, Verificar y Actuar.
- Esta norma se desarrolla para la empresa sólo en la parte de gestión, aquí se establecen procedimientos, formatos, funciones, manuales, todo aquello que corresponda a la parte documentario de la implementación del SGCS BASC.

2.2.3.7.1.3. Estándar V4-2012

El estándar son lineamientos homologados por todos los países integrantes de la Organización Mundial BASC (OMB), el cual se aplica de acuerdo a su actividad comercial; por ejemplo: importador, exportador, agente de aduana, agente de carga, puertos, aeropuertos, entre otros.

Este documento está basado en el Análisis de riesgo de la cadena de suministros donde todos los actores tienen responsabilidad y se debe tomar acción de acuerdo a sus recursos, riesgos y necesidades.

El Estándar BASC determina la aplicación directa con los asociados de negocio de la organización. Se establecen parámetros de implementación pero ya en la operatividad misma, donde de acuerdo a lo que ya se estableció en la norma (Procesos, mapas, políticas, etc.) se debe evaluar su ejecución y cumplimiento.

Este estándar permite realizar a las empresas, un comercio seguro con los lineamientos basados en el análisis de riesgo y poniendo en práctica todo aquello relacionado con los sucesos diarios, contrataciones, requisitos mínimos de seguridad, parámetros de negociación, tipos de clientes y proveedores, etc.

2.2.3.8. Principales competidores

Tabla N° 1: Principales Competidores de BASC

	SIGNIFICADO DE SIGLAS	DEFINICIÓN	CREACIÓN	OBJETIVOS	BENEFICIOS	OTROS BENEFICIOS	PARTICIPANTES
BASC	Bussines Alliance forSecureCommerce - Alianza Empresarial para un Comercio Seguro	Es una Alianza Empresarial Internacional del sector privado, sin fines de lucro cuya misión es facilitar y agilizar el comercio internacional mediante el establecimiento de estándares y procedimientos globales de seguridad aplicados a la cadena logística, que promueve un comercio seguro en cooperación con Gobiernos, Aduanas y Organismos Internacionales.	Creado en setiembre de 1997	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover una cultura de seguridad y protección en el comercio internacional. ✓ Establecer y administrar el Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) de la cadena logística. ✓ Trabajar en coordinación con autoridades locales, gobiernos y organismos internacionales. Fomentar alianzas estratégicas. ✓ Generar confianza y credibilidad entre empresas y gobiernos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ BASC es un aliado estratégico que busca fomentar una cultura de seguridad y no solo ser un ente certificador. ✓ Representatividad y facilitación ante las autoridades vinculadas al comercio exterior. ✓ Mayor confianza por parte de las autoridades, derivados de los memorandos de entendimiento suscritos por WBO con aduanas, entidades de control y organismos internacionales. ✓ Transferencia de conocimiento y experiencia en Seguridad en la Cadena de Suministro. ✓ Acceso a base de datos mundial WCO y del BASC MUNDIAL. ✓ Sus requisitos permiten minimizar los riesgos relacionados no solo con actividades ilícitas sino otros ej: robo, infiltración de personal, conspiraciones internas, sabotaje. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conformado por 15 países a nivel mundial. ✓ Cuenta con más de 500 empresas asociadas (Perú). ✓ Ofrece cursos de capacitación y servicios complementarios. ✓ Charlas de sensibilización gratuita para las empresas certificadas; brinda seminarios trimestrales en temas relacionados a la cadena de suministro. ✓ Brinda acceso a publicaciones técnicas e informativas. (Informativo BASC, revista Cargo Security, notidecomisos, gigantografías). ✓ Sigue el ciclo de mejora continua PDCA (Plan, do, check, act) ✓ Mantiene cooperación con Gobiernos, Administraciones de Aduanas y Organismos Internacionales. ✓ La Norma BASC está alineada con el formato ISO con el fin de aumentar la compatibilidad con otras normas ISO. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exportadores ✓ Importadores ✓ Agentes de Carga ✓ Agentes de Aduana ✓ Terminales de Almacenamiento ✓ Transportistas ✓ Empresas de Seguridad ✓ Terminales Portuarios ✓ Agencias Marítimas ✓ Hoteles ✓ Zonas Francas ✓ Couriers ✓ Líneas Aéreas ✓ Aeropuertos ✓ Operadores Portuarios

C-TPAT	Asociación Aduana – Comercio el Terrorismo	Es un programa voluntario de requisitos para compañías para mejorar la seguridad de sus cadenas de suministros. Iniciativa del Customs and Border Protection.	Creado en noviembre del 2001	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Construir relaciones de cooperación que fortalezcan la seguridad de toda la cadena de suministro y la seguridad en las fronteras. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un menor número de inspecciones lo que asegura menor tiempo para el desaduanamiento y reducción en la espera al cruzar la frontera. ✓ Tienen un administrador de cuentas asignado (si no ha sido ya asignado uno). ✓ Los importadores reciben beneficios de crédito con el sistema de metas del C-TPAT. ✓ Acceso a la lista de miembros del C-TPAT. ✓ El C-TPAT está diseñado para el total de la comunidad comercial y Aduanas alienta a todas las empresas a tomar un rol activo en promover la seguridad en la cadena de abastecimiento y las fronteras. Aún sin tener participación oficial en C-TPAT, las empresas deberían considerar el emplear las recomendaciones de seguridad del C-TPAT en sus prácticas de seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocido a nivel mundial. ✓ Cuenta con más de 10,000 empresas asociadas. ✓ No cuentan con cursos de capacitación. ✓ No brinda sensibilización ✓ No realiza seminarios ✓ No cuentan con accesos a publicaciones. ✓ No cuentan con un ciclo para la mejora continua ✓ Mantiene cooperación con Administraciones de Aduanas y Organismos Internacionales. ✓ No existe compatibilidad con otras normas ISO. ✓ Hay un tipo de certificado. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Importadores ✓ Transportistas ✓ Agentes de aduana ✓ Operadores de Almacenes ✓ Agentes de carga ✓ Fabricantes y otros agentes del sector comercio.
OEA	Operador Económico Autorizado	Es un programa de la aduana peruana con la finalidad de brindar soluciones concretas a las empresas que participan en la cadena de suministros.	Aprobado en octubre del 2012	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Certeza y predictibilidad a nivel global. ✓ Manejo integrado de la cadena logística. ✓ Mayor cooperación entre las de Aduanas. ✓ Mayor cooperación Aduanas-Sector 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reducción de información en las declaraciones previas al ingreso o salida de Aduanas. ✓ Prioridad en los procesos de control aduanero. ✓ Acceso a procedimientos aduaneros simplificados. ✓ Reconocimiento como un aliado seguro en el comercio internacional ✓ Reconocimiento mutuo a través de las Aduanas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 44 países con programa OEA (considerando 27 UE) ✓ No cuentan con empresas certificadas ✓ No cuentan con cursos de capacitación. ✓ No brinda sensibilización ✓ No realiza seminarios ✓ No cuentan con accesos a publicaciones. ✓ No cuentan con un ciclo para la mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exportadores ✓ Agencias de Aduana ✓ Almacenes Aduaneros

				Privado. ✓ Permitir a las Aduanas enfrentar los desafíos y oportunidades del Siglo XXI.	✓ El reconocimiento mutuo es un concepto a través del cual una medida o decisión tomada o una autorización otorgada por una Aduana, es reconocida y aceptada por otra Administración Aduanera.	✓ Aún no cuenta con el reconocimiento mutuo con otras aduanas. ✓ No existe compatibilidad con otras normas ISO. ✓ Hay un tipo de certificado	
--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Capítulo BASC PERÚ

Elaboración: Propia



2.2.4. Comercio Seguro

2.2.4.1 Contexto Actual

La logística internacional se ha convertido en uno de los sectores claves en la economía mundial debido al proceso natural de globalización por el que pasan los países y las organizaciones. Para esta parte del mundo, el Perú al ser un país estratégicamente ubicado en la costa oeste de América del Sur, están en una posición expectante al mundo. Esto debería suponer que tenemos una infraestructura como país desarrollado o por lo menos, en vía de desarrollo, pero no es así.

Según Michael E. Porter (1980 en su libro “CompetitiveStrategy) *“El estudio de los movimientos logísticos internacionales en la actualidad se revela como uno de los elementos más importantes para la comprensión de la situación económica internacional y la inserción de los de los diversos países en esta nueva economía mundial globalizada. La importancia de la logística y su seguridad, radica en el carácter esencialmente estratégico que tengas los flujos logísticos y el ordenamiento del tejido empresarial nacional e internacional. (...)”*. En el Callao se tienen a los principales puertos del Perú, sin embargo, la red vial para llegar a conectar a los actores de la cadena, está colapsada, tanto el transporte por vía terrestre, férrea o fluvial, deberían ser métodos alternativos para el ingreso de carga a los puertos y posterior envío al exterior, pero lamentablemente, los planes aún no se concretan para el país.

El Perú, vive un cáncer desde hace muchos años llamado “Narcotráfico”, como país y de acuerdo al último estudio de la ONU, el Perú ocupa el primero lugar en producción de cocaína a nivel mundial, desplazando a Colombia y Bolivia y siendo la cocaína peruana de alta pureza, su rendimiento en el mercado se ve triplicado, lo que 1 Kg. en el mercado de Oceanía puede llegar a costar \$360,000 dólares mientras que en EE.UU., 1 Kg. puede costar hasta \$50.000, esto debido a la cercanía del mercado. Adicionalmente, se debe indicar que el

80% de las exportaciones del Perú se realizan por vía marítima, esto con el fin de distribuir el cargamento en diversos actores de la cadena de suministros para su ilegal tránsito.

2.2.5. BASC y el Comercio Exterior

2.2.5.1. Impacto y relevancia de BASC en el Comercio Exterior

BASC actúa dentro del mercado de comercio exterior, como un ente supervisor de cumplimiento para las normas y estándares que auditan, es el responsable de velar por sus asociados y de brindarles todas las herramientas para que gestionen y mantengan sus SGCS con un adecuado funcionamiento sin verse involucrados en temas ilícitos.

Se debe reconocer la importante labor que hace BASC al asociarse con diversos gremios ya que recientemente fueron instalados en el Perú varias Mesas de Trabajo Multisectoriales con la finalidad de enfrentar el accionar del crimen en las exportaciones. El esfuerzo que hace BASC está dirigido principalmente a frenar la contaminación de contenedores con drogas como consecuencia de conspiraciones entre el crimen organizado y los colaboradores corruptos dentro de la cadena de suministros, las que se ven facilitadas por vacíos en los procedimientos operativos como una pobre evaluación de riesgo, insuficientes mecanismos en controles de acceso, falta de dispositivos electrónicos para la trazabilidad de la carga, entre otros.

BASC no es ajeno a estas iniciativas, casi todas las entidades privadas participantes del comercio exterior peruano, forman parte del directorio de la organización, así también, BASC brinda capacitaciones a funcionarios del sector público como SUNAT, PNP, Fiscalía de la Nación, DICAPI, DEVIDA, Unidad de Inteligencia Financiera de la SBS (UIF-SBS), CORPAC, Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC), Dirección General de

Transporte Acuático (DGTA), APN, ENAPU S.A., entre otros. Es de esta manera que BASC se encuentra presente en dos de estas Mesas de Trabajo, así como en el Comité Técnico Normativo de Mejores Prácticas Logísticas del Instituto Nacional de Calidad (INACAL) desarrollando ideas y propuestas que mejoren y potencien las acciones que conduzcan a minimizar los riesgos y promover una cultura de seguridad en las operaciones del comercio internacional peruano.

A noviembre del 2015, BASC tiene más de 586 empresas certificadas y más de 140 en proceso de certificación, dentro del cual, el 37% están certificadas bajo el estándar de “exportador”, entre el 8 y 10% son agro exportadores, los cuales, buscan certificar para mantener un control de sus operaciones y poder supervisar sus procesos.

En un reciente estudio sobre el Desarrollo Sostenible en la que participaron 205 ejecutivos de 18 países de América Latina, la firma PricewaterhouseCoopers (PwC), logró reflejar la percepción y el compromiso con la gestión de la sostenibilidad en las empresas de la región. Según sus resultados, para el 80% de las empresas, la sostenibilidad es un factor relevante e incluso, prioritario. El 49% que respondió la encuesta afirmó haber incorporado este elemento como parte de su estrategia central, mientras que los que aún no lo han hecho, reconocen que el tema tiene cierta importancia en sus empresas (13%).

Además, el 71% señaló que en su país es necesario contar con una estrategia para ser competitivos, mientras que un 26% consideró que ello no es actualmente un requisito, pero que lo será en el futuro.

Según el enfoque de su estrategia de sostenibilidad, las empresas se dividen en dos grupos. Por un lado, aquellas cuya estrategia está orientada hacia factores externos (la mayoría) que consideran como principales beneficios la reputación, el dialogo con los grupos de interés y la retención de los colaboradores. Por otro lado, las que creen que los beneficios se relación con el corazón del negocio a través de la innovación, el ahorro de costos y la

gestión de riesgos, Otro aspecto importante a señalar de este estudio y que afecta directamente a los agroexportadores, tema tratado para esta tesis de grado, es el cambio climático y la afectación del mismo en la dinámica empresarial. “En los últimos cinco años el 45% de las empresas participantes del estudio han sido afectadas por eventos climáticos extremos o cambios graduales del clima, ya sea en sus operaciones o en su cadena de suministro”, menciona el estudio.

Este estudio, nos permite demostrar, que BASC en el Perú, es un actor importantísimo dentro de la cadena de suministros, esto con la finalidad de las organizaciones puedan trabajar limpiamente, minimizando riesgos, optimizando procesos y no viendo perjudicada su rentabilidad.



2.2.5.2. Empresas certificadas con SGCS- BASC por sector

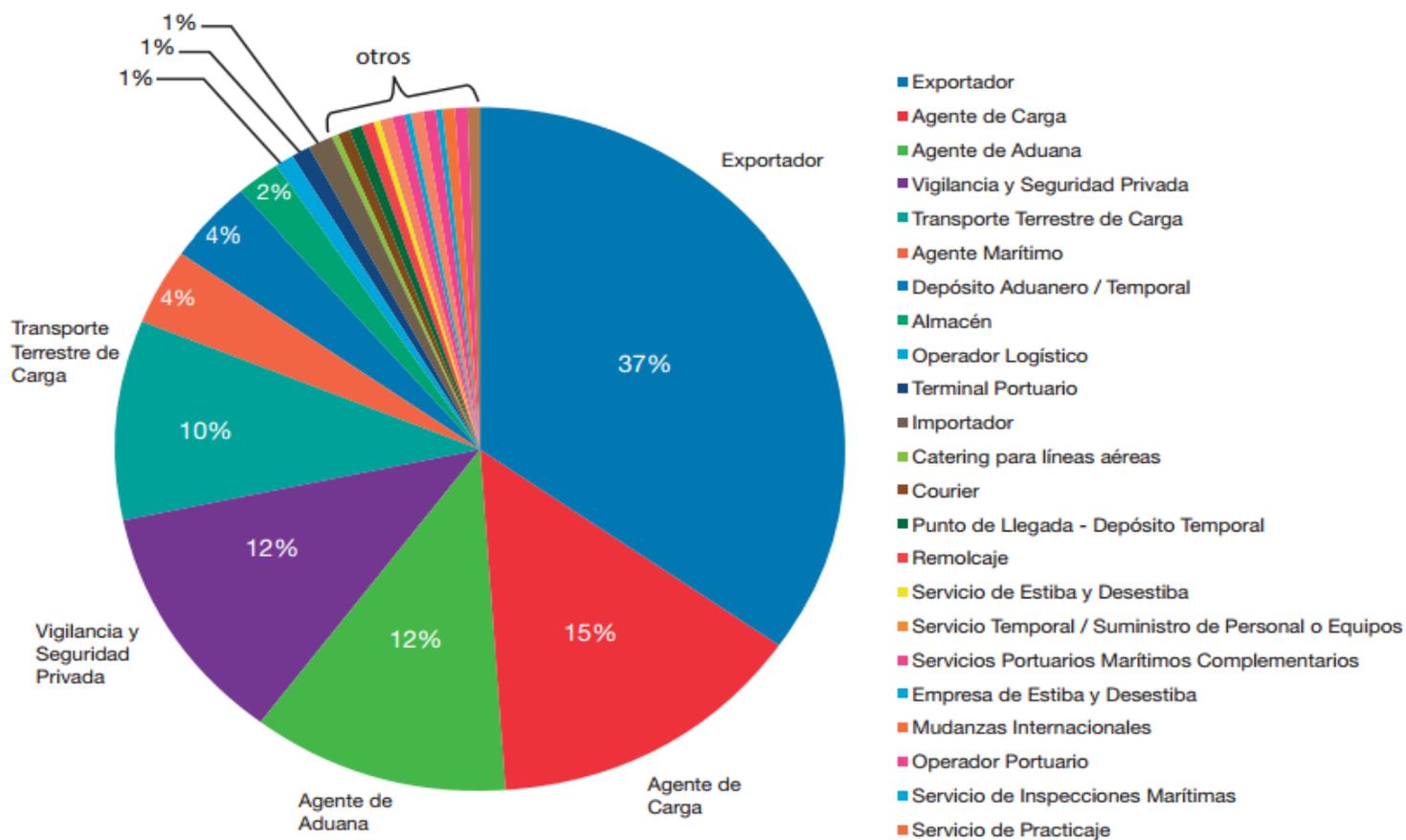


Figura N° 4. Empresas certificadas con BASC por sector

Fuente: Memoria BASC Perú 2014

Elaboración: Capítulo BASC PERÚ

2.2.6. BASC como herramienta de marketing para los agroexportadores

2.2.6.1. Beneficios obtenidos por agro exportadores al implementar SGCS – BASC

- Mejoramiento de la imagen de empresa segura y libre de contaminación de drogas. Esto le permite a las empresas agroexportadoras generar una relación cliente – comprador más duradero y confiable, ya que cuenta con un respaldo internacional como BASC.
- Posicionamiento de la marca del agroexportador, realce de su producto, ya que generará una diferenciación y una ventaja competitiva en relación a sus competidores.
- Penetración de nuevos mercados, el contar con la certificación BASC, desarrollará en la estrategia de marketing internacional un mecanismo de posicionamiento frente a otros productos similares.
- Generará nuevos asociados de negocios, ya que la marca BASC le permitirá ser reconocida como una empresa confiable de imagen intachable.
- Los procesos estratégicos delimitados por la alta gerencia, se verán respaldados y cumplibles al contar con la certificación BASC, porque les asegura una cantidad de clientes mayor a la que tienen debido a la posición que tiene la marca BASC en el mundo.
- Los mercados internacionales que consumen los productos peruanos, exigen a las empresas agroexportadoras contar con algún Sistema de Gestión en Control y Seguridad (como BASC), para poder ingresar a competir a su mercado, esto les asegura una diferenciación y consecución de potenciales compradores.

2.2.6.2.Oportunidades de mercado

Dándole una visión latinoamericana a este punto a desarrollar, vemos el caso de Chile, que a finales del 2012, señalaba que no existía desarrollo sin seguridad, y esto debido a que todo Estado debe apoyar al logro del éxito como nación a través de diversas herramientas convertidas en objetivos nacionales.

En este sentido, las amenazas para un país como el Perú, el desarrollo del narcotráfico, la piratería, la delincuencia y el terrorismo, que en gran parte perjudican la imagen que se tiene de un país con productos altamente exportables e innovadores, como es lo que representan los del sector agro.

Si el 80% de nuestras exportaciones, se realizan por vías marítimas, las estrategias de las fuerzas armadas deben de ser resguardar y preservar los intereses marítimos, pero fundamentalmente, los intereses del país y los del comercio exterior. Se debe perfeccionar los compromisos políticos, económicos y comerciales mejorando los mecanismos de seguridad y cooperando entre países de una misma región, esto, sin lugar a duda, nos va a dar una herramienta poderosa para ser un país seguro, libre del narcotráfico y con mejores y mayores oportunidades en mercados donde los productores agroexportables peruanos, son muy bien considerados, porque son innovadores, particulares y sobre todo, naturales.

El entorno actual de seguridad presenta oportunidades para las empresas asociadas a BASC, para continuar fortaleciendo su seguridad mediante el intercambio de mejores prácticas y el proceso de mejora continua, hoy se aprecia un número creciente de administraciones aduaneras y adicionalmente, se ve la tendencia hacia una cooperación entre gobierno y empresas lo que permite una mejor relación, en la que se prioriza la imagen de las

empresas para que se conviertan en marcas fuertes y reconocidas en el mercado internacional, y sobre todo, sin descuidar la seguridad de su cadena de suministros.

El Perú lleva ya varios Tratados de Libre Comercio negociados y aprobados por mercados altamente consumistas y que saben que vendemos un producto de calidad, pero el concepto calidad, va de la mano con el de seguridad y es así que existe el concepto de “Oportunidad de Mercado”, porque se desarrolla a través de la necesidad del mercado internacional de querer contar con nuestros productos agrícolas, los cuales tendrán una ventaja competitiva con otros productos similares de otros países, dará un valor agregado a la oferta exportable y permitirá desarrollar una planificación estratégica de marketing internacional para delimitar que potenciales compradores están dispuestos a negociar con nuestros agroexportadores.

La Certificación BASC servirá como elemento diferenciador para generar el ingreso a un nuevo mercado potencial y le permitirá al agroexportador mejorar la imagen de empresa responsable y segura contra actos ilícitos que no benefician la operatividad e integridad del comercio exterior.

Los compradores internacionales, ya conocen los mercados, tienen un análisis mejor desarrollado en relación a que buscan conocer a cabalidad la integridad del producto, buscan la integridad de la fuente, si el producto se hizo donde ellos creen se hizo, la integridad del contenido, si el producto está hecho de la manera que ellos creen que ha sido, la integridad del propósito, si el producto hará lo que realmente ellos piensan que hará y la integridad del canal, saber si el producto ha viajado de la manera que ellos creen que viajó.

Todos estos, son factores determinantes para tomar una decisión de compra en el mercado internacional, es por eso que intervienen factores críticos. Generar una oportunidad en el mercado es complicado, y perderla es facilísimo si es que se juega con la seguridad y la trazabilidad de los productos agroexportables peruanos, así tenga buen precio y buena

presentación, si la empresa se ve involucrada con un acto ilícito, simplemente no se negocia con ella.

2.2.6.3. Estrategias de Marketing para los Agroexportadores

Para poder hablar del marketing, primero debemos definirlo, el Marketing en la agroindustria estudia el movimiento y comportamiento de bienes y servicios, haciendo énfasis en temas de conducta del consumidor y la promoción agrícola a todo nivel. El marketing agroindustrial analiza los cambios y las tendencias de los mercados.

Es una necesidad imperiosa la aplicación de diversos principios económicos tanto de marketing como recursos de la gerencia en los sectores rurales que la única manera de aumentar los ingresos es generando campos productivos y mejorando los sistemas de comercialización, esto adicionalmente, esto mejorará su calidad de vida, ya que como se ha explicado en esta tesis de grado, la mayor parte de la agricultura del Perú, es una agrícola de subsistencia.

Para determinar una correcta estrategia de marketing donde el impacto sea el esperado y poder hacerlos realidad, se debe tener en cuenta ciertos elementos que se detallaran a continuación:

1. Estudios Financieros: Se debería realizar una inversión a largo plazo y de costo de capital para los agronegocios, se deben valorizar los activos durables utilizando estrategias de inversión y retorno de la liquidez. Estos análisis se deben tener en cuenta, ya que el financiamiento en el agro no es lo esperado teniendo en cuenta que el retorno de la inversión es lento y progresivo y depende factores exógenos como clima, temperaturas, etc. Finalmente, se debe tener en cuenta que se trabajan en campañas, con lo cual, la inversión, es de acuerdo al tipo de producto a cosechar.

2. Logística de Agronegocios: Se debe tener en cuenta que el proceso logístico de contenedorizar la carga, trasladarla, embarcarla y transportarla por algún medio (aéreo o marítimo), es diferente a cualquier otra carga. El proceso de comercialización de los productos agrícolas y la logística que se emplee para cada tipo de producto, definirá muchas veces, la continuidad del negocio o no.
3. Decisión de gerencia: El posicionamiento estratégico y la dinámica competitiva junto con el estudio del mercado y el conocimiento de las ventajas y beneficios de su producto, potenciarán la penetración que tenga el producto en dicho mercado. El marketing mix funcionará de acuerdo a como la gerencia lo plantee y lo decida.

Finalmente, podemos decir que el análisis del funcionamiento y desarrollo de los mercados agrícolas y la evolución comercial de los mismos, puede ser una estrategia válida para consolidar el desarrollo en distintas sociedades y mejorar oportunidades para los actores de las agrícolas peruanas.

De acuerdo a la Convención Nacional del Agro Peruano (CONVEAGRO), en setiembre del 2014, se realizó una convención con los líderes de los gremios agroexportadores donde compartieron, de acuerdo al tipo de producto que exportan, las principales estrategias de marketing para los mercados en los que participan. A continuación, se detalla por tipo de producto, las estrategias que aplican los líderes de estos gremios:

a) Café

Al respecto, el presidente de la Cámara Peruana de Café y Cacao (CPC), Ricardo Huancaruna Perales, indicó que la estrategia de marketing del café peruano está enfocada

principalmente en el mercado de cafés sostenibles, donde el consumidor espera que su compra signifique un efecto “sustentable” en los sectores productores.

“Nosotros mostramos mucho que la producción de café se ha realizado en armonía con el medio ambiente, usando buenas prácticas agrícolas. Por ello, son importantes las certificaciones correspondientes. Además, nos enfocamos en el impacto social directo. Es decir, destacamos que el café permite a las familias productoras mejorar su nivel de vida”, sostuvo.



b) Palta

Por otro lado, el gerente de la Asociación de Productores y Exportadores de Palta Hass del Perú (Prohass), Arturo Medina, indicó que en su caso están realizando campañas de marketing desde hace 5 años en Alemania, Francia e Inglaterra, en las que han invertido alrededor de US\$ 1 millón anuales.

Resaltó que a partir del año 2014, se ha realizado una campaña de marketing en Estados Unidos, con una inversión de alrededor de US\$ 2 millones, que provienen de la Peruvian Avocado Commission (PAC).

“Cuando nosotros entramos a Estados Unidos, su Gobierno nos retenía US\$ 0.05 por kilo y el fin de esa recaudación era para promocionar la palta Hass en general. Sin embargo, los exportadores (tanto peruanos, chilenos, mexicanos) dijeron que debía promocionarse por cada país. Entonces, el Gobierno de ese país aceptó la propuesta, indicando que devolverá el 85% de lo recaudado, pero para ello debía crearse una asociación por país en Estados Unidos, en el caso de Perú se formó la PAC, que administra ese 85% que le hace llegar el gobierno de EE.UU.”, explicó.

Al respecto, dijo que con el monto invertido en marketing se está haciendo un trabajo muy grande en supermercados. *“Tenemos paneles promocionando la palta Hass peruana en casi todos los supermercados en Estados Unidos. También estamos haciendo promoción en la radio, que es algo que funciona bien en este mercado”*, dijo.

El señor Medina manifestó que el atributo que buscan resaltar de la palta Hass es su valor nutricional y junto a ello se está explotando mucho la imagen de Machu Picchu para que las personas relacionen el producto con nuestro país.

c) Espárrago

El director ejecutivo del Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH), Carlos Zamorano Macchiavello, indicó que no existe una estrategia conjunta de marketing en el exterior. En ese sentido, opinó que aunque Perú sea el principal exportador mundial de la hortaliza, se debería trabajar con los productores de espárragos de Estados Unidos, México y Alemania, entre otros países, para promocionar el consumo de espárragos en Estados Unidos y Europa.

Al respecto, apuntó que debería realizarse un análisis por cada país de las épocas en que se consume menos espárragos. *“Teniendo el Perú la posibilidad de producir todo el año esta hortaliza, sí se podría trabajar temas de promoción”*, comentó.

Igualmente, recordó que el IPEH en alguna oportunidad intentó instaurar en el mercado estadounidense un “Fondo Federal de promoción para el espárrago”, similar al que se estableció para la Palta Hass.

d) Uva de mesa

Por su parte, el gerente de la Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú (PROVID), Sandro Farfán, destacó que en el caso de la uva, el gremio que representa y sus asociados realizan la promoción y el marketing del producto en las ferias de alimentos frescos en las que el gremio participa y también en algunas misiones comerciales de empresarios. En dichos espacios buscan resaltar la calidad de la uva peruana.

Detalló que febrero del 2014, el gremio de uva participó en la feria “FruitLogístic”, que se realizó en Alemania del 5 al 7 de febrero. Asimismo, dijo que del 3 al 5 de Septiembre del mismo año, estuvieron presentes en la “Asia FruitLogístic” (en Hong Kong), y estuvieron también del 15 al 18 de septiembre en el “WorldFoods” Moscú (Rusia) y del 17 al 19 octubre, en la feria “PMA Fresh Summit” (Estado Unidos).

“También hacemos publicidad en algunas revistas especializadas del sector, generalmente en fechas cercanas a la realización de las ferias a dónde participamos”, comentó.

e) Mango

El gerente de la Asociación Peruana de Productores y Exportadores de Mango (APEM), Juan Carlos Rivera, destacó que el posicionamiento del mango en los mercados internacionales depende de:

“Primero ubicamos un mercado potencial para el mango a través de prospecciones, luego el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) realiza una labor técnica para lograr el protocolo fitosanitario. Una vez logrado, se viene la etapa de promoción del producto”, comentó.

En ese sentido dijo que para demostrar que es factible la exportación a mercados lejanos (como fue en el caso de China), APEM realizó unos primeros despachos, posteriormente promovió entre sus asociados un slogan hacia el nuevo destino y luego una imagen general del producto.

Esta promoción incluye una “idea puerta” que es la de un producto fresco y de calidad, es decir, se mantienen las características organolépticas durante la temporada de mango de Perú.

“Los atributos que tratamos de vender son sabor, olor y color. Son 3 cosas que siempre se venden en el mango. Esto tiene detrás un trabajo de los productores y de los empacadores a través de charlas, talleres, normas técnicas, entre otros”, dijo.

Asimismo, destacó que APEM no realiza publicidad de su producto debido a que no tiene un presupuesto de la magnitud que implica hacer promoción en Estados Unidos o Europa. Sin embargo, dijo que participan en ferias para lo cual cuentan con un presupuesto de US\$ 30 mil por año.

f) Cacao

El ex presidente de la Asociación Peruana de Productores de Cacao (APPCACAO), Rolando Herrera, indicó que la calidad, el manejo técnico y la trazabilidad del cacao peruano son los elementos que han ayudado a la promoción del cacao.

En cuanto a la calidad, dijo que conjuga los parámetros que contienen todos los cacaos del mundo y que la estandarización es superior a la de los otros países productores.

“Por ejemplo, nuestro cacao tiene mejor aroma, mejor presentación, mejor desarrollo del grano, mejor trazabilidad, la certificación orgánica y comercio justo que representa casi un

95% de la producción nacional. Estos factores nos han ayudado mucho a posicionar y vender esta imagen del cacao peruano en el mundo”, dijo.

Señaló que con la Fundación del Salón del Cacao y Chocolate, el cacao peruano se revaloró, ya que se promocionó el producto en todo el mundo. Otras acciones que colaboraron en la promoción fueron la declaración del cacao como producto bandera y el establecimiento del 1 de octubre como día del cacao y chocolate peruano.

g) Cítricos

El gerente general de la Asociación de Productores de Cítricos del Perú (ProCitrus), Sergio del Castillo Valderrama, señaló que si bien su representada promociona al cítrico peruano en general, sin embargo, la parte gráfica de la publicidad está orientada básicamente a la mandarina, ya que es el principal cítrico exportado (tanto en volumen como en divisas). *“El mundo sabe que somos un jugador importante de mandarinas en el Hemisferio Sur”, anotó.*

En ese sentido, dijo que ProCitrus, bajo su marca “PerúCitrus”, participa en las principales ferias del mundo dedicadas al sector hortofrutícola. *“Estamos en “FruitLogistic” (Alemania), “Asia FruitLogistic” (Hong Kong), PMA (Estados Unidos) y “WorldFood Moscú” (Rusia). Por ahora tenemos la política de estar presentes por lo menos en una de las principales ferias en cada uno de los continentes”, dijo.*

Asimismo, dijo la asociación desarrolla marketing a través de revistas impresas y páginas web especializadas en el sector. En ellas se muestra el perfil de la empresa exportadora, las variedades de cítricos que ofertan, disponibilidad de fruta al año y los contactos para que puedan comunicarse. *“Este tipo de marketing se trabaja en castellano, inglés y ruso y se está preparando uno en chino para Asia, los cuales se publican en las*

ediciones que están enfocadas en las ferias donde participamos". Para el caso de Estados Unidos resaltó que ProCitrus hace publicidad en dos diarios de alta circulación en época donde está la mayor disponibilidad de la fruta peruana.

Sergio del Castillo dijo que en los cítricos tratan de resaltar la calidad de nuestra fruta e ir mejorando la percepción de los mercados referente a nuestro producto, para ello destacó que este año ProCitrus lanzó un sello de calidad (solo para TangeloMinneola) que mide la autorregulación de los índices de madurez adecuado de la fruta. *"Si la fruta es cosechada en sus grados adecuados de Brix y acidez es una buena fruta y eso buscamos garantizar con este sello"*, dijo.

El gerente general de ProCitrus manifestó que para el tema de marketing externo, la asociación maneja un presupuesto. Este surge de un autogravamen que es voluntario y que involucra a todos los asociados a ProCitrus. *"El autogravamen es por cada kilo exportado y es de US\$ 0.003 por kilo, el cual es muy pequeño, pero sumado a los altos volúmenes de envíos generan los recursos que se destinan a estas importantes actividades. Hablamos que en total son cerca US\$ 200 mil al año"*, precisó.

Con esto, podemos finalizar indicando que las estrategias de marketing, son variadas y dependen del producto y mercado a exportar, así también, resaltar que las certificaciones en seguridad, son un factor importante y de comercialización como lo han destacado los testimonios señalados.

Se precisa algunas de las prácticas de marketing más utilizadas para los agroexportadores:

- ✓ Participación en Ferias.
- ✓ Promoción en revistas especializadas del sector.
- ✓ Creación de páginas web especializadas
- ✓ Participación en Symposiums, Charlas, etc.

- ✓ Benchmarking.
- ✓ Networking entre empresas asociadas.
- ✓ Marketing Mix

Como podemos notar, estas herramientas si bien es cierto todas tiene un costo, no son promociones agresivas donde la publicidad esté por todos lados, es un marketing conservador, pragmático y muy especializado, lo cual les ayuda a generar un posicionamiento de marca, más lento, pero duradero a lo largo del tiempo.

2.2.6.4. Barreras para los Agroexportadores

Debemos tener en cuenta, adicionalmente, las oportunidades, las barreras con las que luchan nuestros exportadores actualmente. Las barreras de exportación son todos aquellos obstáculos, limitaciones actitudinales, estructurales, operativas y otras que disuaden o impiden la capacidad para iniciar, desarrollar o mantener las operaciones comerciales en los mercados extranjeros. A su vez, las barreras se pueden clasificar en internas y externas, las internas están asociadas a la insuficiencia de recursos y capacidades organizacionales de la empresa, mientras que las externas son las que derivan del ambiente en donde la empresa va a operar.

El enfoque que les podremos brindar a los exportadores es acerca de la expansión que pueden tener, ya que puede resultar en una barrera de entrada como las que se señalaran a continuación:

- Falta de esfuerzo en compromiso de marketing
- Falta de aspiración gerencial
- Enfoque de mercado doméstico

- Falta de tiempo en la gerencia

De acuerdo a nuestros estudios, podemos indicar que las empresas agroexportadoras también tienen una barrera de conocimiento y experiencia, ya que puede resultar que el trabajo que realicen sólo sea empírico y desconozcan los mercados internacionales y esto impide que las empresas se comprometan con mayores actividades de internacionalización.

Podemos detallar algunas otras barreras de acuerdo a la inexperiencia de las empresas:

- Desconocimiento de comercialización en el extranjero
- Dificultades de encontrar a una agente/representante en el exterior
- Falta de conocimiento de mercados potenciales.

Como una tercera barrera para los agroexportadores, podemos indicar la barrera de la información, ésta se refiere a los problemas de identificación, selección y ponerse en contacto con mercados internacionales debido a la falta de información. Se detalla las siguientes barreras:

- Dificultades para localizar información relevante para el análisis de mercados extranjeros
- Problemas con la información del mercado internacional.
- Falta de identificación de oportunidades en empresas extranjeras
- Incapacidad de identificar a clientes y distribuidores en el extranjero.
- Falta de contactos en el exterior.

Adicionalmente, existen también las denominadas barreras funcionales, que se refieren a las ineficiencias de las distintas funciones de la empresa con respecto a la exportación, Por ejemplo, RRHH, Producción, Finanzas, etc. Algunas barreras identificadas son:

- Requisitos de garantías de calidad
- Personal no capacitado e inexperto en las operaciones diarias.
- Falta de mano de obra calificada.
- Falta de exceso de capacidad para las exportaciones.
- Escases de capital de trabajo para la producción.

Finalmente, y para efectos de esta tesis de estudio, veremos las barreras de marketing que tienen las empresas agroexportadoras en el Perú. Éstas se ocupan principalmente del producto, el precio, la distribución, la logística y las actividades de promoción de una empresa en el extranjero.

- El producto: A diferencia de grandes empresas a nivel mundial, los agroexportadores se encuentran en una situación de inferioridad con respecto al desarrollo de nuevos productos e innovadores para el mercado, debido principalmente, a la falta de experiencia en gestión, falta de desarrollo y capacidades de investigación, además de contar con recursos financieros limitados.
- Adaptabilidad del diseño y estilo del producto: La adaptabilidad y flexibilidad del producto exportado en el mercado internacional, es de mucha importancia dado que debe

conseguir la aceptación y confianza del consumidor final, esto puede causar varios problemas dentro de la organización si no se maneja de manera adecuada, como un incremento del costo unitario debido a la falta de economías de escala, una débil organización y control de las operaciones de exportación y finalmente, las variaciones de las actividades de marketing que se empleen para ingresar y gustar en ese mercado.

- Especificaciones técnicas: En el Perú no tenemos una cultura de marketing enfocada al cliente, y no nos damos cuenta que debemos atacar a la satisfacción de este para fidelizarlo y establecer una relación de tiempo con él. Muchos mercados en el mundo, tienen el apoyo de su gobierno local, con la finalidad de establecer requisitos mínimos de compra estipulados en una Ficha Técnica, donde nosotros como sus proveedores, debemos atenderlos de acuerdo a sus requerimientos, y en caso no contemos con sus especificaciones, brindarlo un producto lo más parecido a su necesidad.
- Precio: Muchos pequeños agroexportadores, se quejan de no poder brindarle a su cliente en el exterior, un precio competitivo por más que su producto puede ser de mejor calidad, esto se debe principalmente, al aumento del costo unitario por producción, debido a que no cuentan con series de producción. Se debe tener en cuenta que existirán costos adicionales ocasionados por el mismo producto (etiqueta, embalaje, etc), los gastos administrativos, los impuestos y/o

aranceles tanto de salida como de ingreso al país y los costos de comercialización del producto en el mercado a ingresar. Todos estos factores, merman directamente con el precio final, el cual, habitualmente, es mayor al ofrecido generando poco margen de utilidad en el exportar, eso quiere decir que no puede ganar ni por volumen- ya que no cuenta con la capacidad- ni por margen, porque los costos adicionales, reducen su utilidad.

2.2.7. Impacto financiero

Sin lugar a duda, no hay nada que más motive a los más altos ejecutivos de las empresas que sean las utilidades, por lo que proponerle a los Agroexportadores la implementación del SGCS BASC en su organización, debe ser un incremento de rentabilidad dentro de su organización. Pero, ¿Cómo relacionamos el SGCS con los beneficios económicos? Podemos obtenerlo de dos formas i) Por el aumento de ingresos o ii) Por la disminución de costos. Desarrollaremos varios puntos de cómo puede ofrecer esto, el SGCS BASC, para la Agroindustria.

1. Muchas empresas acuden a la implementación de SGCS BASC, ya que necesitan el certificado para obtener clientes nuevos ya sea mediante una licitación o porque quieren convencer a sus clientes de que sus operaciones se encuentran estandarizadas y con una evaluación de riesgos que no pone en duda sus operaciones, partiendo de esta premisa podemos deliberar lo siguiente:
 - a. Que como bien se sabe, cada cliente nuevo genera más ingresos adicionales, pero, ¿Dicho aporte económico que proporciona, es superior a la inversión que genera la implementación del SGCS BASC? La premisa

de BASC es minimizar los riesgos dentro de la cadena de suministros, eso quiere decir que es la implementación es preventiva, ya que la intención es reducir el impacto a la organización en caso suceda algún ilícito. Esto quiere decir que los costos que se generarían después de ocurrido el hecho, deben ser mínimo y debe prevalecer la continuidad del negocio. Por lo tanto, inferimos y afirmamos que el ahorro es más grande que la inversión que se hace para la implementación. Esto no quiere decir que la empresa deje de invertir y mejorar continuamente las medidas de seguridad y control, sino, de nada serviría una implementación ya que los riesgos varían de acuerdo al tipo de actividad que se haga.

- b. El segundo punto que se despliega del concepto de que las empresas necesitan un certificado para ser más competitivas, podemos mencionar que la filosofía preventiva del SGCS BASC, no es más que el constante análisis de riesgo que se utiliza para prevenir accidentes e incidentes. Ningún Sistema de Gestión va a funcionar adecuadamente si la empresa no conoce sus riesgos y sus amenazas, y si no hace de estos una Gestión para reducirlos y controlarlos. Es cierto que los altos cargos normalmente no ven a la seguridad con la perspectiva de Gestión de Riesgos, pero cuando la empresa tiene un suceso no deseado o esperado, este se vuelve un frío número matemático que será, la pérdida. Una mala gestión del riesgo nos puede llevar a perder miles de dolores ya sea en reparaciones, planes de contingencia, logística de subsanación, rediseño, etc.

Debemos considerar que los agroexportadores son personas que cuentan con un negocio empírico y no cuentan con las suficientes herramientas de

gestión para su correcto desarrollo. Ambos puntos, pueden hacer perder mucho dinero a las organizaciones.

2. En este, colocaremos un diagrama de Ishikawa con la inversión que tendría que efectuar la empresa de acuerdo a lo que la norma y estándar BASC solicitan:

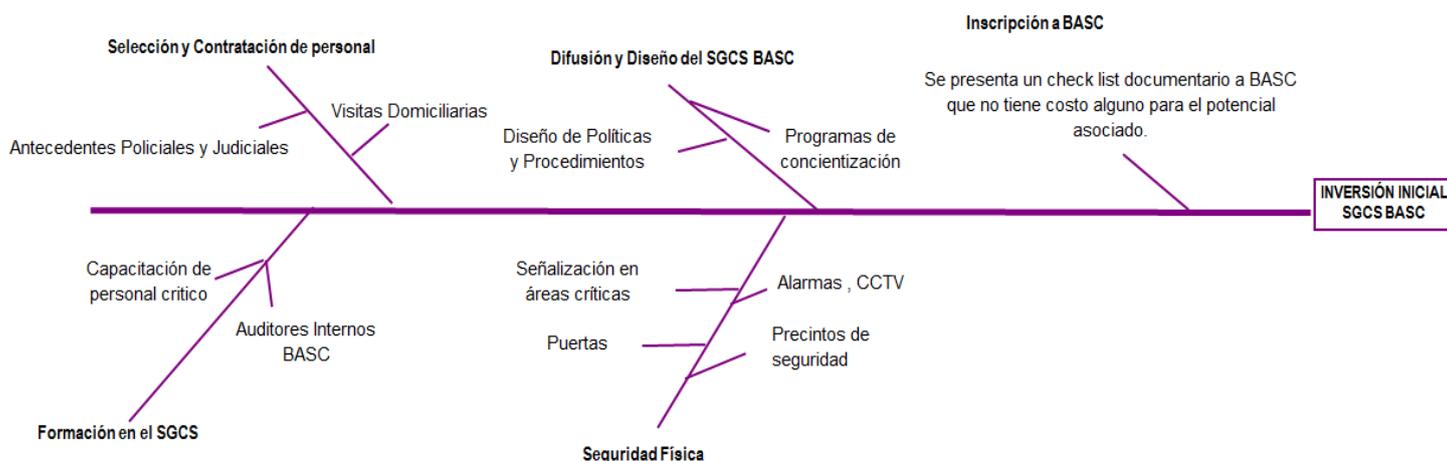


Figura N° 5. Título: Etapas e inversión inicial para la implementación del SGCS BASC

Fuente: BASC PERÚ
Elaboración: Propia

Este diagrama representa lo que una empresa debe realizar para iniciar un proceso de certificación, en caso sean empresas que ya cuentan con la certificación, sólo se debe realizar una Auditoría de Control, previa a la Auditoría de Recertificación para delimitar si existen incumplimientos y/u observaciones.

3. En este cuadro, colocaremos la inversión que deberá realizar la empresa para implementar el SGCS. Hay que considerar que de acuerdo a lo que indica el Reglamento de Afiliación y Certificación de BASC, se debe realizar una "Revisión Inicial del SGCS BASC" en donde se obtendrán los resultados de la empresa y su situación actual de acuerdo a lo que la norma y están BASC exigen. Esta pre

auditoria, podría demandar alguna inversión adicional que deba realizar la empresa en caso lo necesite. Para el caso de los exportadores, el Comité de Certificación, al realizar la revisión inicial de los documentos exigidos para iniciar el proceso, coloca la tarifa de acuerdo a diversos criterios como Ventas de los dos últimos años, cantidad de trabajadores, Nro. De sucursales, ubicación geográfica, etc. Para este caso, consideremos la tarifa de S/. 11,000 Soles.

Tabla N° 2: Inversión inicial para el proceso de certificación al SGCS BASC

Concepto de la Inversión	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Concepto de Auditoria Inicial (50% de la Cuota establecida por el Comité de Certificación a la presentación de los documentos exigidos para postular)	1	S/. 5500.00 + IGV	S/. 6,490.00
Formación de dos Auditores Internos como mínimo (Interpretación de la Norma y Estándares BASC + Auditores Internos)	2	\$270 + IGV S/. 590 + IGV	S/. 3,622.60
Concepto de Auditoria de Certificación (50% restante de la Cuota establecida por el Comité de Certificación a la presentación de los documentos exigidos para postular)	1	S/. 5500.00 + IGV	S/. 6,490.00
TOTAL			S/. 16,602.60

Fuente: BASC PERÚ

Elaboración: Propia

Como se menciona líneas arriba, en caso la empresa sea una recertificada, sólo debe realizar el abono de los S/. 11,000 Soles + IGV por el pago de la recertificación y un adicional de S/. 1,000 Soles anuales por concepto de membresilla, que comprende inclusión en una base de datos a nivel mundial donde puede intercambiar información con otras empresas BASC en el mundo, derecho al uso del logo BASC, seminarios, charlas gratuitas, etc.

Además es preciso señalar, que toda empresa lo que busca al hacer una inversión de este tipo, es que sus indicadores de rentabilidad midan la efectividad de la administración de

la empresa para controlar el costo y el gasto y de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

Finalmente, de acuerdo al rubro de esta tesis de grado, se debe evaluar la liquidez de las agroexportadoras y esto surge de medir la capacidad que tienen para cancelar sus obligaciones a corto plazo y poder realizar inversiones inmediatas. Para esto, existen diversas pruebas como la Razón Corriente, la Prueba Acida y el Capital neto de trabajo. Con estas pruebas podríamos determinar qué pasaría con la empresa si se les exigiera el pago inmediato de todas las obligaciones en menos de un año.

La implementación de un SIG, siempre que tenga una implementación adecuada, comprometida, eficiente y eficaz, va a mejorar y optimizar el rendimiento financiero de una empresa y esto se logra a través de dos métodos, la reducción de costos y el aumento de las ventas, ambas válidas. La siguiente figura esquematiza mejor esta relación.

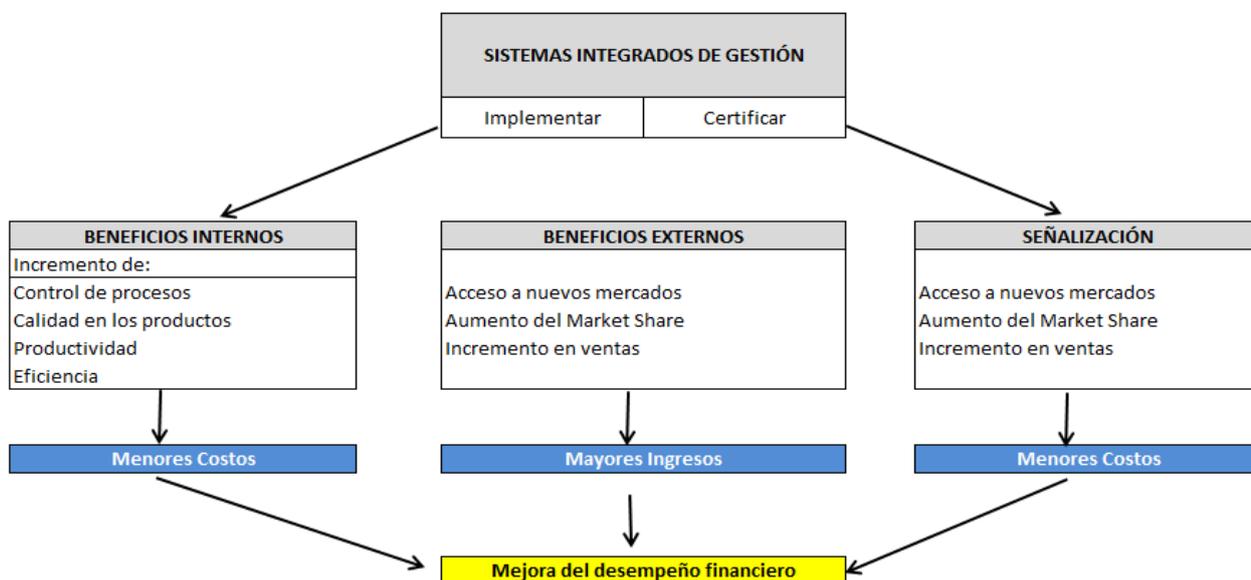


Figura N° 6. Título: Impacto financiero de la implementación de un Sistema Integrado de Gestión

FUENTE: Manual de Calidad y Gestión 2014
Elaboración: Propia

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis general:

La certificación BASC al ser empleada como herramienta de marketing internacional ayudará a los agroexportadores peruanos a ingresar, captar nuevos clientes y posicionarse en mercados internacionales.

2.3.2. Hipótesis específicas

2.3.2.1. La certificación BASC influye en la decisión de compra debido a la tendencia actual que se viene presentando a nivel mundial por parte de las empresas de asegurar sus operaciones logísticas, sobretodo en mercados con los que se tienen Acuerdos de Complementación Económica, Tratados de Libre Comercio y otros acuerdos que facilitan el ingreso de productos.

2.3.2.2. La certificación BASC funciona como una herramienta de promoción del producto de los agroexportadores peruanos, dado que es un valor agregado diferenciador de la competencia; formando así parte de la estrategia de ingreso a mercados internacionales.

2.3.2.3. La certificación BASC servirá como elemento diferenciador para ingresar a un nuevo mercado; generará una ventaja competitiva y potenciará la imagen de la empresa.

2.3.2.4. La certificación BASC genera mejora competitiva para el sector agroexportador peruano ya que lo muestra ante el mercado internacional como un sector seguro y confiable en su cadena logística, dado a que la agroexportación sudamericana es un sector sensible por encontrarse la producción del 100% de la coca que se vende en todo el mundo.

2.3.2.5. La certificación BASC como parte de la estrategia de precios para la empresa agroexportadora peruana genera un incremento en el precio del producto, dado a que cuentan con un elemento diferenciador y de valor agregado.



CAPÍTULO III. MÉTODO

3.1. Diseño

La presente investigación utiliza un diseño de tipo exploratorio cualitativo, el cual es aplicado para obtener respuestas a través de la experiencia de los agroexportadores peruanos de qué tantos beneficios obtuvieron mediante el SGCS BASC en relación con logística segura y marketing internacional para la venta de sus productos.

Se utiliza el diseño mencionado antes, dado a que no se han realizado estudios en los cuales se enfoque el sistema de gestión y control en seguridad BASC como herramienta de marketing internacional para empresas que se encuentren en el rubro del comercio exterior. Siendo así, esta investigación pretende brindar información a los agroexportadores peruanos de cómo promocionar, posicionar y vender sus productos en el exterior mediante una certificación de nivel internacional la cual va a transmitir una imagen de confianza y seguridad a los potenciales compradores, mejorando así su cartera de clientes. Demostrando también la importancia de contar con la certificación dado al entorno en el que se encuentran las empresas agroexportadoras, y a la tendencia mundial actual de ofrecer productos que se encuentren respaldados por una certificación.

A través de este diseño se busca profundizar y conocer a fondo sobre este tema, mediante la experiencia de empresas agroexportadoras certificadas y los especialistas, si la certificación BASC puede ser empleada y vista como herramienta de marketing internacional para los agroexportadores peruanos ayudándolos a ingresar a nuevos mercados, captar nuevos clientes y posicionarse en mercados internacionales. El diseño nos va a permitir que mediante los instrumentos que vamos a aplicar, los agroexportadores nos cuenten sus experiencias y el contraste que han podido identificar de cómo se realizaban sus operaciones antes de tener la certificación y luego de conseguirla, como por ejemplo si en algún momento perdieron

alguna oportunidad de negocio con algún cliente en el exterior por no contar con esta, lo cual también podremos identificarlo con la experiencia de las empresas agroexportadoras que no se encuentran certificadas. A su vez los especialistas en el tema nos podrán dar su opinión con respecto a cómo la certificación puede ser un respaldo para los agroexportadores e incentivarlos a que aprecien la importancia de esta.

Los instrumentos también nos ayudarán a responder si los agroexportadores han identificado que la certificación BASC influye en la decisión de compra de empresas que se encuentran en países en los cuales tenemos acuerdos comerciales, debido a la tendencia actual a nivel mundial por parte de las empresas de asegurar sus operaciones logísticas.

Los especialistas en marketing y logística, y los agroexportadores peruanos nos ayudarán a determinar mediante las respuestas que nos brinden si la certificación BASC funciona como una herramienta de promoción del producto, dado que es un valor agregado diferenciador de la competencia; y esto formaría parte de la estrategia de ingreso a mercados internacionales.

El diseño nos ayudó a evaluar si la certificación BASC servirá como elemento diferenciador para ingresar a un nuevo mercado; generará una ventaja competitiva y potenciará la imagen de la empresa.

Los especialistas podrán ayudarnos a determinar si la certificación BASC genera mejora competitiva para el sector agroexportador peruano ya que lo muestra ante el mercado internacional como un sector seguro y confiable en su cadena logística, dado a que la agroexportación sudamericana es un sector sensible por las estadísticas que muestran altos índices de contaminación a nivel mundial.

Finalmente este diseño, que analiza variables cualitativas, mediante la obtención de respuestas con las entrevistas a realizar nos ayudará a identificar si como parte de la

estrategia de precios contar con la certificación genera un incremento en el precio del producto, dado a que cuentan con un elemento diferenciador y de valor agregado.

3.2. Muestra

En esta investigación se utilizó 3 poblaciones por la necesidad de contar con información por parte de empresas que cuenten con la certificación BASC, empresas que no se encuentren certificadas y la opinión de especialistas en el tema de certificaciones de seguridad sobre la importancia de contar con ellas y más aún en el sector agroexportador, el cual es un sector muy sensible. Todo esto con la finalidad de que cada población aporte información sobre los motivos por los cuales han decidido certificar y por qué es importante; y el por qué no lo han realizado.

En cuanto al muestreo, para la presente investigación se realizará un muestreo de tipo no probabilístico de selección intencional, para las tres poblaciones, por ser el más adecuado para la investigación exploratoria cualitativa y, además permite seleccionar a los participantes que mejor representen a la población por su conocimiento en el tema a investigar. Otro motivo por el cual la selección es intencional, es debido a la llegada y cercanía que se puede tener con los especialistas en el tema y las empresas que puedan brindarnos un tiempo para poder contribuir con la investigación.

3.2.1 Empresas agroexportadoras peruanas que cuentan con certificación BASC

La primera población estará conformada por aquellas empresas agroexportadoras peruanas que cuenten con la certificación BASC.

El total de las empresas agroexportadoras que se encuentran en el Perú al año 2014 son de 190, según información obtenida de la base de datos de *SIICEX*, de las cuales se tienen alrededor de 50 empresas que cuentan con la certificación BASC según la información que se ha obtenido de la base de datos de la Asociación Civil BASC Perú.

Siendo así el total de la primera población fue de 50 empresas.

Procedimiento Muestral:

- ✓ **Unidad de análisis:** Empresas agroexportadoras peruanas que cuenten con certificación BASC.
- ✓ **Población:** Empresas agroexportadoras peruanas que cuenten con certificación BASC de Lima y provincias.
 - **Tamaño:** 08 unidades de análisis.
 - **Criterios de inclusión y exclusión**

Tabla N° 3: Criterios de inclusión y exclusión de la población N° 1

Población	Criterios de inclusión y exclusión
Empresas agroexportadoras peruanas que cuenten con certificación BASC en Lima y provincias	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas con más de 03 años dedicadas a la agroexportación peruana. • Empresas que cuenten con la certificación BASC vigente • Empresas que realicen operaciones con países que cuentan con TLC u otro acuerdo comercial. <p>Empresas que cuenten con operaciones de exportación frecuente.</p>

Fuente: Elaboración propia

Basándose en los siguientes criterios de selección se han seleccionado a las siguientes empresas:

Tabla N° 4: Empresas agroexportadoras peruanas que cuentan con certificación BASC

N°	Empresa
1	Sociedad Agrícola Virú
2	Agroindustrias AIB
3	Agroparacas
4	Agrícola Yaurilla S.A.
5	Agrícola Hoja Ronda
6	Agrícola ATHOS S.A.
7	Agrícola La Venta S.A.C.
8	Eco -Acuícola S.A.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Empresas agroexportadoras peruanas que no cuentan con certificación BASC

La segunda población estuvo conformada por aquellas empresas agroexportadoras peruanas que no cuenten con la certificación BASC.

Habiendo visualizado qué empresas se encuentran certificadas, se procedió a contrastar con la base de datos de la Asociación Civil BASC las empresas que no se encuentren asociadas para tomarlas como parte de la muestra de empresas que no se encuentran certificadas.

Procedimiento Muestral:

- ✓ **Unidad de análisis:** Empresas agroexportadoras peruanas que no cuenten con certificación BASC.
- ✓ **Población:** Empresas agroexportadoras peruanas que no cuenten con certificación BASC de Lima y provincias.
 - **Tamaño:** 08 unidades de análisis.
 - **Criterios de inclusión y exclusión**

Tabla N° 5: Criterios de inclusión y exclusión de la población N° 2

Población	Criterios de inclusión y exclusión
Empresas agroexportadoras peruanas que no cuenten con certificación BASC en Lima y provincias	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas con más de 05 años dedicadas a la agroexportación peruana. • Empresas que realicen operaciones con países que cuentan con TLC u otro acuerdo comercial. • Empresas que cuenten con operaciones de exportación frecuente.

Fuente: Elaboración propia

Basándose en los siguientes criterios de selección se han seleccionado a las siguientes empresas:

Tabla N° 6: Empresas agroexportadoras peruanas que cuentan con certificación BASC

N°	Empresa
1	Hass Perú
2	Agrícola Alpamayo
3	JJC Agrícola Las Lomas de Chilca
4	Phoenix Foods
5	Agrícola Challapampa
6	Fundo Los Paltos
7	Dominus
8	Hacienda del Sur

Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Especialistas en temas de seguridad logística y agroexportación

La tercera población estuvo conformada por personas especialistas en temas de seguridad logística, agroexportación y con conocimientos en marketing internacional.

Como ya se mencionó anteriormente el tipo de muestreo que se empleó fue el no probabilístico de selección intencional dado que este nos permitió seleccionar a los miembros de la población con conocimientos sobre el tema que se desarrolla.

Procedimiento muestral:

Unidad de análisis: Especialistas en temas de seguridad logística, agroexportación y con conocimientos en marketing internacional.

Población: La población está constituida por todas las personas especialistas en seguridad logística, agroexportación y con conocimientos en marketing internacional.

- **Tamaño:** 04 unidades de análisis.

Los criterios de inclusión y exclusión son:

Tabla N° 7: Criterios de inclusión y exclusión de la población N° 3

Población	Criterios de inclusión y exclusión
Especialistas en temas de seguridad logística y con conocimientos en marketing internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el rubro de certificaciones mayor a 05 años. • Conocimientos en marketing internacional. • Conocimientos en seguridad logística. • Conocimientos del sector agroexportador peruano.

Fuente: Elaboración propia

Según estos criterios, se han seleccionado a los siguientes especialistas:

✓ **Especialista:** César Venegas Núñez

Cargo: Gerente General BASC PERÚ

Institución: BASC PERÚ

✓ **Especialista:** Armando Grados Mogrovejo

Cargo: Gerente General de Asociación Civil Frío Aéreo

Institución: ASOCIACIÓN CIVIL FRÍO AÉREO

✓ **Especialista:** Lorenzo MorandiCadei

Cargo: Presidente del Comité de Certificación de BASC PERÚ

Institución: ASOCIACIÓN PERUANA DE OPERADORES PORTUARIOS – ASPPOR

✓ **Especialista:** Raúl Saldías

Cargo: Presidente del Consejo Directivo de World BASC Organization

Institución: SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS

Al ser esta muestra de tipo no probabilístico de selección intencional, se seleccionó bajo criterios propios a 04 unidades de análisis, las cuales son parte del total de la muestra, ya que se desconoce el total de esta población.

3.2.4. Ficha Técnica Muestral

Tabla N° 8: Ficha Técnica Muestral

Aspectos Clave	Población 1	Población 2	Población 3
Población	Empresas agroexportadoras peruanas certificadas BASC	Empresas agroexportadoras peruanas no certificadas con BASC	Especialistas en seguridad logística y agroexportación
Criterios de inclusión y exclusión	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas con más de 03 años dedicadas a la agroexportación peruana. • Empresas que cuenten con la certificación BASC vigente • Empresas que realicen operaciones con países que cuentan con TLC's u otro acuerdo comercial. • Empresas que cuenten con operaciones de exportación frecuente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas con más de 05 años dedicadas a la agroexportación. • Empresas que realicen operaciones con países que cuentan con TLC's u otro acuerdo comercial. • Empresas que cuenten con operaciones de exportación frecuente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el rubro de certificaciones mayor a 05 años. • Conocimientos en marketing internacional. • Conocimientos en seguridad logística. • Conocimientos del sector agroexportador peruano.
Tipo de Muestreo	Muestreo intencional	Muestreo intencional	Muestreo intencional
Tamaño de la muestra	Unidad de análisis: 08 empresas	Unidad de análisis: 08 empresas	Unidad de análisis: 04 especialistas

Elaboración: Propia

3.3. Instrumentación

La presente investigación utilizó para las 03 poblaciones guías no estructuradas de entrevistas a profundidad, dado que nos va a permitir obtener mayor información sobre nuestro tema a diferencia de otros instrumentos y al tipo de investigación que se desarrolla la cual es exploratoria cualitativa.

El instrumento a emplear nos va a permitir registrar diversas opiniones por parte de las empresas así como de los especialistas acerca de la certificación BASC como una herramienta de marketing internacional para el sector agroexportador y detectar a qué se debe que existan tantas empresas dentro del rubro que a la fecha no se encuentren certificadas.

Los instrumentos estarán compuestos por los siguientes ítems:

Guía de entrevista no estructurada:

Población N° 1: Empresas agroexportadoras certificadas BASC

1. ¿Por qué decidió certificar su empresa con BASC?
2. ¿Hace cuánto tiempo cuenta con esta certificación?, de ser más de 3 años, ¿Qué lo motiva a continuar con la certificación?
3. ¿Cómo se enteró de la existencia de esta norma?
4. ¿Cómo ha influido el contar con la certificación en su relación con clientes y proveedores?
5. ¿Qué valor le agrega a usted, como empresa, contar con esta certificación?
6. ¿Qué beneficio a corto plazo encontró o espera encontrar con la certificación BASC?
7. ¿Qué beneficio a largo plazo espera tener con la certificación BASC?
8. ¿Considera usted que los TLC han fortalecido la certificación BASC para su empresa?
9. ¿Considera que dada la situación actual en la que se encuentra nuestro país, primer productor de cocaína, y la imagen que esto genera para el mundo; fortalece sus operaciones el contar con la certificación BASC?

10. Es para usted BASC un socio estratégico a favor de su cartera de clientes y de imagen de empresa segura?
11. ¿Considera que su imagen como empresa se ha fortalecido al contar con esta certificación?
12. ¿Identifica usted la certificación BASC como una herramienta de marketing internacional?

Guía de entrevista no estructurada:

Población N° 2: Empresas agroexportadoras no certificadas BASC

1. ¿Considera usted que una cadena de logística segura es importante?
2. ¿De qué manera su empresa brinda confiabilidad a sus clientes con respecto a la seguridad que se maneja en sus operaciones?
3. ¿Tiene conocimiento que los acuerdos comerciales firmados con otros países solicitan que las empresas exportadoras aseguren la seguridad en la cadena logística?, de incidir en muchos temas de contaminación por no contar con un respaldo en logística segura podríamos perder las preferencias arancelarias de las que hoy en día gozamos. ¿Qué opina al respecto?
4. ¿Tiene conocimiento sobre la certificación BASC?
5. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿a qué se debe que su empresa no se encuentre certificada?
6. ¿Ha perdido oportunidades con clientes del extranjero que le solicitan certificaciones de seguridad?
7. Dada la coyuntura actual que atraviesa nuestro país en temas concernientes al narcotráfico y lavado de activos, ¿Considera que la certificación le brindaría un valor

agregado y diferenciador a su producto con respecto a otras empresas nacionales y de la región Sudamericana?

8. ¿Qué estrategias de marketing emplea para poder captar nuevos clientes internacionales?
9. ¿Identifica usted la certificación BASC como una herramienta de marketing internacional?
10. ¿Considera usted que contando con la certificación BASC su estrategia de precios podría modificarse e incrementar el valor en su producto debido al valor agregado que esta le brinda?

Guía de entrevista no estructurada:

Población N° 3: Especialistas en certificaciones de seguridad, agrexportación y logística.

1. ¿Qué opinión tiene respecto del sector agroexportador y su cadena de logística internacional?
2. ¿Lo considera un sector sensible en lo que se refiere a seguridad en la cadena de suministro?
3. ¿Qué tan importante considera que las empresas agroexportadoras cuenten con la certificación BASC?
4. ¿Identifica una herramienta de marketing internacional en la certificación BASC?
5. ¿Cree usted que se puede conseguir emplear las 4p del marketing en lo que se refiere a la certificación BASC?
6. La tendencia actual y los mercados internacionales, ¿cree que consideran importante que los agroexportadores cuenten con una certificación como BASC?
7. ¿Por qué cree que son pocos los agroexportadores que cuentan con esta certificación?

8. ¿Considera que los acuerdos comerciales impulsan y promueven a que se implementen este tipo de certificaciones?
9. ¿Conoce empresas agroexportadoras con esta certificación?. De ser afirmativa su respuesta, ¿implementaron la certificación identificando un beneficio en el ámbito de marketing internacional?
10. ¿Cree usted que nuestro país podría utilizar esta certificación como una ventaja competitiva? Dado a que los capítulos de BASC se encuentran sólo en ciertos países.



3.3.1 Ficha Técnica Instrumental

Tabla N° 9: Ficha Técnica Instrumental

Aspectos Clave	Instrumento 1	Instrumento 2	Instrumento 3
Instrumento	El instrumento empleado fue el de “entrevista a profundidad”, con el cual se buscó recoger información y conocer la experiencia de las empresas agroexportadoras que se encuentran certificadas, en el ámbito comercial. En este caso las entrevistas constan de preguntas elaboradas por los investigadores por lo que la fuente de procedencia es propia.	El instrumento empleado fue el de “entrevista a profundidad”, el objetivo de este instrumento fue obtener información y determinar cuáles son los factores que generan que existan tantas empresas agroexportadoras que no se encuentran certificadas. Las entrevistas constan de preguntas de elaboración propia, por lo cual la fuente de procedencia es propia.	El instrumento empleado fue la “entrevista a profundidad”, con el cual se pudo obtener información de los especialistas que respalden la importancia de la certificación BASC para las empresas agroexportadoras. Entrevistas estaban compuestas de preguntas elaboradas por nosotros, la fuente de procedencia es propia.
Contenido	Al ser un estudio cualitativo no se cuentan con variables a medir.		
Tipo de Instrumento	El estudio cuenta con instrumentos cualitativos, y el tipo de instrumento cualitativo son las entrevistas a profundidad.		
Validez	Dado a que nuestra investigación es un tema del cual no se encuentran estudios previos la fiabilidad y validez está respaldada por jueces expertos como: <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Mirian Lopez Moscol (Administradora especializada en logística y comercio exterior). - Lic. Juan Carlos Lizarzaburu(Especialista en Logística y comercio exterior. - Lic. David Figueroa Ramos (Especialista en Logística Internacional). 		
Muestra de Aplicación	La muestra de aplicación fue la experiencia obtenida por las empresas desde el momento en el que tuvieron la certificación BASC.	La muestra de aplicación fue la experiencia de las empresas que no han certificado con negocios que no se hayan podido haber concretado por no contar con la certificación BASC.	La muestra de aplicación fue la experiencia de los especialistas relacionada a la seguridad logística y la importancia de esta para poder captar nuevos mercados.

Elaboración propia.

3.4. Procedimiento

3.4.1. Procedimiento de recolección de datos

El procedimiento a emplearse para los tres casos que se llevarán a cabo entrevistas a profundidad serán los siguientes:



Figura N° 7. Título: Procedimiento de Recolección de Datos

Elaboración propia

3.4.2. Procedimiento de análisis cualitativo

(Vara, 2012)tal como se menciona en el manual “*Las técnicas de análisis cualitativo son aquellas que se emplean para resumir, analizar e interpretar la información obtenida mediante métodos cualitativos.*” Y es lo que realizaremos en la presente investigación, posterior a las entrevistas realizadas.

1. Para llevar a cabo el análisis cualitativo de la investigación se empleó la siguiente técnica:
 - Categorización: Utilizamos esta técnica debido a que los instrumentos son entrevistas a profundidad y de éstas se obtuvo amplia información, los cuales son archivos de documentos textuales que se transcribieron de los audios grabados durante las entrevistas. De las cuales se analizaron toda la información brindada y se obtuvo unidades llamadas categorías.
2. Luego de haber analizado la información que se obtuvo se procedió a organizarla categorizando en tablas. Para este caso se empleó tablas de origen.
 - Tablas de origen: Dado que los instrumentos son entrevistas, se agruparon en una tabla de doble entrada. Esto se aplicó en las tres muestras estudiadas.

En las columnas fueron los nombres de las personas que se entrevistaron y en cada fila irá la categoría (que previamente se asignó según la información que se analizó). Una vez realizada la tabla transcribiremos la información tal cual la obtuvimos, en la fila y columna que corresponda.

(Vara, 2012)menciona que las tablas de origen se denominan así porque los datos han sido ingresados tal cual, sin modificaciones ni resúmenes.

3. Luego de haber plasmado la información en las tablas de origen se procedió a realizar la tabla resumen codificada.
 - Tabla resumen codificada: en estas tablas se eliminó información que no fue necesaria de la tabla de origen y organizaremos las ideas mediante viñetas, de manera tal que las respuestas obtenidas por los entrevistados se uniformicen y la información este resumida.
4. Una vez que ya se plasmó la información, se analizó y resumió; se procedió a realizar el análisis de contenido para lo cual se tuvo en cuenta si existen:
 - Patrones o criterios comunes: Leyendo de izquierda a derecha la información brindada por todos los entrevistados podremos identificar si hay acuerdo mayoritario en cada categorización realizada.
 - Discrepancia en función a otras variables: En los resultados se podrán identificar discrepancias debido a ciertas características propias de los entrevistados como por ejemplo cargos o edades.
 - Coherencia de contenido o “dobles discursos”: Al leer la información de manera vertical se podrá analizar si existe congruencia entre la información que brinda el entrevistado.
5. Finalmente, se elaboraron gráficos y esquemas en los cuales se presentan los resultados obtenidos de manera resumida.

Tabla N° 10: Ficha de Análisis Cualitativo

Paso	Regla
1. Se transcribió la información obtenida de las entrevistas a profundidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Guardar las evidencias obtenidas en un USB. - Se usó el organizador cualitativo, el cual se manejó por cada entrevistado. - Se transcribió toda la información registrada en el momento en el que se realizó la entrevista.
2. Se identificaron las categorías, las cuales están definidas por criterios comunes identificados.	<ul style="list-style-type: none"> - Se agruparon por las preguntas que se realizaron durante la entrevista y las respuestas.. - Se identificó las categorías que fueron necesarias.
3. Se elaboró tablas por categoría de doble entrada.	<ul style="list-style-type: none"> - La tabla está compuesta por filas en las cuales se enlistó las categorías definidas en el punto anterior. Y cada columna es una persona entrevistada. - Se utilizó una tabla por cada tipo de unidad de análisis, en este caso 03 tablas. - Se distribuirá la información obtenida tal cual como se registró sin alterar ninguna palabra empleada por la muestra. - Se resumió cada tabla de origen y se identificó y resaltó las palabras claves, eliminando lo que no era necesario. Se empleó viñetas para organizar la información.
4. Se analizó el contenido de las tablas en función de los patrones o criterios comunes, discrepancias en función de otras variables y/o coherencia de contenido o dobles discursos.	<ul style="list-style-type: none"> - Según la información que se obtuvo se realizó el análisis de contenido para identificar las variables que predominan. - Leyendo la información de izquierda a derecha por cada fila se pueden identificar patrones o criterios comunes. - Al crear grupos de comparación, se pudo identificar discrepancias en función a otras variables (algunos entrevistados pueden tener opiniones o información distinta según algunas características propias, tales como cargos, edades, etc.). - Al analizar la información de manera vertical se pudo observar la coherencia o incongruencia entre lo que se dice y lo que se hace.
5. Se elaboraron gráficos explicativos para resumir los resultados que se presentarán en el análisis de contenido.	<ul style="list-style-type: none"> - Se utilizó esquemas, mapas mentales y/o gráficos para presentar los resultados obtenidos de manera resumida.

Elaboración Propia

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de la investigación

En el presente capítulo se presentaran los resultados extraídos del trabajo de campo que se realizó a través de los instrumentos empleados: las guías de preguntas no estructuradas, entrevistas a profundidad, para las tres poblaciones; las cuales se llevaron a cabo con el objetivo de contrastar las hipótesis planteadas mediante la investigación realizada con la experiencia de las empresas agroexportadoras peruanas con certificación, sin certificación BASC y la opinión de especialistas en el tema.

Para proceder con la aplicación de los instrumentos, previamente estos fueron revisados y corregidos por jueces especialistas con conocimientos en el tema y especializados en temas de marketing internacional y comercio exterior

Los temas que se han desarrollado con las tres poblaciones estudiadas son los siguientes

1. Aporte estratégico de la certificación BASC a los agroexportadores peruanos.
2. Influencia de la certificación BASC en la decisión de compra por los agroexportadores peruanos.
3. Certificación BASC como parte de la estrategia de ingreso a nuevos mercados.
4. Empleo de la certificación BASC como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales.
5. La certificación BASC como aporte de mejora competitiva para los agroexportadores peruanos.
6. Impacto de la certificación BASC en la estrategia de precios para las empresas agroexportadoras peruanas.

El resultado de las entrevistas realizadas fueron analizados para ser presentados de manera resumida y resaltando la idea principal de las respuestas obtenidas para las poblaciones.

4.1.1. El aporte estratégico de la certificación BASC a los agroexportadores peruanos

El objetivo principal de la investigación se centra en identificar el aporte estratégico de la certificación BASC en las agroexportaciones peruanas, el cual se desarrolló y detalló a profundidad con los objetivos específicos que se desprenden de este.

La certificación BASC, como socio estratégico para la consecución de nuevos clientes, es una herramienta poco reconocida para las empresas que cuentan con esta. BASC, brinda la herramienta de estar incluido en una base de datos mundial de la World BASC Organization (WBO), en sociedad con la Customs and Border Protection (CBP) de la aduana de los Estados Unidos, esta les permite generar contactos comerciales, que podrían terminar en clientes habituales para la empresa.

El utilizar la marca BASC como herramienta de mejoramiento y diferenciación de la imagen de la propia empresa y confiabilidad, es un requisito fundamental en la fidelización de nuestro potencial cliente y del tipo de organización que se desea reflejar ante el mundo.

Pese a que en nuestro país la cultura de prevención en temas de seguridad, el lavado de activos y el tráfico ilícito de drogas no están desarrollados, en el extranjero, hay países que ven en el tema de seguridad un aspecto fundamental para concretar la operación de compra y

venta sobre todo con países Sudamericanos como es el Perú, donde estamos en el podio de los principales exportadores de cocaína a nivel mundial.

Debemos tener en cuenta que todas las poblaciones analizadas en la presente investigación, coinciden sobre la importancia del concepto de “Logística Segura”, “SupplyChain Security” y en Análisis de riesgos junto con un plan de contingencia que deben tener todas las empresas que participan dentro del comercio internacional, independientemente si cuentan con BASC o no, es un requisito expreso para negociar con el extranjero, el demostrar la trazabilidad de sus operaciones y mantener una imagen intachable ante el cliente extranjero.

En conclusión, para todas las empresas agroexportadoras en el Perú, la certificación BASC debe estar dentro de una planificación estratégica en la que se incluya el tema de seguridad como un elemento diferenciador donde les permita dar un valor agregado al producto que se exporta.

4.1.2. Influencia de la certificación BASC en la decisión de compra para los agroexportadores peruanos.

La tendencia en el mercado global, es gestionar los riesgos, y en este aspecto las empresas agroexportadoras peruanas trabajan de una manera empírica. Si bien es cierto los resultados de las entrevistas a empresas certificadas han demostrado que estas obtienen la certificación por el tema de seguridad y no ven un tema de marketing, esto va directamente relacionado con la decisión de compra, ya que no exportarían un producto contaminado a un mercado que pide altas exigencias en temas de seguridad como es el de Estados Unidos.

Aquí también se ven reflejados temas macros de comercio exterior, como es el tipo de negociación que se hace con los países o bloques económicos para negocios un TLC o un acuerdo comercial, ya que las exigencias son diferentes y el sector agroexportador es un sector reacio al cambio, a la innovación, a las nuevas y mejores exigencias que hacen los distintos mercados en beneficio de su propia integridad, ya que no quieren verse vulnerados por productos que proceden de un país altamente exportador de cocaína.

La gestión del riesgo es un tema de interés para la empresa que hace la operación crítica de la exportación, mas no del agroexportador que está en contacto directo con el producto, es ahí donde hace una falta de planificación en el trabajo conjunto empresa – cultivos.

Las empresas agroexportadores peruanas certificadas con BASC, lo han hecho para encontrar una respuesta inmediata en temas de seguridad y de prevención del lavado de activos dentro de su empresa. La minoría tomó como valor principal, el hecho de estar incluidas en una base de datos mundial en la que pueden ser vistas por empresas de todo el mundo, o de poder utilizar la marca BASC, para dar una imagen de empresas confiables antes la consecución de nuevos clientes.

Ha sido más importante para estas empresas el tema de implementar las normas y estándares BASC, en relación al tipo de operaciones y al nivel de complejidad de las mismas. Algunas otras, optaron por la certificación, como parte de una política global que maneja el grupo de empresas en sí al cual puede pertenecer.

Así también, la certificación BASC explícitamente, haciendo cumplimiento a la Norma y Estándar aplicable, indica que la empresa debe trabajar bajo el ciclo de Deming (Planear, Hacer, Verificar y Actuar), así también, indica que la alta gerencia debe hacer por lo menos una revisión al año del todo el Sistema de Gestión, es así, como la poca visión del

sector, les permite no incluir dentro de un plan de marketing, dentro de una estrategia de ingreso a mercado, el tema de potenciar su imagen con la certificación BASC.



Figura N° 8. Aspectos que influyen en la certificación BASC.

Fuente: Elaboración propia basada en entrevistas.

Además, debemos indicar que los agroexportadores peruanos que no cuentan con la certificación han reflejado dentro de las encuestas a profundidad realizadas que si bien es cierto tienen conocimiento de que trata la certificación BASC, sus beneficios y requisitos, la decisión por no estar certificados pasa por otros temas de fondo como un presupuesto definido e inversión tanto en dinero como en recurso humano para su implementación, otros porque no es un requisito formal solicitado por su cliente en el extranjero como en Asia o Europa, otros porque ya se encuentran homologados con sus clientes afuera y minimizan sus riesgos o son proveedores estratégicos y no ven la necesidad de optar por una certificación BASC. Finalmente, encontramos que también hay empresas que no tienen conocimientos de que es BASC y ese ya es trabajo de la entidad certificadora de difundir sus beneficios para el comercio internacional seguro.

4.1.3. La certificación BASC, como parte de la estrategia de ingreso a nuevos mercados.

En la figura 2, se presenta un modelo de penetración en un nuevo mercado extranjero, y la importancia de BASC en este.

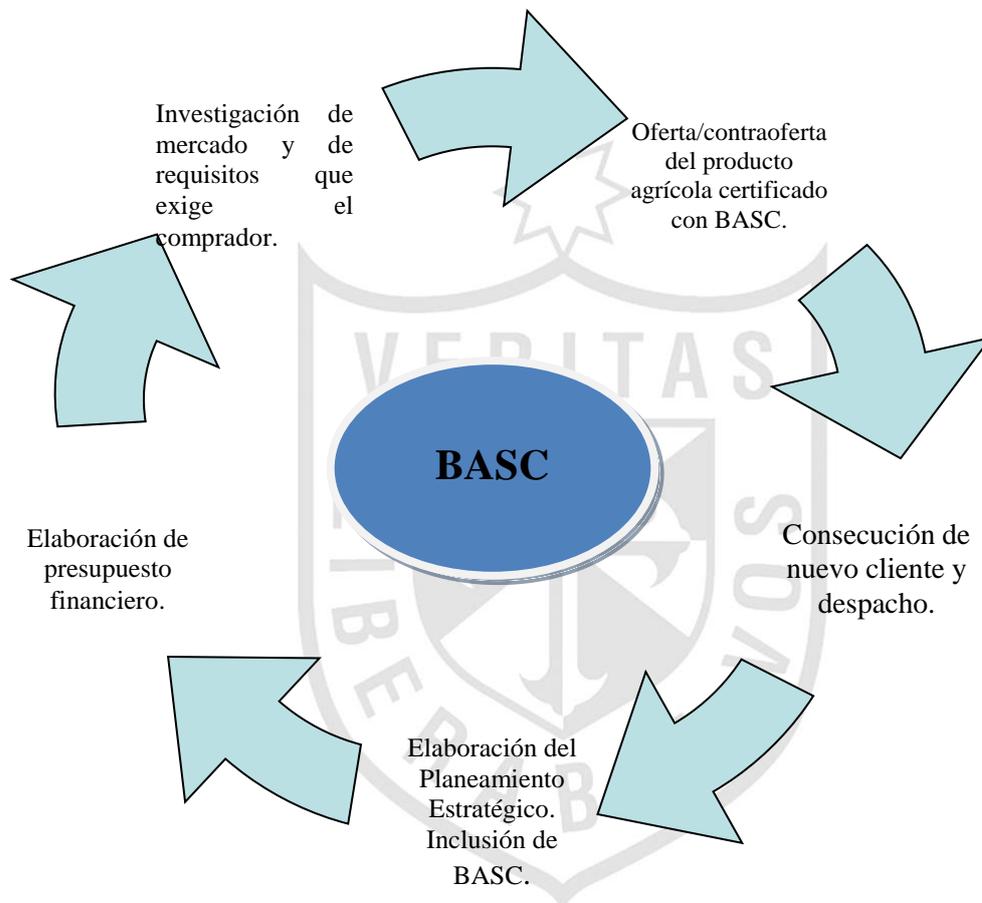


Figura N° 9. La inclusión de BASC en la toma de decisión de una empresa para ingresar a un nuevo mercado internacional.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

- En cuanto a la elaboración de un plan estratégico de las empresas.

Las empresas que ya cuentan con certificación BASC desde años atrás, incluyen dentro de su presupuesto el tema de la certificación. Así también, permiten establecer

criterios de seguridad dentro de su matriz FODA, Matriz de Causa-Efecto, Evaluación de Riesgo, Matrices IPER y KPI que consideren necesarios, esto los hará tener en cuenta cuan vulnerable es la empresa en relación a sus amenazas y debilidades. El P.E., les permitirá tener claro cuál será la relación mercado – nivel de riesgo, inversión – rentabilidad, clientes – capacidad de abastecimiento y sobre todo, indicadores de contaminación – seguridad de la carga.

Las empresas suelen elaborar su plan estratégicos en base a las necesidades que el mercado internacional les exige, es así como BASC, está incluido y presupuestada para empresas como AGROINDUSTRIAS AIB S.A. y SOCIEDAD AGRÍCOLA VIRÚ S.A.C., que cuentan con la certificación más de 8 años y las cuales han identificado en esta, una imagen de empresas confiables hacia sus clientes.

- En cuanto al aspecto final, como la consecución del cliente final.

De acuerdo a las evaluaciones realizadas, nos podemos dar cuenta que empresas agroexportadores peruanas reconocidas a nivel mundial, hacen de la certificación BASC una herramienta que complementa todo el proceso de comercialización hacia un cliente final. Encuentran en BASC, el arma para demostrar la trazabilidad de sus procesos y por consecuencia diferenciarse de la competencia. Esto también dependerá de gran parte porque la empresa cumpla con lo ofrecido, un producto certificado que cumpla con los estándares de seguridad, además de enviar lo que realmente debe enviar.

Se debe resaltar también, el crecimiento económico que ha tenido el país, ha significado un impulso a las exportaciones no tradicionales, esto es un arma de doble filo, porque no podemos ser un país emergente si las exportaciones dependen de materias primas, así también para asegurar la permanencia del cliente que hemos

conseguido, las agroexportaciones deben dar un valor agregado, con eso se debe impulsar más la producción y, por ende, se tendrán relaciones estrechas y fortalecidas con clientes que ya no solo les pedirán un contenedor mensual, por ejemplo, sino con mayor frecuencia. Esto también debe ir de la mano con el tipo de negociación que hizo el Perú con el país o bloque económico en donde tenemos a nuestro cliente.

Todo lo anterior, reafirma que la certificación BASC tanto para un agroexportador certificado y no certificado, es una herramienta que permitiría potenciar una imagen de empresa segura, en la que el cliente final se sentirá seguro, hará negocio con el agroexportador peruano, si se da un valor agregado en el producto, genera mayores y mejores empleos directos e indirectos y sobre todo, tendremos un sector fortalecido para un país cada vez más relacionado con el mundo.

Así también, es importante rescatar que los agroexportadores que no están certificados con BASC la consideran también como una herramienta de gestión donde apoya a la mejora continua de los procesos de la organización.

4.1.4 Empleo de la certificación BASC como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales

Existen en nuestro país empresas que se encuentran en el rubro de la agroexportación que han identificado en la certificación BASC un valor adicional como es el de la diferenciación ante competidores locales e internacionales lo cual es también apreciado en el mercado extranjero por los clientes. Pues como ya es sabido la tendencia actual en el comercio internacional es la de mantener toda la cadena de suministro asegurada mediante

las diversas certificaciones para las operaciones que correspondan. Sin embargo; las empresas que han podido identificar esta herramienta son muy pocas, hay empresas que han optado por la certificación por formar parte de las exigencias de sus clientes en el exterior y otras por temas netamente de seguridad sin identificar en esta una herramienta de marketing que les permitiría captar más clientes o darle un valor agregado a sus productos.

Asimismo, es importante recalcar que las empresas peruanas que se encuentran en el rubro de la agroexportación certificadas con BASC, son muy pocas. Esto se puede deber a factores propios de BASC que no hace un buen trabajo de expansión, otro aspecto es que la gran mayoría de empresas se centran en sus gremios (ADEX, PROMPERÚ, COMEX, etc) y son estos quienes les dan los lineamientos y requisitos para que sus productos ingresen a nuevos mercados internacionales. Otra herramienta de marketing que se usa en el rubro agrícola, son los Symphosiums, páginas web y revistas especializadas del tema, donde el círculo para desarrollar un buen marketing Mix, está limitado a tus antecedentes como empresa, grupos de poder muy cerrados, decisión de la dirección, etc.



Figura N° 10. Realidad del empleo de la certificación BASC como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales

Fuente: Elaboración propia, basada en el análisis de las entrevistas.

4.1.5 La certificación BASC como aporte de mejora competitiva para los agroexportadores peruanos.

En la realización de la investigación, se identificó en la certificación BASC un valor agregado a las funciones y beneficios que esta ofrece. Se observó que la certificación BASC genera mejora competitiva para el sector agroexportador peruano, ya que lo muestra ante el

mercado internacional como un sector seguro y confiable en su cadena logística, dado a que la agroexportación sudamericana es un sector sensible en lo que se refiere al narcotráfico.

Es así que expertos en el tema al realizarles la entrevista a profundidad señalan que es de vital importancia que empresas agroexportadoras peruanas cuenten con la certificación BASC, que le asegure a los clientes extranjeros la seguridad de la cadena de suministro y que no se verán involucrados en temas de cargas contaminadas por agentes internos o externos, teniendo una trazabilidad de las mismas, a la vez, hay muchas cargas que deben ir en contenedores refrigerados y, por lo tanto, los hacen más vulnerables.

4.1.6 Impacto de la certificación BASC en la estrategia de precios para las empresas agroexportadoras peruanas.

Como se ha venido mencionado en el desarrollo de la investigación, el contar con la certificación BASC brinda un valor agregado a la empresa, lo cual le permite encarecer su producto, al ofrecerle a sus clientes el aseguramiento de la cadena de suministro; siendo así una vez más que se identifique en la empresa y los productos que ofrece un elemento diferenciador y que transmite confianza y seguridad a los compradores.

Las empresas entrevistadas, señalan que por la imagen mundial que se tiene en la actualidad sobre nuestra región, así como de nuestro país es realmente importante y le da un gran valor el contar con la certificación. Ciertas empresas admitieron no haber identificado el valor agregado que la certificación les daba a sus productos, y que es posible que se emplee una reestructuración en sus precios, pues la competencia en el mercado local es amplia; sin embargo, como se ha mencionado anteriormente son muy pocas las que cuentan con la

certificación, lo cual les da la oportunidad de poder ofrecer un precio mayor al del mercado por el aseguramiento y confianza que se les transmite a los clientes mediante ella.

Finalmente, debemos destacar que las empresas que no están certificadas con BASC también consideran que debe haber un incremento en las tarifas, otras argumentan que se debe evaluar los dos primeros años si fue una inversión o finalmente se convirtió en un gasto, así también, identificar como el costo de una certificación a largo plazo, implica su compensación evitando siniestros, detectando fallas en las operaciones, contando con personal comprometido con la seguridad y eso a la larga, afecta tanto la utilidad de la empresa, como la imagen institucional.



4.2. Discusión de resultados

Para proceder con la discusión de los resultados, se tomó como base las tres fuentes de información, las cuales se presentan a continuación, para posteriormente pasar a analizar la información obtenida.

Tabla N° 11: Discusión de Resultados

Hipótesis Planteadas	Información Bases Teóricas	Experiencias de empresas Agroexportadoras peruanas con BASC	Experiencias de empresas Agroexportadoras peruanas sin BASC	Opinión de especialistas en el tema
La certificación BASC al ser empleada como herramienta de marketing internacional ayudará a los agroexportadores peruanos a ingresar, captar nuevos clientes y posicionarse en mercados internacionales.	Penetración y posicionamiento en nuevos mercados por la diferenciación y ventaja competitiva que genera la marca BASC.	Brinda una imagen de empresa segura ante los clientes. Además de ser un respaldo para la empresa, también ayuda a ordenar los procesos de la empresa.	La experiencia de los No BASC, demuestra que si bien tiene un impacto positivo en la imagen de la empresa y frente al comercio mundial, no es el único factor, importa mucho también la calidad y el precio final que se ofrezca para posicionar el productor en el mercado internacional.	La certificación BASC si podría funcionar como una herramienta de marketing internacional, sin embargo, en nuestro país falta mucho para que las empresas la aprecien como tal.
La certificación BASC influye en la decisión de compra debido a la tendencia actual que se viene presentando a nivel mundial por parte de las empresas de asegurar sus operaciones logísticas,	Perú cuenta ya con varios acuerdos y tratados de libre comercio firmados con diferentes países; en los cuales algunos requieren de empresas que cuenten con certificaciones. A su vez el	El tema de los TLC no es determinante, ya que esto aplicaría más que nada para el tratado que se tiene con Estados Unidos, ya que con Europa, Asia y otros países esto no es indispensable; sin embargo, si le genera valor agregado por el tema de transmitir	Es importante contar con una logística segura que permita demostrar la trazabilidad de nuestras operaciones, sin embargo, la certificación si puede ser un factor diferenciador pero no determina la	La mayoría de tratados de libre comercio se centran y ven más temas en lo que respecta a eliminar barreras arancelarias o temas aduaneros.

sobretudo en mercados con los que se tienen Acuerdos de Complementación Económica, Tratados de Libre Comercio y otros acuerdos que facilitan el ingreso de productos.	contar con la certificación le da un mayor valor al producto que se ofrece.	seguridad.	operación de compra-venta internacional	
La certificación BASC funciona como una herramienta de promoción del producto de los agroexportadores peruanos, dado que es un valor agregado diferenciador de la competencia; formando así parte de la estrategia de ingreso a mercados internacionales.	Los mercados internacionales que consumen los productos peruanos, exigen a las empresas agroexportadoras contar con certificaciones, para poder ingresar a competir a su mercado, esto les asegura una diferenciación y consecución de potenciales compradores.	No lo identifican como una herramienta de promoción, ya que la mayoría de las empresas lo ve más como una herramienta de seguridad en sus operaciones.	La mayoría de empresas no certificadas con BASC, tienen el concepto de logística segura ligado con BASC pero no la visualizan como una herramienta de marketing al 100%, ya que más la enfocan como una herramienta de gestión y mejora continua que puede influenciar en la compra pero no es decisoria.	Dado al poco incentivo que existe y por la poca información que se maneja no es empleada de tal manera, pero podría conseguirse que sea empleada y vista así.

Fuente: Elaboración propia

El presente cuadro contiene información sobre las hipótesis que se plantearon acerca de cómo la certificación BASC puede ser una herramienta de marketing internacional, esto arroja que no todas las empresas visualizan una oportunidad de diferenciarse, sino de mantener sus operaciones seguras, no le dan el valor agregado para el que la certificación BASC también puede aplicar.

4.2.1 Análisis de la validez y generalización del método.

El método que se ha empleado en la investigación que hemos realizado ha sido evaluado, y corregido junto con jueces expertos en el tema quienes han servido de apoyo para poder realizar las correcciones necesarias y conseguir los instrumentos que, finalmente, se emplearon en nuestras tres poblaciones.

Se puede emplear la generalización de la metodología e instrumentos empleados, ya que estos nos ayudan a poder obtener respuestas a profundidad y que no son ambiguas con respecto al tema que se está tratando, y de esta manera poder analizarlas todas en conjunto mediante la elaboración de tablas y llegar así a una conclusión tanto de la opinión de expertos en el tema, como de la experiencia que las empresas tienen en el empleo de la certificación.

De acuerdo al análisis que hizo uno de nuestros jueces, la certificación BASC para productor hidrobiológicos que son exportados a la Unión Europea, no es un requisito indispensable contar con un Sistema de Gestión en Control y Seguridad (sea BASC o alguna otra norma internacional de seguridad), debido a que el Estado peruano no negocio ese punto ni fue un requerimiento por dicho mercado.

Otra limitante que se puede identificar de acuerdo al análisis que hicieron los especialistas, es que el sector agroexportador es un sector empírico, que no invierte en generar valor ni busca una diferenciación, por más que son productos novedosos y atractivos para mercados que buscan probar nuevos alimentos para su bienestar, además que en el mundo se vive la tendencia de consumir productos naturales y que beneficie su salud.

4.2.2. Comparación de los resultados con antecedentes y bases teóricas

Tal como se aprecia en la tabla 1, se contrastan los resultados obtenidos con las bases teóricas, de lo que se puede apreciar que se encuentran ciertas semejanzas en algunos puntos, como son por ejemplo el que la certificación BASC le genera un valor agregado al producto que ofrece la empresa; sin embargo, esto no es determinante para poder tener preferencia en compradores del extranjero, tal como lo evidencia la experiencia de las empresas que se encuentran certificadas, como las que no lo están y la opinión de los especialistas.

Otro punto en el que se encuentra contradicción de las bases teóricas con los resultados obtenidos es de que los acuerdos comerciales que en la actualidad vienen firmando Perú con diversos países fomentan y promueven el que más empresas opten por la certificación; sin embargo, se observa que esto según los resultados obtenidos no es cierto, pues si bien es verdad el tratado de libre comercio con Estados Unidos requiere el que las empresas cuenten con una certificación que los respalde en lo que respecta a temas de seguridad logística, esto no se repite con otros mercados destino como son, por ejemplo, el europeo o el asiático para los cuales el contar con esta certificación si podría hacer el producto atractivo mas no determinante en la decisión de compra.

Las empresas no identifican a BASC como una herramienta de marketing internacional lo cual, como se observa en las bases teóricas si es considerado así en los capítulos de BASC Colombia y BASC El Salvador.

4.2.3 Análisis de la validez y generalización de los resultados.

Los resultados que se obtuvieron de los instrumentos empleados corresponden al sector en el que se enfoca nuestra investigación, que es el agroexportador, sin embargo, estos podrían ser empleados también en otros rubros como son el textil o el pesquero, los cuales son también sectores sensibles y que contar con una certificación como la es BASC podría ayudar en el mejoramiento de sus operaciones y de esta manera poder penetrar en nuevos mercados, promocionar sus productos y posicionarse. Sin embargo, se repetiría la limitante hallada en los resultados, que el tema tendría que enfocarse en el mercado estadounidense ya que es el que valora más este tipo de certificación a diferencia de otros mercados como el europeo o asiático.

Asimismo, los resultados obtenidos podrían generalizarse también en otros temas de certificación como podría ser por ejemplo un ISO, u cualquier otra certificación, ya que de fondo le generan un valor agregado al producto que ofrece la empresa y esto es apreciado por los clientes.

4.2.4. Contratación de las hipótesis con los resultados

De acuerdo a la investigación que se ha realizado a profundidad con las empresas que se encuentran certificadas, las que no están certificadas y los especialistas; teniendo como base la hipótesis general que la certificación BASC al ser empleada como herramienta de marketing internacional ayudará a los agroexportadores peruanos a ingresar, captar nuevos clientes y posicionarse en mercados internacionales, nos encontramos con que la certificación BASC no es un factor determinante de compra, pero si es influyente, ya que los productos

agroexportables con un buen precio, una buena presentación, y una certificación que realce sus características, logrará ingresar a un mercado competitivo y cumplir los requisitos que se le exige.

Así también, de acuerdo a una de las hipótesis específicas en la que buscamos saber si la certificación BASC influye en la decisión de compra debido a la tendencia actual que se viene presentando a nivel mundial por parte de las empresas de asegurar sus operaciones logísticas, sobretodo en mercados con los que se tienen Acuerdos de Complementación Económica, Tratados de Libre Comercio y otros acuerdos que facilitan el ingreso de productos, nos encontramos con que no todos los tratados de libre comercio exigen temas de seguridad a las empresas que negocian bajo este tratado, por lo que los TLC representan mayores niveles de desarrollo en temas aduaneros, de eliminación de barreras comercial y con la finalidad de hacer un producto competitivo, pero en temas de llegar a un precio más bajo descuidando temas trascendentales como la seguridad.

Asimismo, de acuerdo a la afirmación que la certificación BASC funciona como una herramienta de promoción del producto de los agroexportadores peruanos, dado que es un valor agregado diferenciador de la competencia; formando así parte de la estrategia de ingreso a mercados internacionales y de que la certificación BASC servirá como elemento diferenciador para ingresar a un nuevo mercado; generará una ventaja competitiva y potenciará la imagen de la empresa., podemos referir que la certificación BASC mejora la imagen de la empresa y fortalece los lazos entre el cliente/proveedor, determinando puntos para la negociación como firma de acuerdos de seguridad, rápido reconocimiento de los beneficios que BASC brinda e impacta directamente en el planeamiento estratégico que la empresa arma para conseguir las metas que se han establecido.

BASC se convierte en el socio estratégico de las empresas, a ser el principal proveedor de las medidas de seguridad, que de acuerdo a su evaluación de riesgos, impactará positivamente en la estrategia de poder ingresar a nuevos mercados internacionales.

Igualmente, al aseverar que la certificación BASC genera una mejora competitiva para el sector agroexportador peruano, ya que lo muestra ante el mercado internacional como un sector seguro y confiable en su cadena logística, dado a que la agro exportación sudamericana es un sector sensible por encontrarse la producción más alta de cocaína que se vende en todo el mundo, podemos referir que BASC, de la mano con otros factor que las empresas y el estado deben colaborar, hacen al sector más fuerte, pero teniendo en consideración que los costos logísticos son elevados debido a la falta de infraestructura que presenta el país.

Finalmente, la certificación BASC como parte de la estrategia de precios para la empresa agroexportadora peruana genera un incremento en el precio del producto, dado a que cuentan con un elemento diferenciador y de valor agregado, podemos afirmar que si bien es cierto, toda certificación internacional encarece un producto, los potenciales compradores son capaces de pagar el precio porque buscan productos certificados que afirmen que las características que les brindan sean las que dicen ser.

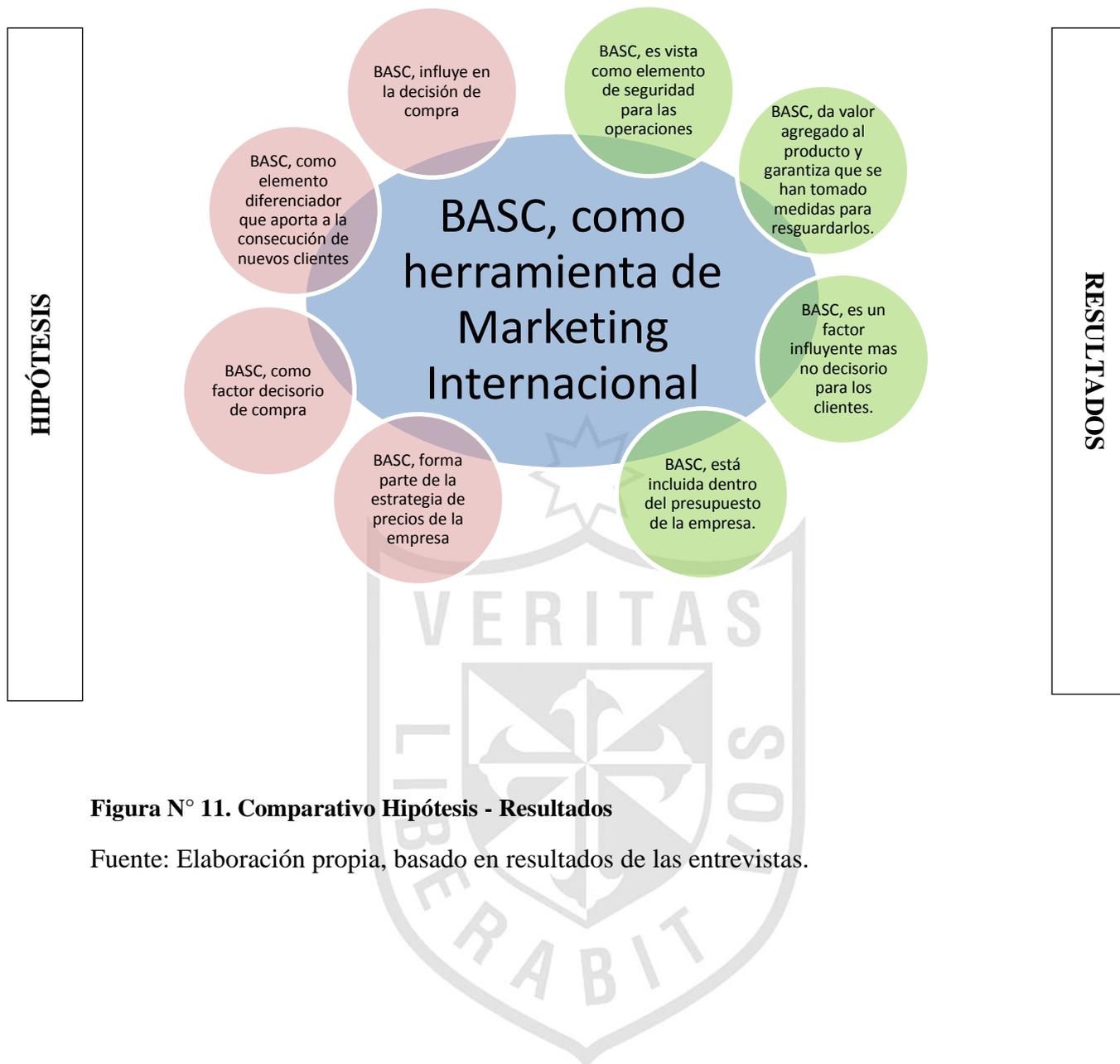


Figura N° 11. Comparativo Hipótesis - Resultados

Fuente: Elaboración propia, basado en resultados de las entrevistas.

4.2.5. Nuevas hipótesis

De acuerdo a la investigación realizada y los resultados de la misma, podemos afirmar que existen nuevas hipótesis a investigar para el mejor desarrollado y entendimiento del presente tema de investigación. Con base a esto, se podría dar la investigación acerca de cómo la certificación BASC funciona como un elemento diferenciador para el sector exportador hacia el mercado estadounidense.

En un inicio se planteó que la certificación BASC al ser será empleada como herramienta de marketing internacional, ayudará a los agroexportadores peruanos a ingresar, captar nuevos clientes y posicionarse en mercados internacionales, lo que arrojaron los resultados fue que si bien es cierto, la certificación influye, junto con otros factores como precio, calidad, presentación, etc. Son determinantes para que el producto sea exitoso en el mercado internacional, BASC no tiene el impacto de ser un único generador de clientes para que las empresas tengan éxito.

Asimismo, de acuerdo a los acuerdos comerciales, TLC, etc., debemos afirmar que no todos estos incluyen temas de seguridad ni promueven un comercio seguro, más se negocia temas aduaneros, de protección de patentes, marcas, de eliminación tributaria dejando de lado un punto vital para la trazabilidad y continuidad de los negocios de las empresas, más aun, un sector tan sensible y vulnerable como el agro. Por ende, se plantea una nueva hipótesis *“La certificación BASC al ser empleado como herramienta de Marketing internacional, ayudará a los agroexportadores peruanos a ingresar, captar mejores y mayores clientes, y posicionarse en el mercado estadounidense”*.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. De acuerdo al aporte estratégico que brinda la certificación BASC a los agroexportadores, podemos concluir que contar con un SGCS BASC, le permitirá a la empresa organizar sus procesos internos, contar con una política organizacional, visión, misión y objetivos, los cuales deben ir acorde al plan estratégico que la empresa desarrolle con la finalidad de cumplir con las metas trazadas para un periodo determinado.

2. Podemos afirmar que la certificación BASC, es un factor diferenciador en el producto y la empresa agroexportadora, masno resulta un factor decisivo de compra, esto quiere decir que si por A o B razones el agroexportador no contara con la certificación o esté en proceso de implementación, se pueden continuar con las negociaciones entre ambos sin mayor problema, de todas maneras el importador en el extranjero lo tendrá en cuenta, el mercado estadounidense lo solicita obligatoriamente debido al TLC que se firmó entre nuestros países, pero hoy en día los productos agrícolas no tienen como único mercado destino el norteamericano. Estos se direccionan cada vez más hacia América Latina, Canadá, Europa y Asia, mercados en los cuales no es determinante contar con certificaciones de seguridad logística. Por lo cual, dependerá del mercado para que la certificación BASC sea influyente y determinante en la compra, se debe concluir en este punto, que la certificación fortalece la imagen de una empresa segura para el agroexportador peruano, lo cual es valorado por el mercado.

3. BASC, debe ir de la mano del precio, tipo de producto, variabilidades, cultura, moda, usos, costumbres del mercado, etc. Para que el mercado puede tomar una decisión. Toda

certificación aporta y mejora al desarrollo de una estrategia de ingresos de productos a nuevos mercados, pero no todos los mercados toman los temas de seguridad como prioridades para que BASC sea más determinante aun. Esto teniendo en cuenta que el Perú firma TLC donde se negocian temas de reducción de barreras arancelarias, precios, ingresos, proyección de exportaciones e importaciones, etc, pero sólo con Estados Unidos se vieron los temas de seguridad, esto también debe ser revisado por el Estado Peruano en beneficio de todas las exportaciones que tenemos y siendo consciente de nuestra realidad y la imagen que se tiene como país en el extranjero.

4. En resumen, BASC será un elemento diferenciador que lo que buscará es resaltar la imagen de empresa segura y generar una cultura de prevención en el comercio internacional para las empresas agroexportadoras, lo cual, por efecto directo, permitirá diferenciarse de las otras empresas que son competencia dentro de un mismo sector y pertenecer a una red de empresas con buenas prácticas en logística segura que permitirá, realizar operaciones con mayor confiabilidad para sus clientes, esto además de mantener una trazabilidad a las operaciones tanto logísticas como comerciales con el fin de preservar la integridad de la carga como la buena imagen de empresa segura y confiable.

5. De acuerdo al aporte de la certificación BASC, el sector agroexportador es aún un sector por explotar y desarrollar, lo que le permite a BASC, desarrollarse de manera conjunta ya que también es trabajo de BASC, promocionar y fortalecer las alianzas con los exportadores donde les muestren los beneficios reales y prácticos que tendrán para que muchas más empresas cuenten con esta certificación, si bien es cierto, el sector ha visto los beneficios de la certificación en el aspecto de seguridad y logística no ha tenido el mismo efecto inmediato en la de consecución de nuevos clientes. Potencia la marca de la empresa

agroexportadora pero no lo determina como uso principal para el tema comercial, al ser una certificación que se evalúa anualmente, el feedback que se tenga con el mercado tomará cierto tiempo y se debe fortalecer el trabajo conjunto tanto BASC, el exportador y las autoridades competentes donde el beneficiado principal, sea el cliente en el exterior.

6. En el tema de la estrategia de precios, un producto agroexportable certificado, siempre es un producto más caro, pero es el precio que el mercado está dispuesto a pagar porque tiene la seguridad de que lo que está comprando, es realmente lo solicitado. Se puede concluir también que el importador en el extranjero está dispuesto a pagar un precio mayor si es que lo vale realmente el producto y tiene la confianza de una trazabilidad donde los actores también forman parte de BASC o están homologados con los criterios de seguridad. El invertir y hacer un esfuerzo económico para tener una cadena logística segura, va de la mano con un servicio de calidad también. Así mismo, se debe tener en cuenta que al ser el Perú uno de los primeros productores de cocaína del mundo, contar con una certificación como BASC, es determinante para que la imagen e impacto que busca el agroexportador reflejar ante sus clientes en el exterior, demuestre que cuenta con un compromiso y garantía de realizar una operación de compra-venta internacional segura y confiable.

7. De acuerdo a nuestra investigación, podemos concluir que los tratados de libre comercio que el Perú ha suscrito con diversos países y bloques económicos del mundo, han sido acuerdos netamente de reducción de barreras arancelarias y de facilitación aduanera, dejando de lado el tema de la seguridad. El único tratado que hace referencia a la implementación de un Sistema de Gestión en Control y Seguridad, es el de Estados Unidos, que pide como requisito para ingresar a su país, una certificación de este tipo. La Unión Europea y China, están solicitando que se cuente con certificaciones de Calidad, se debe

resaltar que la nueva versión de la Norma ISO 9001:2015, está basada en la Norma ISO 31000 sobre la Gestión de Riesgo, la cual también tiene como base la Certificación BASC, esto está haciendo que otros mercados y certificaciones vean también con interés que el tema de Seguridad es vital para realizar una operaciones con altos estándares de calidad. Los conceptos han cambiado y se han modernizado por lo que es un reto importante para BASC, para el Estado Peruano y para los Agroexportadoresperuanos invertir tanto en capacitaciones, infraestructura y sobre todo en sistemas de gestión que les permitan brindar un mejor servicio a su cliente final, es por eso que las empresas agroexportadoras peruanas deben de tener una certificación como BASC para facilitar el comercio internacional y no verse involucradas en temas ilícitos ni de tráfico ilícito de drogas.



Recomendaciones

Estas recomendaciones están siendo dirigidas a los diversos sectores que participan dentro de la cadena exportadora, así mismo, podremos dirigirnos a cada sector siendo conocedores de las medidas que se toma en cada uno de ellos.

Para los agroexportadores:

1. Están inmersos en un sector que tiene mucho por desarrollar e invertir, tanto en capacidades humanas como en desarrollo de campos, tecnología y factor humano, el trabajo empírico debe dejar de ser el centro de negociación, ya que esto no hace sería una transacción con un cliente en el exterior. Se manejan términos más técnico propios de un sector que afuera está desarrollado y que aquí aún tiene mucho por aprender. Las grandes empresas agroexportadoras del país, buscan cada vez más, invertir en el factor humano donde le permita continuar rearmando, rediseñando y reorganizando continuamente la empresa, en el tema logístico, hacen sus propias negociaciones con cada eslabón de la cadena y cada vez más dejan de depender de terceros.

2. Se debe imitar, igualar y superar los modelos de éxito en agroexportación que son casos como el de Chile, Colombia, Japón, y hasta el mismo Estados Unidos que no tienen la geografía que el Perú tiene para producir productos que por su propia naturaleza y requieren de medios tecnológicos para hacer rentables sus tierras, el agroexportador debe tomar con responsabilidad su sitio en el campo y hacerlo desarrollar de tal manera que se vuelva en un caso de éxito con un valor agregado que se traduzca en mejores ingresos para él. En el Perú deben existir más proyectos como Olmos y Chavimochic donde los desiertos los hacen

campos fértiles y productivos, el Perú tiene una ventaja geográfica importantísima la cual se debe aprovechar de mejor manera.

3. El sector deberá fortalecerse en relación a que el empresariado tome medidas de inversión para su propio beneficio, mientras siga siendo un sector que espera el paternalismo del estado, y leyes con nombres propios, no se tendrá la competitividad ni el desarrollo necesario y requerido, ni la mejor certificación del mundo logrará que la empresa tenga una visión de mejora continua y diferenciadora si es que los gremios más grandes del país no velan por sus propios intereses, estos deben realmente representar a los agroexportadores y deben ir de la mano con el Estado y su visión de mejora competitiva y continua al punto de que el agro deje mejoras divisas y genera mayores y mejores trabajos para los peruanos, la agricultura debe ser un motor de desarrollo para el Perú como lo es la minería, el agricultor debe ganar lo que realmente vale su trabajo y su tierra.

Para el Estado:

4. Grupos de interés como PROMPERÚ, MINCETUR, gremios empresariales, etc. Deberán tener mayor participación en temas de discusión para el beneficio de todos los agroexportadores, se debe ser consiente que las empresas agrícolas, no empiezan con una gran presupuesto pero si con mucho sentido de innovación y emprendimiento. A esto se le debe añadir las leyes en fomento del agro, se debe hacer una reingeniería al Banco Agrario, donde la burocracia documentaria que no le permite al pequeño agroexportador solicitar un crédito y debe buscarlo mediante una ONG extranjera que le pone otras condiciones económicas y que termina aceptando por presión hasta que el mismo la inversión y tecnología que puede aportar el estado con capacitaciones y convenios internacionales, aparte de agilizar

los proyectos de inversión pública que permitirá contar con mejores carreteras, puertos y aeropuertos, esto es un impacto directo al bolsillo del agroexportador ya que el costo logístico en el Perú representa cerca del 40% del costo total, y esto si es responsabilidad neta del estado peruano.

5. Los acuerdos comerciales que se firman con países, o bloques económicos, deberían tener en la agenda también el tema de la seguridad, solo se dedican a negociar temas arancelarios, de eliminación de barreras tributarias y de apertura comercial, pero dejando de lado los temas de logística segura, en esta tesis, se ha demostrado que existen buenas propuestas por partes del Estado, pero son insuficientes para el buen desarrollo de un sector tan sensible como el agrario. Es importante una fluidez arancelaria en el mercado internacional, pero no se puede descuidar los temas de calidad y de seguridad, no sólo para el producto a exportar, sino para la operación en si donde existen muchos actores. Es responsabilidad del Estado Peruano participar activamente en la lucha contra la delincuencia organizada y brindar un mayor y mejor soporte a los agroexportadores con los tratados que se firmen a nivel mundial.

6. El estado debe ser consiente que somos un país en vías de desarrollo que el negocio de cocaína es rentable para estas organizaciones y que en muchas oportunidades, están mucho mejor organizadas que hasta el mismo gobierno. Se debe ser consiente con la lucha ante este cáncer de la sociedad, debe ser frontal y desde todos los ámbitos de nuestro país, se debe hacer una lucha frontal y decidida para que los niveles de corrupción en los organismos estatales se disminuyan de manera rápida y eficaz, el Perú se encuentra el top ten de países más corruptos de América Latina según Infobae, lo cual demuestra que el estado tiene mucho trabajo por realizar en este aspecto.

7. La ADUANA/SUNAT, pretende ser un ente regulatorio pero no tiene las competencias para serlo, finalmente son parte del estado y la finalidad es fiscalizar para generar el adecuado pago de tributos. Se recomendaría que el estado los instruya en todos los temas, que no den una mala información en la implementación de su programa del Operador Económico Autorizado (OEA), lo que se busca primero es que se establezca y aceptación de la relación Aduana-Empresa, para luego pasar al segundo paso Aduana-Aduana, para que sean reconocidos por la OMA, este paso no de un año para otro, las intenciones del Estado son buenas, pero creemos que es un programa incierto que no tiene una dirección fija y que no se sabe si durará en el tiempo.

8. La infraestructura del comercio exterior, se centra en Lima y Callao, los agentes marítimos, navieros, de carga, de aduanas, están en Lima. En provincia, se encarece el proceso logístico porque no hay carreteras, porque no tenemos adecuadas vías de comunicación y porque solo el puerto del Callao es el que está mejor implementado. Es una sumatoria de partes y de voluntades las que harán que el sector de comercio exterior será eficiente, seguro, competitivo y accesible a todos. Finalmente, debemos indicar que Paita y Matarani, al ser puertos ya privatizados, cuentan aún con procesos limitados y de acuerdo a sus contratos de concesión, no pueden pasar a la siguiente etapa de inversión si los TEUS anuales no incrementan, se espera que para inicios del 2018, TPE PAITA, sea un puerto más eficiente, ya que la gran mayoría de contenedores refrigerados (especialmente usados por el sector agroexportador), son embarcados en ese terminal portuario. Se debe tener en cuenta que Pisco ya inicio operaciones con una grúa portacontenedores, siendo aún insuficiente para lo que el mercado requiere.

Para BASC:

9. El poco contacto que se tiene con las empresas de este sector, hace que no puedan brindarles las soluciones más oportunas y exactas de acuerdo a sus necesidades, BASC, como organización internacional, se recomienda que invierta tiempo, personal y esfuerzo en analizar la situación real de los agroexportadores y sus necesidades para que tengan una mejor y mayor llegada directa. Resaltar que al estar certificado un exportador, por default, sus asociados de negocio (Agentes de aduana, de carga, almacén, etc.) también deberán estar certificados u homologados con los criterios BASC, esto generando también mayores ingresos a la asociación.

10. Consideramos que BASC aún no mide la relevancia ni el impacto que puede generar en el mercado peruano con una norma y un estándar internacional que es reconocido y avalado por capítulos en el extranjero. Por todo lo antes expuesto en nuestra tesis, consideramos que BASC aún no tiene el impacto requerido, si bien es cierto es el segundo mejor capítulo del mundo, aun está lejos de lograr lo que BASC significa en Colombia, donde el Estado y los exportadores se unieron para hacerle frente al narcotráfico. A BASC le queda mucho trabajo arduo con todas las partes involucradas para que el Perú tenga una cultura de prevención y seguridad en la cadena de comercio exterior.

REFERENCIAS

1. ANSI - American National Standards Institute. (2007). *American National Standards Institute*. Recuperado el 20 de 02 de 2016, de American National Standards Institute: <http://webstore.ansi.org/RecordDetail.aspx?sku=ISO%2028000:2007&source=google&adgroup=iso&gclid=CJiqosvmyMsCFdgJgQodf-0JOA>
2. Araoz, M. (2005). *Perú: Política Comercial e Inserción Internacional*. Lima: Banco Interamericano de Desarrollo.
3. ARLOG - Asociación Argentina de Logística Empresaria. (2004). *ARLOG - Asociación Argentina de Logística Empresaria*. Recuperado el 18 de 02 de 2016, de ARLOG - Asociación Argentina de Logística Empresaria: <http://arlog.org/>
4. Barbero, J. A. (2010). *La Logística de cargas en América Latina y el Caribe: una agenda para mejorar su desempeño*. Washington DC: Banco Interamericano de Desarrollo.
5. BASC PERU. (s.f.). Recuperado el 07 de 02 de 2016, de sitio web de BASC PERU: <http://www.bascperu.org/>
6. BASC PERU. (2010). *La Seguridad en los embarques de mercancías por vía marítima*. Lima.
7. Centro de Documentación para la Innovación de la Cadena de Suministro. (27 de 02 de 2014). *Centro de Documentación para la Innovación de la Cadena de Suministro*. Recuperado el 12 de 02 de 2016, de <http://innovasupplychain.pe/articulos/9510-gracias-a-trazabilidad-peru-ofrecera-madera-segura-a-mercados-mas-competitivos>
8. Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *Administración de la cadena de suministro*. México: Pearson Education.
9. Chopra, S., & Sodhi, M. S. (2004). Managing Risk to Avoid Supply-Chain Breakdown. *MITSloan Management Review*, 53-61.
10. Consejo Nacional de la Competitividad. (2014). *Infraestructura Logística y de Transportes*. Lima.
11. EGUREN, F. (2006). *Reforma Agraria y Desarrollo Rural en la Región Andina. CEPES*.
12. GS1 Perú. (11 de Abril de 2014). Estándar Global de Trazabilidad. *Herramienta clave para la competitividad país*, 3. Lima.
13. Hausmann R, K. B. (2008). *Growth diagnostics in Peru*. Centro Interamericano de Desarrollo.
14. LIBÉLULA - COMUNICACIÓN, A. Y. (2011). *Diagnóstico de la agricultura en el Perú*. Lima: PERU OPPORTUNITY FUND.
15. Luna, J. (2015). *La Estrella de la Agroexportación*. Lima: COMEX.
16. Masías, M. d. (8 de Diciembre de 2012). BASC: Menos del 5% de los exportadores cuentan con certificaciones de seguridad. (D. Gestión, Entrevistador)
17. Ministerio de Agricultura - Gobierno de Chile. (2013). *Programa de Gobierno 2014-2018*. Santiago de Chile.
18. Ministerio de Transportes y Comunicaciones; Banco Interamericano de Desarrollo. (2014). *Plan de Desarrollo de los Servicios Logísticos de Transporte, PLAN DE MEDIANO Y LARGO PLAZO (PMLP)*. Lima: Advanced Logistics Group.
19. Rendon, E. (2009). *Exportaciones Agrarias y Gestión sostenible del agua en la Costa Peruana: El Caso del Valle de Ica. Tesis de Doctorado en Economía*. México: Universidad Autónoma de México.

20. Robledo, C. (20 de 03 de 2012). *Dinero*. Recuperado el 09 de 03 de 2016, de Dinero: <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/estandares-internacionales-valor-agregado-minimo-esperado/147003>
21. Salas, G. P., Cedillo, G., González-Ramírez, R. G., & Ascencio, L. M. (12 de 06 de 2012). *Articuloz*. Recuperado el 08 de 02 de 2016, de <http://www.articuloz.com/negocios-articulos/transporte-como-enfrentar-la-inseguridad-en-la-cadena-logistica-5977565.html>
22. Sánchez, R. J., & Pérez-Salas, G. (2013). *Desafíos para la integración de las redes de infraestructuras de transporte en América Latina*. Managua: CEPAL.
23. Servicio de Administración Tributaria. (10 de 02 de 2016). *SAT - Servicio de Administración Tributaria*. Recuperado el 09 de 03 de 2016, de SAT - Servicio de Administración Tributaria: http://www.sat.gob.mx/comext/neec/Paginas/apartado_L.aspx
24. Sgut, M. (2006). *Efectos económicos de las nuevas medidas de protección marítima y portuaria*. Santiago de Chile: CEPAL.
25. Socconini, L. (2011). *LA LOGÍSTICA SE VUELVE LEAN: APLICACIÓN PRÁCTICA*. Fundación ICIL: Barcelona.
26. Summers, D. C. (2006). *Administración de la Calidad*. En D. C. Summers. México: Pearson Education.
27. Summers, D. C. (2006). *Administración de la Calidad*. En D. C. Summers. Mexico: Pearson Education.
28. UNECE. (2014). *UNECE*. Recuperado el 26 de 01 de 2016, de UNECE: <http://www.unece.org/cefact/edifact/welcome.html>
29. Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Lima: Manual electrónico disponible en internet: www.aristidesvara.net.
30. Vásquez, K. (2014). Determinantes del crecimiento agroexportador en el Perú. *Moneda - BCRP*, 22-28.
31. Vasquez, K. (2015). Determinantes del crecimiento agroexportador en el Perú. *Moneda - BCRP*, 28.
32. Vasquez, K. (2015). Determinantes del crecimiento agroexportador en el Perú. *Moneda - BCRP*, 23-24.
33. World Economic Forum Annual Meeting. (2014). *World Economic Forum Annual Meeting*. Recuperado el 15 de 02 de 2016, de World Economic Forum Annual Meeting: <http://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2014>

APÉNDICES

Apéndice 1. Matriz de coherencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis
¿Es la certificación BASC una herramienta estratégica de marketing internacional para los agroexportadores peruanos?	Identificar el aporte estratégico de la certificación BASC en las agroexportaciones peruanas.	La certificación BASC al ser empleada como herramienta de marketing internacional ayudará a los agroexportadores peruanos a ingresar, captar nuevos clientes y posicionarse en mercados internacionales.
¿Es la certificación BASC un factor determinante para la compra de productos de agroexportación peruana?	Determinar la influencia de la certificación BASC en la decisión de compra de productos de agroexportadoras peruanas.	La certificación BASC influye en la decisión de compra debido a la tendencia actual que se viene presentando a nivel mundial por parte de las empresas de asegurar sus operaciones logísticas, sobretodo en mercados con los que se tienen Acuerdos de Complementación Económica, Tratados de Libre Comercio y otros acuerdos que facilitan el ingreso de productos.
¿La certificación BASC forma parte de la estrategia de ingreso a mercados internacionales?	Identificar como la certificación BASC puede ser empleada como estrategia de ingresos a mercados internacionales.	La certificación BASC funciona como una herramienta de promoción del producto de los agroexportadores peruanos, dado que es un valor agregado diferenciador de la competencia; formando así parte de la estrategia de ingreso a mercados internacionales.
¿Es la certificación BASC una herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes internacionales?	Explicar como la certificación BASC funcionará como herramienta de diferenciación para los agroexportadores peruanos ante los clientes	La certificación BASC servirá como elemento diferenciador para ingresar a un nuevo mercado; generará una ventaja competitiva y potenciará la imagen de la empresa.

	internacionales.	
¿Es la certificación BASC un elemento de mejora competitiva a los productos de agroexportación peruana?	Determinar el aporte de mejora competitiva para los agroexportadores peruanos.	La certificación BASC genera mejora competitiva para el sector agroexportador peruano ya que lo muestra ante el mercado internacional como un sector seguro y confiable en su cadena logística, dado a que la agroexportación sudamericana es un sector sensible por encontrarse la producción del 100% de la coca que se vende en todo el mundo.
¿Cuál es el impacto de la certificación BASC en la estrategia de precios de los productos agroexportadores peruanos?	Identificar el impacto que genera la certificación BASC en la estrategia de precios para la empresa agroexportadora peruana.	La certificación BASC como parte de la estrategia de precios para la empresa agroexportadora peruana genera un incremento en el precio del producto, dado a que cuentan con un elemento diferenciador y de valor agregado.

Apéndice 2. Validación de instrumentos por Jueces Expertos

Medición de Validez y Fiabilidad: Criterio de Expertos

Licenciado,

Reconociendo sus conocimientos, trayectoria académica y profesional, solicitamos su apoyo como juez experto para hacer la revisión del contenido de la guía no estructurada de entrevista a profundidad que se realizará en la investigación que estamos realizando, la misma que es Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC como herramienta de marketing para los agroexportadores peruanos.

Seguidamente se muestran dos cuadros con los puntos establecidos para la realización de las entrevistas.

Se pide por favor marcar con X en el casillero que considere pertinente según su criterio y experiencia profesional.

Los resultados nos ayudarán a determinar la validez del contenido de la guía para la entrevista a realizar.

Se agradece por su apoyo.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

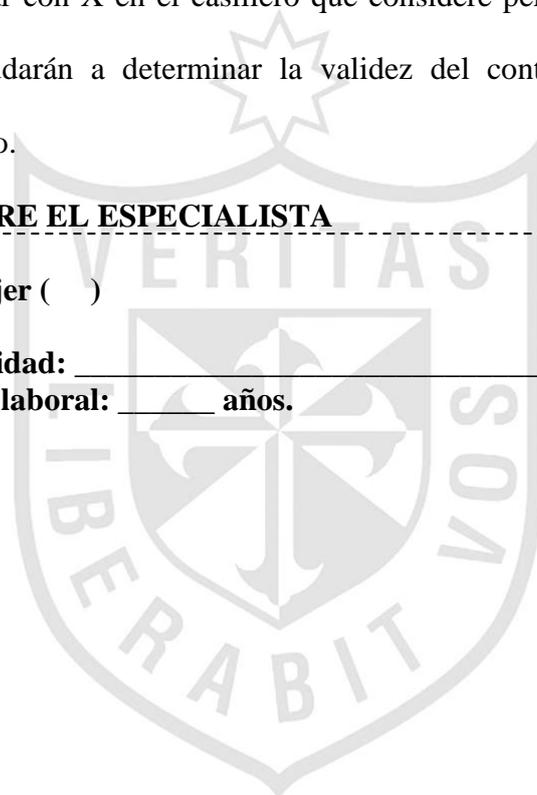
Dr. (a):

Sexo: Varón () Mujer ()

Edad: _____ años.

Profesión o Especialidad: _____

Años de experiencia laboral: _____ años.



Guía no estructurada N° 1

	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitamos mejorar la redacción?		¿Estendemos?		¿Se necesitan más ítems para definir el concepto?
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1. ¿Por qué decidió certificar su empresa con BASC?							<p align="center">Sí () No ()</p>
2. ¿Hace cuánto tiempo cuenta con esta certificación?, de ser más de 3 años, ¿Qué lo motiva a continuar con la certificación?							
3. ¿Cómo se enteró de la existencia de esta norma?							
4. ¿Cómo ha influido el contar con la certificación en su relación con clientes y proveedores?							
5. ¿Qué valor le agrega a usted, como empresa, contar con esta certificación?							
6. ¿Qué beneficio a corto plazo encontró o espera encontrar con la certificación BASC?							
7. ¿Qué beneficio a largo plazo espera tener con la certificación BASC?							
8. ¿Considera usted que los TLC han fortalecido la certificación BASC para su empresa?							
9. ¿Considera que dada la situación actual en la que se encuentra nuestro país, primer productor de cocaína, y la imagen que esto genera para el mundo; fortalece sus operaciones el contar con la certificación BASC?							
10. Es para usted BASC un socio estratégico a favor de su cartera de clientes y de imagen de empresa segura?							
11. ¿Considera que su imagen como empresa se ha fortalecido al contar con esta certificación?							
12. ¿Identifica usted la certificación BASC como una herramienta de marketing internacional?							

Guía no estructurada N° 2

	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitamos mejorar la redacción?		¿Estendidos?		¿Se necesitan más ítems para definir el concepto?
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1. ¿Considera usted que una cadena de logística segura es importante?, ¿Por qué?							
2. ¿De qué manera su empresa brinda confiabilidad a sus clientes con respecto a la seguridad que se maneja en sus operaciones?							
3. ¿Tiene conocimiento que los acuerdos comerciales firmados con otros países exigen específicamente aspectos de seguridad en el comercio internacional?, De incidir en muchos temas de contaminación por no contar con un respaldo en logística segura podríamos perder las preferencias arancelarias de las que hoy en día gozamos. ¿Qué opina al respecto?							
4. ¿Tiene conocimiento sobre la certificación BASC?							Sí () No ()
5. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿a qué se debe que su empresa no se encuentre certificada?							
6. ¿Ha perdido oportunidades con clientes del extranjero que le solicitan certificaciones de seguridad?							
7. Dada la coyuntura actual que atraviesa nuestro país en temas concernientes al narcotráfico y lavado de activos, ¿Considera que la certificación le brindaría un valor agregado y diferenciador a su producto con respecto a otras empresas nacionales y de la región Sudamericana?							
8. ¿Qué estrategias de marketing emplea para poder captar nuevos clientes internacionales?							
9. ¿Identifica usted la certificación BASC como una herramienta de marketing internacional?							
10. ¿Considera usted que contando con la certificación BASC su estrategia de precios podría modificarse e incrementar el valor en su producto debido al valor agregado que esta le brinda?							

Guía no estructuradaN° 3

	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesitamos mejorar la redacción?		¿Estendidos?		¿Se necesitan más ítems para definir el concepto?
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1. ¿Qué opinión tiene respecto del sector agroexportador y su cadena de logística internacional?							Sí () No ()
2. ¿Lo considera un sector sensible en lo que se refiere a seguridad en la cadena de suministro?							
3. ¿Qué tan importante considera que las empresas agroexportadoras cuenten con la certificación BASC?							
4. ¿Identifica una herramienta de marketing internacional en la certificación BASC?							
5. ¿Cree usted que se puede conseguir emplear las 4p del marketing en lo que se refiere a la certificación BASC?							
6. La tendencia actual y los mercados internacionales, ¿cree que consideran importante que los agroexportadores cuenten con una certificación como BASC?							
7. ¿Por qué cree que son pocos los agroexportadores que cuentan con esta certificación?							
8. ¿Considera que los acuerdos comerciales impulsan y promueven a que se implementen este tipo de certificaciones?							
9. ¿Conoce empresas agroexportadoras con esta certificación?. De ser afirmativa su respuesta, ¿implementaron la certificación identificando un beneficio en el ámbito de marketing internacional?							
10. ¿Cree usted que nuestro país podría utilizar esta certificación como una ventaja competitiva? Dado a que los capítulos de BASC se encuentran sólo en ciertos países.							

Apéndice 3. Resumen de entrevistas a empresas agroexportadoras peruanas certificadas BASC

Empresa	Sociedad Agrícola Virú	Agroindustrias AIB S.A.	Agroparacas	Agrícola Yaurilla S.A.	Agrícola Hoja Ronda	Agrícola ATHOS S.A.	Agrícola La Venta S.A.C.	Eco -Acuícola S.A.
Contacto	Luciano Heredia	Karin Krovetto	Antonio Lujan Bravo	Manuel Anicama	Paola Pau	Yeni Figueroa	Gino Varese Liza	Jose Antonio Castañeda Crespo
Cargo	Coordinador de Exportaciones	Jefe Comercial	Jefe de Capacitación	Jefe de Sistemas Integrados de Gestión	Jefe de Calidad	Comercio Exterior	Jefe de Calidad	Jefe de Seguridad de Instalaciones
Decisión de certificar y recertificar BASC	Debido a que algunas de nuestras exportaciones se van dirigidas al Mercado estadounidense.	La certificación nos genera competitividad.	La certificación es una herramienta de seguridad debido que mantiene actualizada a la empresa en temas de seguridad.	La empresa cuenta con fondos en los cuales deben asegurarse toda la cadena de suministros.	La empresa cuenta con destilerías (Bodegas Viñas de Oro), la cual les provee de uvas para los piscos que se mandan al extranjero y les permite mantener la trazabilidad de los procesos.	Debido al prestigio con el que cuenta BASC y al modelo de Sistema de Gestión que implementan donde veo mis procesos optimizados.	La empresa desea ingresar al Mercado estadounidense y les exigen alguna certificación en temas de seguridad, como BASC.	La empresa es uno de los principales agroexportadores de paltos en el Perú, y ven la certificación como un medio para no verse involucrada en temas ilícitos.
Influencia de la certificación BASC en relación a sus clientes/proveedores	La certificación BASC ha desarrollado una plataforma de mejora continua en los procesos de seguridad para los clientes y proveedores.	La certificación les ha servido para alinear a los proveedores y para darles confiabilidad a sus clientes.	La relación con los clientes se ha fidelizado y con los proveedores ha establecido nuevos parámetros de seguridad y responsabilidad.	Esta empresa ha determinado con mejores criterios la selección de sus proveedores para asegurar su cadena de suministros.	La empresa hace cumplimiento a la norma BASC firmando acuerdos de seguridad que les permite generar una mayor relación con sus clientes/proveedores.	Los clientes se sienten seguros que la mercancía que se les envía es la correcta.	La certificación les ha permitido mejorar la relación y adecuación de criterios con sus clientes externos como internos.	La empresa ha desarrollado una plataforma de selección de proveedores y clientes de acuerdo al nivel de riesgo que representan para su organización.
Beneficios de la certificación BASC	Como todo sistema de gestión organizo los procesos de la organización.	Generar de mayores y mejores clientes que se sienten seguros de las operaciones que la empresa realiza.	Mejoró la imagen de la empresa como empresa responsable y segura con los procesos de comercio exterior.	Concientizar a su personal sobre el riesgo que representan sus operaciones y comprometerlos con las buenas prácticas y tener operaciones más seguras.	Desarrolló, en conjunto con las otras certificaciones que cuenta la empresa, una política integradora de los aspectos comerciales de la empresa.	La certificación, como todo sistema de Gestión, es perfectible, y a largo plazo le sirvió para generar la confianza y fidelizar a sus clientes.	Fortaleció la estructura de gestión de la empresa.	Optimizar procesos relacionados a la gestión del control y riesgo de la organización.
Determinación de los TLC's en función a la certificación BASC	No encuentra un impacto significativo en los TLC's.	El tema de los TLC's no está desarrollado, ya que no aplica para todos por los sectores por igual.	Los TLC's están aboados a temas aduaneros y facilitación tributaria, mas no enfocados en temas de seguridad.	Exportar a Estados Unidos, donde el TLC si solicita que las empresas que ingresan cuentan con un SGCS	En el Perú no se aplican como se debe los TLC's ya que determinan beneficios por el lado tributario y no por el lado de seguridad.	Los TLC's, aún no está tan fortalecido en el país, los usan más por el lado aduanero/tributario	Los TLC's han sido de poco impacto dentro de la organización ya que tienen algunos vacíos que no benefician a los agroexportadores.	Los TLC's han ayudado a la organización en temas de legislación aduanera mas no de comercio seguro.
La certificación BASC y el impacto en la imagen de la empresa.	Mejoró y fortaleció la imagen de la empresa para fidelizar a sus clientes.	BASC es la plataforma que apoya a la empresa en temas de seguridad y definitivamente da un respaldo como empresa segura.	BASC es el principal proveedor en temas de seguridad, su impacto es significativo en la organización.	BASC impactó positivamente ya que permitió concientizar al personal de la empresa. Mejoró tanto el cliente interno como el externo.	BASC es el socio estratégico de la empresa, es determinante en las funciones de la empresa.	El uso del logo como insignia de seguridad ante nuestros clientes y proveedores a fortalecido las relaciones en la empresa.	Definitivamente si fortalece la imagen de la empresa.	La empresa ha mejorado su imagen debido a que el SGCS BASC ha optimizado las estructuras de la organización.

<p>BASC como herramienta de marketing internacional para los agroexportadores peruanos.</p>	<p>La certificación ha generado algunos clientes nuevos.</p>	<p>Aun no cumple con las metas propuestas pero la empresa sabe que va de la mano con otras actividades.</p>	<p>Aun no se tiene un impacto en temas de consecución de clientes.</p>	<p>Se optó por la certificación con otra finalidad y se espera que con el tiempo sea una herramienta de marketing internacional,</p>	<p>Si, en el tiempo ha servido para ser una herramienta de mejora continua que atrae clientes.</p>	<p>Aun no es un generador de clientes como la empresa espera, pero sirve de plataforma para un futuro.</p>	<p>Por el momento BASC no es el generador de clientes que esperan.</p>	<p>La certificación es mas para alinearse a la política que presenta el grupo al que pertenece, pero no es una consecutora de clientes.</p>
--	--	---	--	--	--	--	--	---

Elaboración Propia



Apéndice 4. Resumen de entrevistas a empresas agroexportadoras peruanas No certificadas BASC

Empresa	Hass Perú S.A.	Agrícola Alpamayo	JJC Agropecuaria Las Lomas de Chilca	Phoenix Foods	Agrícola Challapampa	Fundo Los Paltos	Dominus	Haciendas del Sur
Contacto	Roy Lozano	Fortunato Márquez	Esther Sanchez	Martin Huaman	Oscar Urzua	Renzo Muro	Melisa Caballero	Eduardo Risso
Cargo	Gerente Comercial	Gerente General	Jefe de Exportaciones	Jefe de Comercio Exterior	Comercio Exterior	Gerente General	Jefe de Exportación	Gerente General
Importancia de una logística segura.	Si, debido a que el Perú es uno de los principales exportadores de cocaína a nivel mundial y es importante contar con algún respaldo para nuestra organización.	La logística internacional se ha convertido en uno de los sectores claves en el actual entorno económico mundial, debido a la importancia de esta actividad en los movimientos de globalización económica internacional, nuevas tecnologías y soporte a la actividad industrial, lo cual supone que una logística segura internacional adecuada es un elemento imprescindible para el posicionamiento de cualquier país y de cualquier empresa, en el panorama económico internacional.	Una cadena segura elimina el riesgo de pérdida de unidades, lo que reduce el riesgo a perdida monetaria.	Por supuesto, cada eslabón de la cadena logística debe ser segura esto para minimizar los riesgos y amenazas inherentes del comercio nacional e internacional, esta seguridad en la cadena, aplicando los controles correspondientes, también afecta directamente de manera positiva la imagen de la empresa con sus clientes.	Si, porque de esta forma se reducen distintos riesgos asociados a la cadena logística. Tales como contrabando, demoras en las entregas, pedidos incompletos, entre otros	Si porque puede dañar la imagen de la empresa.	Si, ya que de no ser así ciertos eslabones de la cadena logística podrían verse comprometidos con actos ilícitos y evitar que el producto/servicio llegue al consumidor final.	Debido a la coyuntura actual que vive el Perú de delincuencia, inseguridad, robos y narcotráfico hace que como empresas, nos veamos en la obligación de buscar herramientas extras tanto físicas y de gestión para resguardar nuestros intereses como empresa.
Confiabledad en las operaciones para sus clientes.	Contamos con un sistema propio en donde registramos los BL's por cada cliente para tener un tracking de su carga y utilizamos el sistema de tracking de la línea para ver el tiempo de transito de nuestra carga y determinar algún desperfecto.	Trabajamos con Operadores Logísticos que cuentan con certificación BASC lo cual nos permite contar con la tranquilidad que ante cualquier eventualidad, se tendrá un plan de contingencia para la continuidad del negocio.	Prestigio de la empresa con los clientes, y revisión de toda la cantidad enviada firmada por el encargado de despacho.	Básicamente cumpliendo con los tiempos de entrega de nuestros productos en el lugar y fecha indicados en las condiciones ofrecidas en nuestro contrato. Al no contar con una certificación BASC, el cumplimiento de lo ofrecido es la único indicador de confiabilidad.	Contamos con certificación OHSAS 18001 y nuestro Sistema Integrado de Gestión tiene un énfasis importante en la gestión de la seguridad tanto de nuestras operaciones como de nuestros colaboradores.	Realizamos la selección de proveedores, solicitando una serie de requisitos.	Brinda la confianza en base al buen servicio y ciertos certificados de calidad y seguridad que respaldan las buenas prácticas internas y externas.	Nosotros contamos con un plan de contingencia dado para cada eventualidad basado en una gestión de riesgos pero no está enfocada en los lineamientos de BASC.

Realidad de las preferencias arancelarias aplicadas al Comercio Internacional Peruano	Si tenemos conocimiento sobre los acuerdos firmados por el Perú, esta pérdida de preferencias arancelarias se aplica para exportaciones hacia los Estados Unidos, sin embargo, nuestro foco de exportación está dado para Asia y Europa, sin embargo, apuntamos al mercado norteamericano y sabemos que debemos alinearnos a los requisitos de seguridad.	Conocemos de los acuerdos comerciales, para el caso de EEUU firmamos un acuerdo de seguridad donde se indica que nuestras operaciones no se ven involucradas en temas ilícitos ni de narcotráfico.	Para mantener las preferencias y los beneficios que los tratados nos ofrecen debería estandarizarse dichas exigencias y volverlas un básico de todas las empresas del rubro, para homogeneizar las ofertas nacionales.	Efectivamente, las ventajas competitivas que se pueden obtener por los acuerdos comerciales firmados con otros países, se pueden perder al no tener el respaldo de una Certificación Internacional, esto lleva a buscar otras maneras de ser competitivos en los mercados Internacionales, como por ejemplo sacrificar margen de ganancias para tratar de nivelar la desventaja al no contar con una preferencia arancelaria.	Sí, tengo conocimiento del tema. En realidad lo veo como algo positivo, ya que estos requisitos ayudan a que los estándares de las operaciones de las empresas nacionales se alineen, en primera instancia por obligación, y en segunda, a que adapten estas prácticas como parte de sus actividades.	Nos parece que es una buena práctica para que las empresas se alineen y mejoren sus procesos y controles.	Si con algunos. Opino que por unos cuantos no sería justo que todos pierdan esas preferencias pero si sería bueno exigir el cumplimiento de estos aspectos de seguridad en la cadena logística.	Si tenemos conocimientos, entendemos que estos beneficios se dan principalmente cuando las exportaciones están dirigidas hacia USA, nosotros sacamos de 3 a 5 contenedores para USA, nuestro fuerte es Chile y el Asia.
Conocimiento sobre la certificación BASC.	Si	Si	Si, Es una alianza empresarial internacional sin fines de lucro.	Así es, es una Alianza Empresarial de nivel internacional con el propósito de promover el comercio seguro en cooperación con autoridades locales, gobiernos y organizaciones internacionales	Si	Si	Si	Si
Decisión de certificar con BASC.	Es un tema de presupuesto e inversión.	Se debe a que aún no es un requisito formal por parte de nuestro cliente en Estados Unidos, sin embargo, nos alineamos a sus procesos en temas de seguridad para homologar los nuestros.	No precisamente dependemos de las exportaciones como principal ingreso	Dado que se necesita inversión de recursos adicional, tiempo, asignación de personal que pueden distraer a los colaboradores de sus responsabilidades	A que no realizamos exportaciones para los Estados Unidos.	A falta de conocimiento y compromiso de la alta dirección.	Por presupuesto	No nos encontramos certificados ya que seguimos en etapa de reinversión año a año y hemos optado por programas de homologación con proveedores estratégicos lo que hace que no nos desviemos de los temas de seguridad.
Perdida de oportunidades en el extranjero	No	No	No	Por el momento, no.	No	No	Si	Al momento no, ya que como se indicó, nos homologamos tanto a nuestros clientes y proveedores.

Valor Agregado y diferenciador de la certificación BASC en relación a su empresa.	Definitivamente si, toda certificación genera un valor agregado para nuestra organización, pero también este debe verse reflejado en la necesidad del cliente y en el precio final para que retorne la inversión.	Si, consideramos que el mercado peruano siempre va a ser un foco para los narcotraficantes, sin embargo consideramos que así tengamos la certificación BASC, podemos estar inmersos en un problema de contaminación, dado ese escenario, nuestra empresa cuenta con fichas y procedimientos de seguridad para evaluar la trazabilidad.	No tanto, ya que hay un estándar común en lo que a mi rubro se refiere	Si, este respaldo con la certificación puede brindarnos valor agregado con mayor razón considerando que el Perú es el primer productor de PBC en el mundo.	No encontramos valor diferenciador si contaríamos con la certificación BASC.	Si, toda certificación agrega un valor comercial a la empresa.	Definitivamente crearía una diferencia entre las otras empresas, sin embargo también habrán otros clientes que siempre buscaran un precio bajo.	Toda certificación da un valor agregado a la empresa y a sus procesos, más aun en la coyuntura peruana si sería de mucha utilidad una certificación como la de BASC.
Estrategias de Marketing	Participamos en Ferias, promociones en ADEX y PROMPERÚ, contamos con una página web y publicaciones en diversos medios especializados.	Ferias, Promociones, revistas especializadas, Symposiums, etc.	Referidos de clientes regionales, o envíos de muestrarios físicos a distintas oficinas a nivel Sudamérica	Revistas, viajes internacionales, eventos del sector mismo.	Asociaciones jointventures con empresas internacionales de nuestro rubro	Página web, listado de clientes potenciales en el extranjero.	Nosotros empleamos estrategias de marketing en posicionamiento basándonos en la Calidad y Precio con el fin de expandir el nuestro mercado.	Nosotros participamos en ferias especializadas, revistas de nuestro sector, seminarios y publicidad del sector. Así también, en viajes empresariales con los gremios a los que pertenecemos.
BASC considerado como herramienta de Marketing	No, consideramos como empresa que es una herramienta de gestión para generar trazabilidad y mejora de nuestros procesos internos.	Si, puede ser vista como una herramienta de marketing desde el punto de vista de la imagen de una empresa segura que forma parte de una organización prestigiosa como BASC.	Si, ya que al ser una certificación internacional da cierto respaldo y confianza al producto ofertado.	Claro, puede ser considerada como una de las principales herramientas de Marketing internacional de manera efectiva.	No la consideramos una herramienta de Marketing.	Sí, es un respaldo de la empresa.	Sí, ya que ayuda a aumentar y respaldar la calidad del servicio/producto.	Sí, consideramos que puede llegar a ser un elemento diferenciador.
Impacto financiero de la certificación BASC.	Consideramos que si habría un incremento en nuestras tarifas debido a la inversión que se haría en relación a la certificación BASC.	Si, ya que implica una inversión que se debe recuperar en el tiempo, sin embargo no consideramos que sea un valor agregado ya que de por sí, contamos con otros valores agregados que son percibidos por nuestro importador.	Incremento de precio y valor percibido por el cliente, al asegurarle una certificación internacional ya hablaríamos de un producto con una calidad probada y respaldada por un certificado BASC.	Así es, el valor agregado a nuestros productos puede darnos mejor capacidad para manejar nuestra estrategia de precios.	No afectaría el precio porque no está en nuestros planes contar con ella.	Si puede tener un impacto directo en nuestros precios finales pero dependerá del cliente que nos la solicite o si es por una decisión de la dirección.	Depende de cómo lo veas, inversión o costo. Considero que podría ser una inversión para el primer año y ver como esto afecta las ventas y los acuerdos comerciales internacionales; si BASC no hace la diferencia después de 2 años considero que sería un gasto la certificación y mantenerla podría ser parte del costo de venta.	Si, toda inversión debe verse reflejada o en un alza de precio o en un mayor nivel de ventas para justificarla, pero definitivamente el valor aumenta.

Elaboración Propia

Apéndice 5. Resumen de entrevistas a especialistas en temas de seguridad logística y conocimientos en marketing internacional

Especialista:	César Venegas Núñez	Armando Grados Mogrovejo	Lorenzo MorandiCadei	Raúl Saldías
Cargo:	Gerente General BASC PERÚ	Gerente General de Asociación Civil Frío Aéreo	Presidente del Comité de Certificación de BASC PERÚ	Presidente del Consejo Directivo de World BASC Organization
Institución:	BASC PERÚ	ASOCIACIÓN CIVIL FRÍO AÉREO	ASOCIACIÓN PERUANA DE OPERADORES PORTUARIOS - ASPPOR	SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS
Relevancia de la certificación BASC en el sector agroexportador peruano:	En el Perú todavía no se encuentra desarrollado, ya que actualmente existe muchas asociaciones agroexportadoras informales que no tienen como uso la aplicación de una certificación internacional.	Es un sector que si bien presenta competitividad en aspectos referidos a la calidad y seguridad alimentaria, además de una fuerte promoción a través del estado, también manifiesta un elevado costo logístico que afectan sus márgenes de rentabilidad.	Es importante que las empresas agroexportadoras peruanas cuenten con la certificación para que no se vean involucradas en temas ilícitos y que mejore el grado de confianza con sus clientes/proveedores.	La certificación BASC toma importancia una vez que las empresas buscan un medio para garantizar la continuidad de sus negocios en caso se vean afectadas con algún tema ilícito para el comercio internacional.
Identificación de BASC como una herramienta de marketing Internacional para los agroexportadores peruanos:	Considero que estaría identificada con la herramienta de promoción, ya que al usar el logo de BASC en mi página web, hojas membretadas, etc., genera en mis clientes una imagen de empresa segura. Así mismo, BASC es una plataforma de confiabilidad.	Todavía no, la certificación es conocida principalmente en países de Latinoamérica, y los principales compradores ubicados en EE.UU. la conocen parcialmente, mientras que en Europa y Asia no la conocen. Por otro lado, para que esta certificación sea una herramienta efectiva de marketing tiene que promover las ventas, lo cual no hace hasta el momento.	Por supuesto que es fundamental como herramienta de marketing, que cuenten con una certificación reconocida internacionalmente.	Si, el estar incluidos en la Base de datos de la WBO y maneja estándares Internacionales de Seguridad, permito una diferenciación para la empresa.
Impacto de los acuerdos comerciales en relación a la Certificación BASC:	Si, ya que todo es una cadena y cada parte de este eslabón una más que otra es vulnerable de contaminación es, por eso que una empresa exportadora que cuenta con el certificado BASC va a preferir trabajar con un proveedor que también cuente con dicho certificado	No directamente, los acuerdos comerciales establecen modelos de intercambio comercial priorizando aspectos aduaneros, impuestos a pagar o exentos, moneda base y jurisdicción común para resolución de conflictos, si bien los temas de seguridad son considerados lo que predominan son aspectos económicos para con la protección de la industria local.	Al día de hoy esto no se está dando, los acuerdo comerciales que el Perú firma, solo miran el tema arancelario con sus pares y no ven la necesidad de establecer medidas de control entre Países, como exigir una certificación reconocida internacionalmente.	Considero que los acuerdos comerciales están enfocados en eliminar barreras arancelarias para que a través de los precios se puedan competir en mercados internacional, mas no impulsar cultura de tener productos certificados.
Opinión sobre el sector agroexportador y la cadena de suministros	Considero que es un sector que en nuestro país todavía no se encuentra desarrollado, ya que actualmente	Debido al efecto centralizador de la capital, el producto debe ser movilizado hacia Lima para su	En el caso de dicho sector lo considero que está en una etapa de formación y crecimiento que	Actualmente, el sector agroexportador ha crecido gracias a los diversos Tratados

<p>internacional:</p>	<p>existe muchas asociaciones agroexportadoras informales las cuales carecen de muchos aspectos , lo cual perjudica a que puedan desarrollarse en el ámbito internacional.</p>	<p>comercio internacional, lo que genera sobrecostos en transporte, almacenes y por los servicios de operadores logísticos, y por ende, deben administrar el riesgo en dichos procesos para prevenir que su comercio legítimo se utilizado para actividades ilícitas, las agroexportadoras tienen un costo logístico alto.</p>	<p>lo hace inestable para poder cumplir con los pedidos que son solicitados por compradores del exterior, motivando que la cadena de suministro no funcione adecuadamente, los retrasos de la línea naviera también afectan al despacho de las mercancías en tiempo y dinero..</p>	<p>Internacionales y a la preocupación por parte de las empresas de mejorar sus procesos y procedimientos, para que estos sean más ágiles y seguros.</p>
------------------------------	--	--	--	--

Elaboración Propia

