



Universidad  
Señor de Sipán

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**TESIS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN**  
**DE FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA EXPORT**  
**IMPORT CANDRES S.A.C, PIURA, 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADO (A) EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Autor (es):**

**Bach. Alvarado Farfan Mirla Romina**  
**<https://orcid.org/0000-0002-6303-6786>**

**Bach. Alvarez Samillan Jordy Jean Paul**  
**<https://orcid.org/0000-0001-6178-7124>**

**Asesor:**

**Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo**  
**<https://orcid.org/0000-0002-1555-7851>**

**Línea de Investigación:**  
**Gestión empresarial y emprendimiento**

**Pimentel – Perú**  
**2022**

**APROBACIÓN DEL JURADO**  
**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CASTILLA**  
**DE LA EMPRESA EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C, PIURA, 2021**

**Aprobación de informe de investigación**

Asesor

---

MG. ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO

Presidente

---

MG. REYES ARROYO CARLOS ANDRE

Secretario (a)

---

DR. ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB

Vocal

---

MG. ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO



## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, somos **egresados** del Programa de Estudios de **Negocios Internacionales** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

### **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C, PIURA, 2021**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Alvarado Farfán Mirla Romina	DNI: 75225855	
Álvarez Samillán Jordy Jean Paul	DNI: 74736492	

Pimentel, 10 de agosto de 2023

\* Porcentaje de similitud turnitin:10%

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
ALVARADO FARFÁN MIRLA ROMINA_ÁL VAREZ SAMILLÁN_JORDY JEAN PAUL.d ocx	Mirla Romina Alvarado Farfán
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
33861 Words	179105 Characters
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
140 Pages	2.5MB
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Mar 31, 2023 12:00 PM GMT-5	Mar 31, 2023 12:02 PM GMT-5

● **10% de similitud general**  
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 9% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Cross
- 6% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

## DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mis padres Arnulfo Alvarado Ramos y Martha Farfán Relaiza, por su constante amor, motivación y consejos en toda mi carrera universitaria, y sobre todo por darme la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida, varios de mis logros se los debo a ustedes. Dedicada también a mí hermano y mis abuelos por sus palabras de aliento y su apoyo incondicional, gracias por confiar en mí. A Dios nuestro creador por guiarme en todo este camino y brindarme salud, con mucho amor para ustedes.

Atte: Mirla Romina Alvarado Farfán

Esta investigación está dedicada a mi madre y padrastro María Magdalena Samillán Cabrera y Julio Cesar Vásquez Lozano, por su apoyo incondicional en estos años de carrera, por la motivación y consejos sabios que me dieron, sin ustedes yo no habría podido culminar esta bella etapa de mi vida. Dedicada también a mis hermanos, abuelos y pareja por su amor incondicional, apoyo y buenos deseos, gracias a todos ellos por confiar en mí. Y a Dios padre por la salud otorgada para mi familia, todo esto es gracias a él.

Atte: Jordy Jean Paul Álvarez Samillán

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento profundo nuestro asesor; por su apoyo constante en la elaboración de esta investigación, puesto que, gracias a su experiencia y recomendaciones permitieron desarrollar satisfactoriamente todos los aspectos incluidos en esta tesis

Por otro lado, a nuestros padres y hermanos, por su cariño y apoyo incondicional durante los 5 años de carrera universitaria, en la cual nos motivaron a seguir adelante y cumplir nuestra meta.

Finalmente, a la empresa Export Import Candres S.A.C por brindarnos su respaldo e información necesaria para la realización de esta investigación y también a todos nuestros futuros colegas por su cariño y apoyo en todos estos años universitarios.

Atte: Alvarado Farfán y Álvarez Samillán

## RESUMEN

La presente investigación lleva como título “Plan de negocios para la exportación de frijol castilla de la Empresa Export Import Candres S.A.C, Piura, 2021”, en el cual su objetivo general es Proponer un Plan de Negocios para la exportación de frijol castilla a Estados Unidos. Así mismo, la formulación del problema fue: ¿De qué manera un Plan de negocios permitirá la exportación de frijol castilla al mercado de Estados Unidos de la empresa Export Import Candres S.A.C de Piura, 2021?.

El tipo de investigación es de enfoque mixto, nivel descriptivo con un diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por los 15 trabajadores y el gerente general de la empresa Candres, mismo que brindaron información importante que fue utilizada en el transcurso de la investigación.

Se concluye que la investigación identificó que la empresa cuenta con las certificaciones internacionales que permitirán la exportación de frijol castilla hacia EE.UU, de la misma forma, se pudo analizar mediante un estudio demográfico que la población objetiva se encuentra en uno de los estados más habitados y que alberga la mayor cantidad de latinos en EE.UU, posteriormente, al realizar el análisis económico se pudo evidenciar que el VAN y el TIR del plan de negocio para el año 2025 es de S/. 620,694 y 48.9% respectivamente, lo cual hace referencia a que el plan propuesto es económicamente viable y rentable para que la empresa Export Import Candres S.A.C pueda expandir su negocio e incursionar en el mercado estadounidense.

**Palabras claves:** Plan de negocio, Exportación, Frijol Castilla, mercado objetivo.

## **ABSTRACT**

The present research is entitled "Business plan for the export of castilla beans of the company Export Import Candres S.A.C, Piura, 2021", in which its general objective is to propose a business plan for the export of castella beans to the United States. Likewise, the formulation of the problem was: How a business plan will allow the export of castilla beans to the U.S. market of the company Export Import Candres S.A.C of Piura, 2021.

The type of research is of mixed approach, descriptive level with a non-experimental, cross-sectional design. The population consisted of 15 workers and the general manager of the Candres company, who provided important information that was used in the course of the research.

It is concluded that the research identified that the company has international certifications that will allow the export of castella beans to the U.S., in the same way, it was possible to analyze through a demographic study that the target population is one of the most populous states and is home to the largest number of Latinos in the U.S. Subsequently, the economic analysis showed that the NPV and IRR of the business plan for the year 2025 is S/. 620,694 and 48.9% respectively, which indicates that the proposed plan is economically viable and profitable for the company Export Import Candres S.A.C. to expand its business and enter the U.S. market.

**Key words:** Business plan, Export, Castilla Bean, target market.

## Índice

I.	INTRODUCCIÓN .....	13
1.1.	Realidad Problemática .....	13
1.2.	Antecedentes de estudio.....	17
1.3.	Teorías relacionadas al tema .....	26
1.3.1.	Exportación .....	26
1.3.2.	Plan de negocios .....	36
1.4.	Formulación del Problema .....	45
1.5.	Justificación e importancia del estudio .....	45
1.6.	Hipótesis .....	47
1.7.	Objetivos .....	47
1.7.1.	Objetivo General .....	47
1.7.2.	Objetivos Específicos.....	47
II.	Método.....	48
2.1.	Tipo y Diseño de Investigación .....	48
2.2.	Variables, Operacionalidad .....	49
2.3.	Población y muestra.....	52
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	53
2.5.	Procedimiento de análisis de datos.....	55
2.6.	Criterios éticos .....	56
2.7.	Criterios de Rigor Científicos.....	57
III.	RESULTADOS .....	59
3.1.	Resultados en tablas y figuras .....	59
3.2.	Discusión de resultados .....	80

3.3.	Aporte Científico.....	84
3.3.5.	Análisis de la industria .....	87
3.8.	Evaluación económica y financiera .....	129
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	145
4.6.	Conclusiones.....	145
4.7.	Recomendaciones .....	148
	REFERENCIAS .....	151
	ANEXOS.....	165

## Índice de figuras

Figura 1 Incoterms 2020 .....	32
Figura 2 Exportaciones peruanas de frijol castilla hacia EE.UU.....	61
Figura 3 Dimensión Plan de negocio - Análisis del producto .....	76
Figura 4 Dimensión Plan de negocio - Mercado meta (agrupado) .....	77
Figura 5 Dimensión Plan de negocio - Plan de marketing (agrupado) .....	78
Figura 6 Variable Plan de negocio (agrupado) .....	79
Figura 7 Logo de la Empresa .....	85
Figura 8 Exportaciones de Candres en un periodo de 5 años.....	86
Figura 9 Importaciones de Candres en un periodo de 5 años.....	86
Figura 10 Ubicación de la empresa Candres .....	87
Figura 11 Principales exportadores mundiales (2017 - 2021) .....	88
Figura 12 Participación de los principales países exportadores mundiales (%) ...	90
Figura 13 Principales importadores mundiales (2017 - 2021) .....	91
Figura 14 Participación de los principales países importadores mundiales (%) ...	92
Figura 15 Empresas exportadoras peruanas de frijol castilla del Perú (2017 - 2021) .....	94
Figura 16 Participación de las principales empresas exportadoras de frijol castilla - 2021 .....	96
Figura 17 Principales importadores de frijol castilla del Perú (2017 - 2021).....	97
Figura 18 Participación de los principales países importadores de frijol castilla del Perú (%) .....	98
Figura 19 Principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU 2017 – 2021 (Miles US\$).....	104
Figura 20 Participación de mercado de los principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU - 2021 (%) .....	105
Figura 21 Principales empresas exportadoras peruanas de frijol castilla hacia EE.UU - 2021 .....	107
Figura 22 Participación de las principales empresas peruanas exportadoras de frijol castilla hacia EE.UU (%) - 2021.....	109
Figura 23 Objetivo específico: Tabla resumen .....	112
Figura 24 Proyección - Población objetiva .....	113

Figura 25 Bolsas big bag.....	125
Figura 26 Base del pallet.....	126
Figura 27 Unitarización .....	127
Figura 28 Canal de distribución.....	129
Figura 29 Cartilla de Validación – Encuesta 01 .....	175
Figura 30 Cartilla de Validación – Entrevista 01 .....	176
Figura 31 Cartilla de Validación – Encuesta 02.....	177
Figura 32 Cartilla de Validación – Entrevista 02.....	178
Figura 33 Cartilla de Validación – Encuesta 03.....	179
Figura 34 Cartilla de Validación – Entrevista 02.....	180
Figura 35 Permiso de Recolección de datos.....	181
Figura 36 Reporte de similitud de turnitin.....	182

## Índice de Tablas

Tabla 1 Variables - Operacionalidad .....	49
Tabla 2 Estadística de fiabilidad – Alfa Conbrach .....	55
Tabla 3 Criterios de rigor científico.....	57
Tabla 4 Dimensión Plan de negocio – Análisis del producto (agrupado) .....	75
Tabla 5 Dimensión Plan de negocio - Mercado meta (agrupado) .....	76
Tabla 6 Dimensión Plan de negocios – Plan de marketing (agrupado).....	77
Tabla 7 Variable Plan de negocio (Agrupado).....	78
Tabla 8 Principales exportadores mundiales (Miles de US\$) .....	88
Tabla 9 Participación de los principales exportadores mundiales .....	89
Tabla 10 Principales importadores mundiales (Miles de US\$) .....	90
Tabla 11 Participación de los principales exportadores mundiales .....	91
Tabla 12 Empresas exportadoras de frijol castilla del Perú (Miles de US\$) .....	93
Tabla 13 Principales empresas exportadoras de frijol castilla - 2021 .....	94
Tabla 14 Participación de las principales empresas exportadoras de frijol castilla 2017 - 2021 .....	95
Tabla 15 Principales importadores de frijol castilla del Perú (Miles de US\$).....	96
Tabla 16 Participación de los principales importadores de frijol castilla del Perú.	97
Tabla 17 Indicadores ITC .....	99
Tabla 18 Acceso al mercado.....	100
Tabla 19 Riesgo país .....	101
Tabla 20 Selección de mercado: Tabla resumen .....	101
Tabla 21 Principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU (Miles US\$) ....	103
Tabla 22 Participación de mercado de los principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU (%) .....	104
Tabla 23 Principales empresas peruanas exportadoras de frijol castilla hacia EE.UU 2017 - 2021 (Miles de US\$).....	106
Tabla 24 Participación de las principales empresas peruanas exportadoras de frijol castilla Hacia EE.UU 2017 - 2021 .....	107
Tabla 25 Principales empresas del Perú exportadoras de frijol castilla hacia EE.UU (Miles de US\$) - 2021.....	108
Tabla 26 Mercado Estadounidense.....	109

Tabla 27 Población latina .....	110
Tabla 28 Proporción de la población latina .....	111
Tabla 29 Población latina mayor de 18 años .....	111
Tabla 30 Edades (%).....	111
Tabla 31 Géneros (%) .....	112
Tabla 32 Ingresos medio .....	112
Tabla 33 Análisis FODA .....	114
Tabla 34 Cadena de valor de la empresa Candres .....	116
Tabla 35 5 fuerzas de Porter - Candres .....	118
Tabla 36 Análisis PEST: empresa Candres .....	121
Tabla 37 Ficha técnica .....	123
Tabla 38 Descripción de paletización .....	126
Tabla 39 Almacenaje y transporte del frijol castilla.....	127
Tabla 40 Precio del frijol castilla .....	128
Tabla 41 Materia prima .....	130
Tabla 42 Inversión fija tangible .....	130
Tabla 43 Inversión fija intangible .....	131
Tabla 44 Insumos indirectos.....	131
Tabla 45 Mano de obra directa.....	131
Tabla 46 Mano de obra indirecta.....	132
Tabla 47 Indumentaria .....	132
Tabla 48 Gastos de exportación directos e indirectos.....	132
Tabla 49 Gastos administrativos .....	133
Tabla 50 Presupuesto anual.....	134
Tabla 51 Flujo de caja .....	138
Tabla 52 Estado de resultados.....	140
Tabla 53 Análisis de la inversión: VAN y TIR .....	141
Tabla 54 Estructura de financiamiento .....	142
Tabla 55 Flujo de caja financiero.....	143
Tabla 56 Análisis financiero.....	144
Tabla 57 Matriz de Consistencia .....	165

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad Problemática**

#### **1.1.1. Contexto Internacional**

De acuerdo con Solana (2020) nos indica que los obstáculos más recurrentes en las empresas españolas respecto al momento de querer internacionalizar sus productos como es el caso de las legumbres, es el desconocimiento de ciertos procesos relacionados a la exportación como el cálculo de los costos y ganancias, seguido de la rentabilidad que se obtendrá y a su vez, la incertidumbre de no saber dónde encontrar o contactar a sus potenciales clientes. Así mismo, también se asocia el no conocer ciertas gestiones que conlleva el exportar un producto alimenticio, de esta forma, se asegura que para combatir dichos problemas, se debe crear una carpeta en donde se albergue toda la información requerida por las empresas, el cual contenga información certera como estrategias, distribución, costos, entre otros, todo ello, con el fin de conocer al mercado objetivo y sus regulaciones para ingresar al nuevo destino. Por otro lado, nos menciona la gran importancia de la promoción del producto, debido que, esto conllevará a que la empresa se posicione de forma internacional, por ende, esto significa que la organización deberá adaptarse al nuevo mercado meta, brindar un producto de calidad y afianzar las relaciones empresariales.

En Venezuela de acuerdo a Valdez (2019) nos afirma que dicho país exportó un total de 3.650 T de frijol, hacia Vietnam y China, los cuales serán exportados en 146 contenedores, decisión que forma parte de una importante e inteligente estrategia que ha empleado Venezuela con la ayuda de su Ministerio de Transporte a fin de ahorrar los costos del traslado de los productos y demás costos que incluye el envío de un producto, así mismo, un punto esencial a recalcar, es que gracias a estas nuevas iniciativas, este país ha logrado salir a delante en el tema de exportación de frijol, puesto que, inicialmente Venezuela exportó tan solo 20 contenedores de la variedad llamada "Frijol Chino", debido a las problemáticas y erróneas políticas que el presidente promovió en su momento para el crecimiento y desarrollo de Venezuela. Por consiguiente, gracias a la estrategia antes mencionado, los agricultores tienen grandes expectativas y oportunidades para la exportación de su producto y la modalidad para que sus

mercancías puedan salir del país con mayor facilidad, puesto que, estas utilizan como salida la aduana subalterna que los dirige exactamente a la zona de carga del puerto, generando así, ahorro de costos.

Así mismo, según Gaucín (2019) nos dice que en 2017 el frijol batió su propio record mundialmente, logrando un total de 31.4 M de toneladas, de este modo, nos afirma que con lo que respecta a su consumo, los principales países son India, Brasil, México y EE.UU con 21.9%, 18.5%, 7.3% y 5.2% respectivamente. A su vez, en cuanto al consumo per cápita de dicho producto este muestra ciertas diferencias entre los países, ejemplo de ello, es que en Nicaragua se consume un total de 20 kg, mientras que, en EE.UU y Francia se estima un consumo per cápita de 3 y 1 kg en el orden mencionado. Por otro lado, se considera que a nivel mundial el frijol cuenta con un 70% de vulnerabilidad a los cambios ambientales y esto claramente es un peligro para la producción en general.

### **1.1.2. Contexto Nacional**

Por otro lado, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2017) nos menciona que culminando el 2017 los envíos de menestras al exterior lograron los 80 M de dólares, siendo solo los 3 primeros meses de dicho año, donde se logró alcanzar cifras de US\$ 11 M de dólares en exportaciones de granos como lo son: frijol, pallares, etc., siendo los destinos estrellas países como EE.UU, seguido de México, Chile y por último Canadá. A su vez no solo se vió incrementado las exportaciones de dichos productos, sino también del consumo nacional, el cual en ese presente año tuvo un incremento del 10% anualmente llegando a consumir 7 Kg por persona el cual favoreció a las pequeñas empresas productoras de legumbres.

Asociación de Exportadores (2021) nos menciona que debido a la pandemia han surgido nuevas tendencias de compras de consumo saludable, lo cual ha generado un incremento en las exportaciones de frijol castilla del Perú, pasando de U\$\$ 9,321,000 M a US\$ 20,256,000 M, logrando así, ser el principal país exportador de dicho productos hacia EE.UU, seguido de Corea y Reino Unido. De esta forma, los consumidores adoptaron una conducta en favor a su bienestar, cambiando los alimentos procesados por alimentos saludables y de

calidad como es el caso del frijol castilla, reflejándose de este modo, en una oportunidad para el comercio del Perú. Así mismo, las regiones que concentraron una mayor cantidad de exportaciones de frijol castilla fueron Piura (41.4%) y Lambayeque (35.8%).

Asimismo, la Agencia Agraria de Noticias (2020) nos indica que Perú envió frijol castilla por US\$ 7.3 M de dólares entre los 9 primeros meses de año, siendo un total de 5.904.384 kilos, llegando a superar de esta forma lo exportado en el anterior año. Según información otorgada por el portal Agrodata Perú, el destino principal del frijol castilla es Estados Unidos donde se logró obtener una cifra de US\$ 3.827.000 de dólares, también se encuentran otros mercados importantes para el frijol castilla como lo son el mercado colombiano, Reino Unido, Panamá y España con una ganancia de US\$ 797.000, US\$ 687.0000, US\$ 431.000 y US\$ 174.000 respectivamente. Entre las empresas exportadoras líderes del Perú en general encontramos a Consorcio del Valle SAC, así como también a Interloom SAC, seguida de Aplex Trading SAC y Export Import Candres SAC con US\$ 320.000.

### **1.1.3. Contexto local**

De acuerdo a El Tiempo (2018) nos indica que un gran número de agricultores de Piura y sus valles cercanos podrán obtener beneficios de la siembra de frijol castilla o también conocido como frijol caupí, puesto que, dicha legumbre no necesita de grandes volúmenes de agua, lo cual es un gran beneficio y oportunidad para los agricultores o familias que se dedican a cosechar dicho cultivo, además de ello, otro de los puntos a favor del agricultor es que el producto tampoco requiere de un periodo largo de producción, así mismo, también se afirma que la cosecha por hectárea en Piura es de aproximadamente 3000 kg, no obstante, una de las finalidades que se habían plasmado en agosto del año 2017 era sembrar 1300 ha, sin embargo, no pudo ser cumplida, puesto que, en el 2018 se logró sembrar una cantidad muy inferior a la cifra proyectada. Ante ello, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y la Dirección Regional de Agricultura han indicado que la Región Piura cuenta con un gran potencial de siembra y con una inversión muy baja, además, este generaría S/ 2,20 soles de ingresos por kg a las familias que se dediquen a este cultivo, así mismo, también es importante

mencionar que por cada hectárea sembrada se generan alrededor de 60 puestos laborales y que sobre todo, esta región cuenta con más de 300 T de semilla comercial o certificada. Claramente, todo ello conllevaría al desarrollo de la región Piura y por ende al crecimiento del país.

Por otro lado el diario El Tiempo (2017) en una noticia titulada: Unas 2500 familias dependen de la producción del frijol caupí, afirma que las exportaciones van cada vez en aumento en la ciudad de Piura, todo esto debido a que el frijol caupí o también llamado frijol castilla, ha logrado conquistar mercados como lo son Estados Unidos, Portugal, Alemania, Canadá entre otros. A su vez, INIA, reveló que en Piura se llega a sembrar más de 10 mil hectáreas temporales, es decir zonas que no tienen riego y solo se hacen después de que hay lluvias. Por consiguiente, Piura es una de las zonas donde mayor producción de frijol caupí abunda, llegando de tal forma a cosecharse hasta 3 mil kilos por cada hectárea. Con lo que respecta a Piura, este cuenta con un potencial enorme para sembrar unas 25 mil hectáreas de frijol castilla en los próximos años y que su inversión es mínima, siendo el distrito de Tambogrande una de las zonas que más siembra el cultivo del frijol castilla, el cual el 80% de su producción es para exportar y el 20% restante para el mercado local.

La empresa Export – Import Candres S.A.C, identificada con RUC 20440256474 perteneciente al Distrito de Castilla, Provincia de Piura, Departamento de Piura, con 20 años de trayectoria en el mercado peruano e internacional, dedicada al procesamiento, comercialización, importación de productos alimenticios provenientes de Canadá y Bolivia y a la exportación de café, arroz, legumbres y menestras de las ciudades de Jaén, Piura, Moyobamba y Chiclayo, las cuales son dirigidas solo al mercado Colombiano, ha alcanzado un valor exportable en el año 2019 de US\$ 3,806,393 dólares, no obstante, en el 2020 sus ventas obtuvieron un valor inferior al del año anterior debido a la pandemia Covid 2019, teniendo un total de valor exportado de US\$ 945,191 dólares, ante ello, Candres se ha propuesto incrementar sus ventas e incursionar en el mercado Americano aprovechando las posibilidades de negocio que este ofrece y a su vez, la excelencia de uno de sus productos estrella como lo es el Frijol Castilla que en la actualidad solo exporta a Colombia debido al

desconocimiento de procesos, normas y requisitos que se necesitan para ingresar a uno de los principales mercados como lo es EE.UU, puesto que, es el principal importador de frijol Castilla del Perú.

De esta manera, Candres requiere un plan de negocios donde se detalle el diagnóstico actual de la empresa, los requisitos, mercado meta, procedimientos, competencia, distribución de los productos, viabilidad, oportunidades de negocio, datos a tener en cuenta del país de destino, así como también, los estándares de calidad que se necesitan para su ingreso y comercialización del producto en EE.UU sin inconveniente alguno, puesto que, como ya se sabe, es un mercado muy riguroso en cuanto al ingreso de productos alimenticios.

## **1.2. Antecedentes de estudio**

### **1.2.1. Nivel Internacional**

Hernández (2020) en su artículo titulado: *Oportunidades de exportación de la feijoa en el mercado francés*. La investigación tuvo por objetivo estudiar al consumidor francés, así como también aquellos hábitos relacionados al consumo de fruta y por consiguiente, aquellas oportunidades y posibilidades que esta trae consigo para ingresar en dicho mercado. La investigación planteada es de enfoque cualitativo – documental en donde se analizó el mercado industrializado francés y así poder tener un panorama más claro sobre la introducción al mercado europeo de los productos nutricionales que se derivan de la feijoa, todo ello realizado en cuatro fases (preparatoria, búsqueda de información, análisis y conclusiones), cabe resaltar, que la información se tuvo en cuenta desde el año 2014 hacia adelante. Es así, que se llegó a obtener la siguiente conclusión: La feijoa cuenta con un alto nivel de oportunidades para ingresar al mercado francés, puesto que, se valora en gran medida a productos que tienen un valor nutricional y que a su vez son innovadores y más aún si se ofrece como un producto con valor agregado.

Por ende, este artículo es fundamental debido que, aportará a conocer las métricas exactas que se deben tener en cuenta para conocer al mercado de destino y sobre todo al consumidor objetivo, teniendo en cuenta sus preferencias, tendencias de consumo, hábitos de compra y demás aspectos relacionados al

producto que se desea ofertar.

Mendoza et al. (2020), en su artículo titulado: *Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Exportadora de Banano Orgánico Ecuatoriano a Rusia*. El estudio consignó como principal objetivo presentar un plan de negocios para exportar banano orgánico ecuatoriano a Rusia, luego de evaluar la conducta de los consumidores de la ciudad de San Petersburgo, se evidenció que sería un potencial importador de la fruta. Así mismo, el estudio realizado es de tipo descriptivo y exploratoria, en donde se utilizó una muestra de 54 productoras y comercializadoras de banano en Ecuador. Los resultados de la investigación demuestran que en dicho país se exporta el banano de tipo convencional, no obstante, si considerarían el ingreso del banano orgánico para qué forme parte de su mercado.

Ante ello, la tesis antes mencionada aportará de gran manera en el estudio que se realizará sobre el plan de exportación del Frijol castilla, puesto que al igual que el Banano, ambos son productos con una enorme ventaja competitiva y potencial exportador dentro de los diferentes mercados internacionales y al contar con beneficios sobresalientes para la salud de las personas, la demanda se verá incrementada.

Así mismo, Mancilla (2020) en su tesis titulada: *Proyecto para la exportación de frutos secos*. Dentro de la investigación se evidenció que se seleccionará el mercado elegido para el envío al exterior de los frutos secos, el precio determinado por el mercado y los distintos competidores con los cuales se encontrará a la hora de incursionar en dicho mercado. La investigación planteada es de tipo descriptivo con cierto enfoque cualitativo, en donde su objetivo principal fue la exportación de frutos secos desde Argentina hacia los distintos mercados internacionales, la muestra que se obtuvo para el estudio fue gracias a los entrevistados llegando al resultado de que es un plan factible, dado que, argentina tiene un gran potencial exportador en frutos secos y a su vez los mercados internacionales incursionan mucho en este tipo de productos debido a sus características nutricionales que aportan muchos beneficios al cuerpo humano.

La tesis antes mencionada contribuye de forma notoria en la presente

investigación, debido a que nos muestra que las personas consumen alimentos saludables dentro de sus hogares, es por eso que veo relevante la comparación con el frijol castilla, el cual es un alimento que también aporta muchos beneficios al organismo de las personas, por lo cual presentaría una alta demanda en los mercados.

Garzón (2020) en su artículo titulado: *Oportunidades de exportación de aguacate Hass a Francia*. El estudio consignó como objetivo principal proporcionar toda la información y herramientas necesarias a los agricultores del Tolima y de esa forma puedan enviar sus productos hacia el extranjero sin la necesidad de recurrir a un intermediario, puesto que, ello refleja una baja competitividad ante el mercado. El estudio es de tipo mixto, y por lo tanto se utilizaron técnicas de recolección tanto para el aspecto cualitativo como cuantitativo, respecto al primero se recaudaron datos de fuentes primarias y secundarias, mientras que, para la parte cuantitativa se tomó en cuenta como muestra a los productores del departamento del Tolima y de esa manera poder estudiar las cantidades de producción para posteriormente compararlos ante los demás departamentos. De esta forma, se llegó a la siguiente conclusión: Respecto al producto, se determinó que cuenta con un gran potencial de exportación al mercado de Francia, no obstante, el desconocimiento de los agricultores sobre los requisitos, normas, costos y demás procesos a seguir representa un gran obstáculo para la comercialización de dicho producto y más aún si el Gobierno no apoya a los agricultores para poder ingresar a nuevos mercados.

Ante ello, el estudio mencionado contribuirá de forma sustancial a la investigación, debido que, nos muestra la importancia de conocer los procedimientos en el momento de realizar una exportación de forma directa, puesto que, ello se reflejaría en los precios competitivos con los cuales el producto ingresaría al mercado de destino, en pocas palabras, una vez estudiado los procedimientos respectivos ya no será necesario recurrir a un intermediario.

Por otro lado, Solórzano (2018) en su tesis titulada: *Análisis de las Exportaciones Ecuatorianas de los productos tradicionales a la Unión Europea dentro del nuevo cuadro del Acuerdo Multipartes*. El principal objetivo fue estudiar

los envíos internacionales de los productos tradicionales ecuatorianos dirigidos a la Unión Europea, el cual ha beneficiado de forma positiva el desarrollo comercial entre ambos países, dentro de los productos exportados al mercado Europeo, encontramos el banano, cacao y camarón, productos únicos y con estándares de calidad altos. Ante ello, El estudio cuenta con un enfoque cuantitativo y se emplearán técnicas de recolección de información. La muestra se obtuvo a través de 50 pobladores de Quito, en donde sus edades oscilaron entre 12, 35 y 60 años (de ambos sexos), los cuales exportan sus productos. Se obtuvo el siguiente resultado: Las exportaciones ecuatorianas hacia la U.E generalmente se exportan de forma mensual y en grandes cantidades.

Este estudio es muy relevante para la investigación, puesto que, se podrá evaluar los temas de acuerdos internacionales y beneficios de estar dentro de ellos, lo cual es una gran ventaja competitiva tanto en el ingreso de los mercados como en la relación del precio del producto. Todo ello, gracias a la difusión de los distintos acuerdos comerciales por parte de nuestro País.

### **1.2.2. Nivel Nacional**

Altamirano et al. (2021) en su artículo titulado, *Gestión de la procedencia y la trazabilidad de productos orgánicos de exportación en Perú*. El estudio tuvo como objetivo esclarecer mediante un modelo, el dominio que tienen los compuestos químicos en la especificación del origen y la trazabilidad de productos totalmente orgánicos que son enviados al extranjero, el diseño empleado en este estudio fue cuasiexperimental – descriptiva – correlacional – explicativo, la muestra que se obtuvo en el estudio estuvo representada por 100 personas entre 18 a 60 años de edad, las cuales forman parte de la compra y consumo de los 4 supermercados cruciales en el país de Alemania. De esta forma, se obtuvo el siguiente resultado: Respecto al modelo que se analizó y estudió se pudo corroborar que si existen diversos factores dominantes, los cuales se reflejan en la trazabilidad, originalidad del producto y la composición del mismo.

Por ende, el estudio mencionado es de vital importancia, puesto que, podemos evidenciar aquellos factores que influyen en la originalidad del producto, causado por la utilización excesiva de compuestos químicos en productos

orgánicos y su ingreso a mercados internacionales, debido que, como ya se sabe, se deben seguir normas estrictas sobre los estándares de calidad en los alimentos.

Chanta (2018) en su tesis titulada *Plan de Negocios para la Exportación de Frijol Caupí a Estados Unidos en la Empresa Molisam S.A.C. Lambayeque, 2017 – 2021*. El estudio tuvo como objetivo general indicar si la elaboración de un plan de negocios ayuda a exportar a la Empresa Molisam el frijol Caupí, teniendo al estado americano como consumidor objetivo, el diseño fue descriptivo – cuantitativo, la muestra que se obtuvo para el estudio fue no probabilístico y estuvo conformada por cuatro especialistas, los cuales contaban con conocimientos suficientes sobre frijol Caupí, así como también, sobre el mercado estadounidense. A su vez, se obtuvo lo siguiente: El plan de negocio para el envío de frijol Caupí permitió identificar una parte del mercado en donde la demanda no estaba siendo atendida, lo cual representa que el negocio es factible y viable.

Ante ello, la tesis antes mencionada aporta de forma significativa a la investigación que se está desarrollando sobre el plan de exportación de Frijol castilla, puesto que, nos da una noción sobre los requerimientos y estándares de calidad que son necesarios para el acceso del producto al mercado americano, a su vez, servirá como guía para hallar y encontrar la demanda insatisfecha de dicho país.

Por otra parte, Castro (2019) en su tesis titulada *Plan de Negocio para la Exportación de Frijol Canario a México de la Empresa Food Export Norte S.A.C, Chiclayo 2018 – 2021*, bajo un estudio de tipo descriptivo – propositivo y diseño no experimental con un enfoque cualitativo, tuvo como principal objetivo diseñar un plan de negocio para el envío al exterior de Frijol Canario por parte de la Empresa Food Export Norte, teniendo como consumidor meta al país de México, la muestra utilizada fue no probabilística y fue constituida por siete actores involucrados en el rubro comercial. La investigación concluyó determinando que la entidad si cuenta con la capacidad suficiente para acopiar frijol canario de calidad para su exportación hacia el mercado mexicano, además de ello, se afirma que dicho plan de negocio es financiera y económicamente rentable para la empresa.

La tesis antes mencionada contribuye de forma notable en la presente

investigación, debido a que, nos afirma que a través de los distintos procesos y análisis de la información se puede determinar cuan factible es la exportación del Frijol Canario y que sobre todo, si la empresa cuenta con la suficiente capacidad de exportación.

Montes (2021) en su artículo titulado: *Niveles de exportación de productos tradicionales y no tradicionales del Perú 2011 – 2020*, bajo una investigación de enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, la cual tuvo por principal objetivo indicar el comportamiento y rendimiento de las exportaciones (tradicionales y no tradicionales) dentro del periodo 2011 – 2020, así mismo, la población utilizada estuvo conformada por datos extraídos durante los años 2011 y 2020 de fuentes confiables como: Infortrade, Trademap, Sunat, entre otros más, para que de esa forma se pueda determinar el desempeño de cada uno de los grupos. Es así, que se llegó a concluir un incremento para los envíos no tradicionales (26%) y un descenso para los tradicionales de (- 22%), lo que evidencia el gran avance que han tenido los productos no tradicionales en las exportaciones.

Ante ello, el artículo antes mencionado aporta en gran medida a la investigación que se está desarrollando, debido que, se puede evidenciar que actualmente los productos no tradicionales están incrementando sus envíos considerablemente a comparación con el otro grupo de exportación, todo ello, derivado de los beneficios que generan los productos no tradicionales a las empresas y por ende al país.

Así mismo, según Liu (2018) en su tesis titulada *Las Exportaciones de Uva como Estrategia de Negocios Internacionales con la República Popular de China*, bajo una investigación aplicada y con un nivel descriptivo y analítico, tuvo como principal objetivo establecer si los envíos al exterior de uva impactan como método de negocios internacionales, teniendo como principal consumidor al país de China, para establecer la muestra de estudio se empleó el muestreo aleatorio simple, contando con 39 gerentes de empresas exportadoras que contaban con un amplio conocimiento sobre comercio y negocios internacionales y sobre todo, con el producto de uva. Ante ello, se llegó a obtener el siguiente resultado: La exportación de los productos nacionales hacia China cuentan con una gran

accesibilidad, puesto que, a partir de la globalización y oportunidades en los negocios internacionales, las empresas agroexportadoras suelen aumentar sus ventas debido a las ganancias.

De este modo, esta tesis contribuye a expandir los conocimientos y la gran influencia que las estrategias pueden ejercer en el éxito de las exportaciones, puesto que, enviar un producto hacia el extranjero, no solo se basa en procedimientos, sino que también, se deben realizar estrategias y métodos adecuados para aprovechar las oportunidades y acuerdos comerciales existentes.

### **1.2.3. Nivel Local**

Carrillo (2020) en su tesis titulada *Plan de Negocios para la Producción y Comercio de Sombreros de paja Toquilla para la Asociación de Mujeres Artesanas de Pedregal Grande 2019*, bajo una investigación aplicada de nivel inductivo, explicativo de corte transversal, en la cual se precisó como principal objetivo presentar un plan de negocios para los sombreros de paja toquilla de dicha asociación, así como también, posicionar a la agrupación y ser reconocidas tanto a nivel local como internacional por la calidad de su producto, la muestra estuvo conformada por 90 artesanas, las cuales cuentan con un alto conocimiento en la producción de dicho producto. La investigación concluyó determinando que la Asociación se encuentra en condiciones aptas para ejecutar el plan de negocios desarrollado, puesto que, cuenta con grandes fortalezas, además de ello, dicho plan apoyará en aumentar las condiciones en las que viven las artesanas, debido a que, su comercialización es altamente rentable.

Ante ello, se puede decir que la tesis antes mencionada, contiene de forma certera los procedimientos a seguir para diseñar un plan de negocios viable, puesto que, la investigación no solo tomó en cuenta la capacidad de exportación y la calidad del producto, sino que también, supo identificar la oportunidad que se estaba perdiendo para enriquecer la vida de las artesanas involucradas en el plan de negocio.

Quintanilla (2018) en su tesis titulada: *Plan de Exportación de Arándano Deshidratado*. El estudio determinó como objetivo principal plantear un plan de exportación de arándano deshidratado y a su vez la creación de una empresa

promovida por entidades del estado. La investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo y a su vez se empleó una metodología tipo descriptiva no experimental para el desarrollo de este plan exportador, la muestra se conformó por una población holandesa. Dentro del desarrollo de la investigación se llegó a la conclusión que el país estrella para la incursión de los arándanos deshidratados es el país de Holanda en donde los clientes se interesan en consumir alimentos que les otorguen comodidad y salud, además se evidenció un gran crecimiento en frutos secos. De este modo, se concluyó que el proyecto planteado por Quintanilla evidenció altos índices de viabilidad para la producción y comercialización del producto dentro del mercado Holandés.

Esta tesis contribuye a conocer un poco más las tendencias del ciudadano Europeo, la cual es muy similar al Estadounidense, debido a que ambos buscan comer alimentos saludables, porciones más pequeñas y con una vida útil mucho más mayor, en este caso el frijol castilla es un producto óptimo que cumple con tres características las cuales son la fácil preparación, la rápida cocción y muy fácil de digerir.

Por otro lado, Carmen et al. (2020) en su tesis titulada *Propuesta para la Exportación de Banano Orgánico (musa paradisiaca) del Centro Poblado de Carrasquillo – Morropon al Mercado Europeo* bajo una investigación tipo aplicada y nivel descriptivo con un enfoque mixto, diseño narrativo, la cual contó con el objetivo de elaborar una propuesta para el envío al exterior del producto de banano orgánico, para que de esta forma, sirva como base para las futuras exportaciones, teniendo como consumidores al mercado Europeo. La elección de exportar desde dicha región es que cuenta con las condiciones para el cultivo adecuado del producto, además de incluir a los agricultores de la zona para incentivar una agricultura libre de químicos. Ante ello, se llegó a obtener la siguiente conclusión: La propuesta de exportación de dicho producto logró recaudar información relevante para el envío de los productos al mercado Europeo, así como también incentivar a los pequeños emprendedores, capacitarse y a mirar desde otra perspectiva el mundo del comercio exterior y adquirir mayor competitividad.

Este estudio es de vital relevancia, dado que, el análisis de mercado

realizado a lo largo de la tesis, este servirá como guía para tener en cuenta todos los trámites, pasos, y demás requerimientos para el envío al exterior de dicho productos.

Patiño et al. (2019), en su tesis titulada: *Plan de Negocios para la Producción y Exportación de uva de mesa variedad Sweet Globe de la Empresa sociedad Agrícola Rapel S.A.C. a Estados Unidos propuesta de Ampliación de Línea productiva en un Terreno Agrícola en Piura*. Este estudio es de enfoque mixto, descriptivo y se realizó con el fin de elaborar un plan de negocios para la expansión y exportación de uva de mesa, debido al aumento en la demanda mundial, y más aún en los países donde se evidencia un mayor nivel de cuidado de la salud, incluyendo en su dieta diaria a la uva, por tener propiedades benéficas para la salud como permitir retardar los causas que generan el envejecimiento. Respecto a las fuentes utilizadas, estas fueron primarias (estudios anteriores y entrevistas a personas especializadas) y secundarias (datos de instituciones de acceso libre). Así mismo, se concluyó que el plan no solo contribuirá al desarrollo agrícola y promoción de la producción de la fruta, sino también, al incremento de puestos de trabajo.

La tesis antes mencionada contribuirá a la investigación, puesto que las organizaciones de agroexportación supieron beneficiarse de las condiciones agro - meteorológicas del norte del país y así, producir y por ende exportar, tal es el caso de la empresa Export Import Candres S.A.C que al proponer un plan de negocio con estrategias para desarrollar la producción y comercialización del frejol castilla podrá incrementar sus ventas.

Velasco (2019), en su tesis titulada: *Plan de Exportación de Filete de Trucha Arcoíris hacia el Mercado Estadounidense*. Este estudio es de tipo descriptivo no experimental y se realizó con el propósito de reconocer la demanda de trucha arcoíris en EE.UU, así como conocer los requerimientos para poder exportar adecuadamente. La información recolectada de fuentes secundarias; reveló que la demanda de dicho producto en el mercado americano ha obtenido un incremento considerable en los últimos años, además de ser la mejor nación para ofrecer el filete de trucha refrigerada.

Ante ello, la tesis mencionada aportará de forma significativa a la

realización de esta investigación, ya que debido a la escasa información, los productores temen explorar mercados potenciales dejando pasar oportunidades de desarrollo, así como la creación de estrategias que ayuden a incrementar producción con el estándar de calidad solicitado por el mercado de destino.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Exportación**

**1.3.1.1. Conceptos.** Es aquella operación y régimen aduanero en donde las mercancías nacionales son enviadas al extranjero para cumplir un fin determinado, ya sea temporalmente o para su consumo de forma definitiva, así mismo, nos menciona que las exportaciones están libres de tributo, sin embargo, deben realizar ciertos pagos del traslado de los productos y demás aspectos requeridos (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2016).

De acuerdo a lo mencionado por el autor, se puede argumentar que la exportación es aquella acción que consiste en enviar productos nacionales hacia el exterior ya sea para su consumo de forma inmediata o en su defecto para ser transformada y luego retornar con un valor agregado a territorio nacional. Cabe recalcar, que esta operación se encuentra libre de tributación, sin excepción a los demás pagos como transporte, flete, seguro, etc.

Así mismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013) nos indica que la exportación hace referencia al envío de productos del territorio nacional hacia el exterior, es así que, las empresas que realizan dicha operación, experimentan un incremento de ventas y gozan de múltiples beneficios, puesto que, las exportaciones permiten que las entidades expandan sus negocios y operaciones e ingresen al mercado exterior.

En función a la idea expuesta por el autor, podemos agregar que las exportaciones aportan en gran medida al incremento del PBI, el cual viene acompañado con el aumento de puestos de trabajos, además de ello, las empresas cuentan con incentivos por parte del estado peruano, ayudando de esa forma a la expansión de sus negocios en el extranjero, lo que se refleja en el posicionamiento y crecimiento de sus ventas.

Por otro lado, Valero et al. (2016) define a la exportación de dos maneras, las cuáles son:

Exportaciones de bienes: salida de productos o mercancías nacionales, las cuales son tangibles y por consiguiente, cuantificables.

Exportaciones de servicios: salida del territorio nacional de servicios (no tangibles). Destinados a cumplir una necesidad.

Por lo tanto, y teniendo en cuenta al autor, podemos argumentar que existen dos formas de definir las, una de ellas referida al envío de bienes tangibles y la segunda asociada a la prestación de servicios hacia el exterior. Así mismo, es preciso mencionar que cada una de ellas es exportada con el fin de satisfacer una necesidad que requiera el mercado de destino.

Ante ello, al analizar las tres teorías mencionadas, se considera que los autores coincidieron con sus opiniones, ya que, se resaltan los beneficios de las exportaciones en las empresas.

**1.3.1.2. Clasificación de las exportaciones.** Para Martínez (2013) las exportaciones son una pieza indispensable para que las entidades logren expandir su negocio y puedan obtener mejores oportunidades y beneficios, por ello, define la clasificación de dos formas, las cuales son las siguientes:

Exportaciones directas: hace referencia a la forma de enviar un producto hacia el exterior (fuera de su país de origen) utilizando únicamente los recursos de la empresa, a su vez, esta modalidad en un principio puede causar ciertos inconvenientes, los cuales son propios del proceso o también pueden surgir problemas al momento de ofrecer servicios después de realizada la transacción.

Exportaciones indirectas: se refiere a que el vendedor o la empresa en sí no se contacta directamente con el comprador, sino que utilizan un representante, lo que generalmente hace que la empresa no sea competitiva y que por lo tanto, al no tener contacto directo con el cliente sino por medio del representante, está pierda cierto margen de ganancia. Además de ello, según el intermediario, las formas de entrada pueden cambiar o variar.

**1.3.1.3. Regímenes de Exportación.** Los regímenes de exportación se dividen en dos, y sirven como políticas o normas aduaneras:

Exportación definitiva: son aquellos productos que salen del territorio

nacional de forma permanente, así mismo, esta operación requiere de lo siguiente.

Plazo: después de la numeración de la declaración de las mercancías, estas tendrán que ser embarcadas en no más de 30 días.

Mercancías: solo podrán ser exportadas las mercancías que no están prohibidas, por otro lado, en el caso de las mercancías restringidas, se tendrá que presentar de manera obligatoria la documentación y permisos necesarios.

Documentación: es necesario presentar el documento de transporte según el medio que utilices para trasladarlos productos, certificaciones, comprobantes de pago, autorizaciones, numeración de la DUA, entre otros aspectos más (SUNAT, 2020).

Exportación temporal para la reimportación en el mismo estado: son aquellas mercancías que son enviadas al extranjero por un tiempo determinado para posteriormente volver al país de origen, con la única opción de no ser modificadas ni que sufran alguna transformación, con lo que respecta a los aspectos puntuales de este régimen, tenemos lo siguiente:

Plazo: la mercancía debe volver en un plazo de 12 meses, los cuales son contabilizados al instante en el cual la mercancía ha sido embarcada. Cabe recalcar, que el plazo se puede extender y solicitar un prórroga que deberá estar sustentada.

Excepciones: las mercancías al salir e ingresar al territorio nacional sin modificación alguna tal y como lo solicita el régimen, no pagarán tributos.

Incumplimiento: si el exportador una vez vencido el plazo o la prórroga que se le ha sido comunicado aun no realiza los trámites correspondientes para el ingreso de las mercancías, la entidad a cargo (SUNAT) está en la facultad de nombrar o catalogar a la mercancía como exportación definitiva (SUNAT, 2020).

**1.3.1.4. Beneficios de la exportación.** Para MINCETUR (2018) los beneficios de las exportaciones representan una gran oportunidad siempre y cuando se cumpla todo lo pactado de acuerdo a ley, por ello, ha dividido a dichos beneficios en 6 grupos, los cuales son:

Beneficios económicos: al realizar envíos internacionales, podrás gozar de deducciones de los impuestos y además de ello, no pagar tributos, puesto que,

las exportaciones están exentas de este pago, así mismo, no debemos olvidar que con el propósito de incrementar los envíos hacia el exterior y el desarrollo de los emprendedores se lanzó una plataforma que ayuda a realizar envíos de forma simplificada llamada SERPOST.

Apoyo en asistencia y promoción: beneficio otorgado por instituciones competentes en temas de exportación como MINCETUR y PromPerú (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, los cuales brindan apoyo y orientación de forma gratuita de los distintos métodos de exportación.

Así mismo, el Diario Del Exportador (2017) hace referencia que los beneficios de una exportación aporta mucho más de lo que se espera en las empresas, entre los beneficios se tiene a los siguientes: desarrollo, crecimiento y expansión en las empresas exportadoras, disminución del riesgo, de costos unitarios e incremento de la rentabilidad, adecuada gestión de los recursos y precios de venta competitivos, prestigio en la imagen de la empresa y acceso a los beneficios de los distintos acuerdos comerciales.

**1.3.1.5. Exportaciones actuales.** Son todos aquellos productos enviados al exterior dentro de un periodo no mayor a 5 años, dichas cifras pueden otorgar una perspectiva más amplia y certera de la situación actual en la se encuentra el país ante la exportación de un determinado producto o servicio. Así mismo, todos los datos, cifras y demás aspectos se pueden encontrar en distintas plataformas referentes al comercio exterior, tanto nacional como internacional.

**1.3.1.5.1. Monto y volumen de las exportaciones.** Para Expansión (2020) el monto de las exportaciones son todas las ventas totales que un país realiza en un tiempo o periodo determinado ante uno o varios países, así mismo, la venta de aquellas mercancías son contabilizadas mediante entidades competentes del sector comercial o la entidad aduanera correspondiente. A su vez, los montos de envíos internacionales son incorporados en la balanza comercial del país exportador para un posterior análisis de datos o efectos del mismo ante temas o sectores relacionados. Cabe recalcar, que generalmente los montos son expresados en dólares.

Por otro lado, con lo que respecta al volumen de las exportaciones, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013) nos manifiesta que es un

indicador que proporciona las cantidades exactas de productos que han sido exportados, los cuales permitirán realizar análisis e interpretaciones de datos, teniendo en cuenta a un año en específico como base.

**1.3.1.5.2. Precio de exportación.** Domínguez (2010) nos indica que el precio de exportación es relativamente importante en toda negociación comercial, debido a que esta implica distintos criterios a seguir y en mucho de estos casos puede condicionar el acceso a un nuevo mercado. Ahora para poder fijar dicho precio, se necesita de información certificada y validada que permita poder determinar factores críticos acerca del nuevo mercado a ingresar, también los aranceles a la hora de ingresar a territorio exterior, como también la diferenciación que tendrá el producto con su competencia y sin hacer menos todo el costo logístico para el traslado de la mercancía.

Si bien toda empresa tiene diferentes formas de fijar su precio en sus exportaciones, se debe saber la importancia que esta genera en sus bolsas de valor, debido a que esto condicionara a sus futuras exportaciones, el precio a fijar está ligado a ciertas estrategias de marketing internacional que tienen que ser validadas por expertos en la materia, el precio a considerar siempre varía según diversos criterios como es el caso de la diferenciación del producto, los años de experiencia de la empresa y el servicio complementario que esta dará. De esta forma debemos saber la importancia que juega el poder pactar un precio justo, la cual generara rentabilidad a la empresa.

**1.3.1.6. Distribución física internacional.** Para Aguirre (2017) la DFI está conformada por la ejecución de todos los procedimientos logísticos adecuados y conforme a lo requerido por el comprador extranjero, es decir, la DFI está encargada de trasladar un determinado producto desde un punto en específico (país de origen - productor) hasta su destino final (país de destino - consumidores) a fin de optimizar cada proceso que este conlleva, reduciendo los tiempos y costos. Es así, como dichos procedimientos pueden estar clasificados en temas como: transporte internacional, almacenamiento, protección del producto (embalaje, etiquetado, marcado, entre otras cosas más), documentación, certificaciones, distribución, etc., buscando la integración de las operaciones.

Es por ello, que Aguirre (2017) nos menciona algunos autores que

interviene en la DFI: gobierno (control y regulación), empresa de transportistas, de seguro (pólizas), bancarias, de almacenamiento, de embalaje, agencia de aduanas (servicios) y de carga, comprador y vendedor, puerto de origen y puerto de destino, entre otros más.

Por otro lado, Castro (2013) nos informa que la cadena que la DFI cumple es muy completa y que por lo tanto, todo corresponde a un orden muy bien estructurado, empezando con la preparación de la mercancía. Unitarización y manipuleo. Para que posterior a ello, los productos puedan ser almacenados y transportados, claro está con el seguro de carga correspondiente, la documentación ya antes solicitada, las distintas gestiones a las entidades competentes y por último, la distribución de la mercancía en el país de destino, para que de esa forma, pueda llegar al consumidor final. Así mismo, no se debe olvidar que en cada punto de la DFI se generan costos directos e indirectos y que por lo tanto, estos deben ser considerados y planificados desde antes de la preparación de la mercancía.

**1.3.1.7. Incoterms.** Cabrera (2020) nos afirma que los Incoterms (International Commercial Terms) son reglas o normas indispensables para la exportación o importación de mercancías, puesto que, a través de ellas se acordarán los distintos deberes y derechos de las partes involucradas en dicha operación, las cuales a su vez, estarán suscritas en un documento formal que ayudará a determinar aspectos como: precio de la mercancía, embalaje, riesgos, transporte, seguro (cubrir daños), cláusulas de incumplimiento, entre otros aspectos más que son de suma importancia para una operación de compra venta sea realmente exitosa. De esta forma, los Incoterms a través de los años han ido variando sus versiones con el fin de adecuarse a las operaciones y a las distintas tecnologías que surgen hoy en día, es por ello, que en la actualidad entró en vigencia el primer día del 2020, contando con 11 reglas.

Ante ello, Cabrera (2020) nos afirma que son los siguientes:

Figura 1

Incoterms 2020



Nota: La figura representa los 11 Incoterms actuales, los cuales son utilizados en las operaciones de compraventa internacional. Tomado de *Manual de uso de las reglas Incoterms 2020* (p. 61), por Cabrera A., 2020, Marge Books.

Ante ello, Soler (2021) nos afirma que los Incoterms se dividen en categorías según la primera inicial:

Reglas E: los productos son entregados por el vendedor en el lugar de origen (empresa)

Reglas F: los productos son entregados por el vendedor en el lugar de origen (según la asignación). Cabe recalcar, que el transporte para el traslado de los productos recae bajo la responsabilidad del importador.

Reglas C: los productos son entregados por el vendedor en el lugar de origen, a su vez, contratará al transporte para el traslado de los productos, sin embargo, la responsabilidad recae bajo responsabilidad del comprador desde que se realizó la entrega de los productos en origen.

Reglas D: la mercancía es entregada por el vendedor hasta el final, es decir, la empresa exportadora asume todos los riesgos durante el traslado de las mercancías hacia el exterior.

### 1.3.1.8. **Envase, empaque y embalaje**

1.3.1.8.1. **Envase.** Mendoza (2016) nos indica que es cualquier recipiente, lata o envoltura que es utilizada para preservar y proteger al producto (contacto directo), además de ello, el envase también juega un rol muy notable en cuanto a

la captación de consumidores, debido que, la presentación que este debe mostrar, tiene que ser adecuada, creativa, impactante y llamativa, pero que sobre todo cumpla con las expectativas del consumidor final. Así mismo, estos pueden ser clasificados según la capacidad con los que fueron creados, entre ellos tenemos al envase unitario (un producto), múltiple (más de un producto) y colectivo (productos variados), por otro lado, con lo que respecta a su constitución, estos son los siguientes: envase rígido (vidrio y metales), semirrígido (plástico) y flexible (papel y películas plásticas), por último, existen aquellos envases con un fin estratégicos, los cuales están divididos en cuatro categorías, empezando por los envases de líneas por familias (modelos iguales), múltiple (muchos productos en un mismo envase), uso posterior (baldes de plásticos) y promocional (impactantes y atractivos).

**1.3.1.8.2. *Empaque.*** Yate (2016) nos afirma que el empaque es aquel recipiente que permite y cumple con las funciones de proteger, conservar, diferenciar, almacenar, transportar, manipular y distribuir un producto en óptimas condiciones hasta su destino final, así mismo, nos menciona que el empaque contiene un significado muy fuerte de reconocimiento que debe estar acorde y en total armonía con el producto o materia que protege o contiene.

**1.3.1.8.3. *Embalaje.*** Para Sanguineti (2016) el embalaje de un producto es aquel que debe estar preparado para ser sometido a las distintas intervenciones que se realizarán para llegar a su consumidor final, ya sea antes, durante o después del viaje (protege al producto durante todo el transcurso) y que por lo tanto, este está direccionado y realizado en función a la logística.

**1.3.1.9. *Transporte internacional.*** Mancera (2016) en su libro titulado: *Negocios Internacionales en un Mundo Globalizado*, nos comenta que el transporte internacional se encuentra dentro de la cuarta P, la cual consiste en la distribución del producto, en este caso los directivos serán los encargados de la distribución de los productos que comercializan desde el punto de orden hacia el lugar de destino, el transporte internacional será el encargado de trasladar y entregar el producto, es por ello que el empresario se encargara de tomar la decisión según dos aspectos muy importantes el tiempo y el dinero, en efecto si se utilizan transportes internacionales como aéreo o por carretera serán mucho

más rápidos pero más costosos que a la hora de utilizar un transporte marítimo o ferroviario. La selección del medio de transporte influirá demasiado sobre los costos de inventarios, el servicio del consumidor, la forma del empaque del producto, entre muchas otras más.

Por otra parte, Gutiérrez (2012) indica que el transporte internacional será el encargado de cruzar las fronteras entre países para de esta forma poder transportar los productos comercializados entre los distintos países del mundo. El transporte internacional, es el soporte de la DFI, pero siempre teniendo en cuenta el Incoterms con el que se trabajara dicha exportación, debido a que cada uno tiene diferentes cualidades y el transporte llegara hasta donde indique el Incoterm.

**1.3.1.10. Documentos.** Según nos menciona García (2015) en el comercio exterior existen múltiples documentos, el cual serán la evidencia de cada proceso comercial y logístico en los negocios internacionales, dichos documentos lo requieren tanto los gobiernos, los compradores y los vendedores. García los separa en 3 grandes ámbitos: los que serán generados por propia iniciativa del vendedor, los que serán realizados por un profesional aduanero y los que se utilizarán para que la carga llegue a su destino.

La importancia de tener una secuencia a la hora de presentar los documentos es de suma importancia, debido a que este permitirá poder tener una secuencia constante, porque como ya bien se sabe, no se podrá realizar un documento sin antes ser antecedido por otro. Algunos documentos importantes en los negocios internacionales son la Factura Comercial, DUA, Packing List, Certificado de origen, entre otros más.

**1.3.1.11. Medios de pago.** Para MINCETUR (2006) los medios de pago son parte fundamental para culminar con éxito la transacción internacional, ya que, a través de ello el comprador podrá cancelar el monto acordado anteriormente en el documento de compra – venta. Es por ello, que existen distintos medios de pago, los cuales se ajustan a lo acordado entre las partes involucradas, entre ellos tenemos a la transferencia, carta de crédito (según su modalidad), cobranza de exportación, entre otros, así mismo, se debe tener en cuenta el riesgo al cual se enfrentan según la posición en la que se encuentran.

**1.3.1.12. Restricciones del mercado.** Vergara (2020) nos menciona que las

restricciones son obstáculos que un mercado pone para poder proteger su industria y economía, el cual en muchos casos dichas restricciones están avaladas por la Organización Mundial del Comercio, la cual es la encargada de velar por el cumplimiento responsable de dichas restricciones, la más conocida es la restricción que ponen los países a las importaciones de mercancías extranjeras, para de esa forma proteger su mercado nacional, dichas restricciones son practicadas por diversos países sin importar su tamaño y naturaleza. Entre las principales restricciones del comercio internacional tenemos los aranceles, que son impuestos que se cancelan por las importaciones provenientes de otros países y en otros casos también se encuentran las no arancelarias que son herramientas de carácter público donde se regula la entrada, salida de los diferentes productos.

**1.3.1.12.1. Barreras arancelarias y no arancelarias.** Para Pardina (2017) afirma que las barreras o también llamados obstáculos comerciales, son aquellas medidas que toman algunos gobiernos, los cuales limitan o dificultan ciertos intercambios comerciales, todo esto es debido a querer fomentar más sus industrias nacionales y de esta forma discriminan los productos o servicios otorgados por otras empresas y esto con el pasar del tiempo origina serios problemas en el comercio internacional. Es así que, que dichas barreras son:

Aranceles: Son impuestos que se cancelan a la hora que una mercancía ingresa en el territorio de un país, dichos impuestos se determinan sobre el valor CIF (costo, seguro y flete) de los productos importadas. Existen varios tipos como el: Ad Valorem, Específicos, Mixtos entre otros más.

Restricciones cuantitativas: Son límites, en donde una nación otorga el permiso a otro país para poder importar dentro de un determinado periodo, esto hace que se restrinjan las importaciones y que de esta forma suban los precios.

Por otro lado, las barreras no arancelarias son:

Técnicas al producto: Estas van las naciones desarrolladas y cuentan con reglamentos que son obstáculos para el intercambio comercial, este es el caso es especificaciones de seguridad, calidad o temas de salubridad.

Medioambientales: Requisitos que abarcan temas de respeto y conservación por el medio ambiente, en ellos se encuentran especificaciones en

los envases, embalajes y en los procesos de residuos.

Administrativas: Trámites aduaneros, el cual su función es poner trabas y lo que provoca es hacer mucho más costoso el comercio internacional, pero esto se está viendo desplazado debido a la tecnología.

### **1.3.2. Plan de negocios**

Laos (2017) menciona que un plan de negocios es un informe completo en el cual se presentará de manera específica los datos relacionados con la organización, y que por lo tanto, posee diferentes diseños, como extensa y detallada, así también breves y concisos, mejor dicho no hay un esquema o modelo concreto para realizarlo. Para redactar un buen Plan de Negocio es importante contar con tiempo prudente, dado a que este informe es de sumo cuidado, esto es debido a que la organización surgirá en el instante en que se redacte la idea de negocio.

Ante ello, se puede argumentar que un plan de negocios es aquel diseño completo plasmado en un documento en donde se encontrará todo lo relacionado a la organización y a la idea que se desea seguir de forma estructurada. Por consiguiente, también se menciona que no existe una sola estructura para realizar dicho plan, puesto que, pueden ser detallados, breves, o extensos, todo ello dependerá de la idea de negocio que desee proyectar el autor.

Según Arbaiza (2015) afirma que un plan de negocios es un informe completo que presenta una empresa, la cual detalla los productos y servicios que esta brinda, además, también se encontraran factores de riesgo, lo que implica que el plan de negocios debe ser muy meticuloso, debido a que está contendrá las fuentes de financiamiento de la empresa que permitirán la rentabilidad y sostenibilidad de esta a lo largo del tiempo.

De acuerdo a lo mencionado por el autor, se puede argumentar que un plan de negocios es aquel informe realizado de manera cuidadosa, puesto que, contendrá datos relevantes e importantes para el desarrollo y crecimiento de una organización, la cual desea obtener mayores ganancias e incrementos en sus ventas para que de esa forma pueda aumentar su rentabilidad. Por otro lado, también se deben tener en cuenta todos los puntos críticos que traen consigo la ejecución y desarrollo de dicho plan para la organización.

Joanidis (2017) hace referencia que no se necesita ser muy creativo para conceptualizar lo que es un plan de negocios, debido a que este solo es el modo de planificar todo lo que se realizó en un negocio, dentro de este plan tiene que contener los elementos de la planificación que se han documentado hasta ese momento, existen muchas interrogantes acerca de ¿Cómo es ese documento? ¿Qué forma tiene?, son preguntas que se resolverán según los siguientes criterios:

Es por ello, que Joanidis (2017) nos menciona los tres criterios para formar un plan de negocios: el negocio que se está presentando, el auditorio al que se dirige y los objetivos trazados.

Por ende, un plan de negocios se refiere a la acción de plasmar lo que se desea alcanzar en una empresa, en donde debes tener en cuenta múltiples factores y riesgos, así como también, los objetivos claros y debidamente trazados según los criterios ya mencionados, como es el caso de saber con exactitud hacia qué población te estas dirigiendo y la idea de negocios que deseas ofrecer, debido que, todo ello será la clave del éxito para lograr todo lo plasmado en dicho documento.

Ante ello, al analizar las tres teorías mencionadas, se considera que todos los autores coinciden en lo que es un Plan de Negocios y la relevancia que adquiere para el progreso y crecimiento de una organización.

**1.3.2.1. Análisis del producto.** Escuela de Negocios (2020) nos afirma que es todo aquel análisis en donde se parte investigando y examinando al mercado objetivo al que se desea llegar, puesto que, a partir de ello se podrá definir si el producto a ofrecer podrá cumplir con lo requerido, así como también, determinar la capacidad de abastecimiento con el cual la empresa debe contar para abastecer la necesidad de los consumidores. Así mismo, el análisis del producto también abarca temas como el precio de compra y demás información específica con respecto al producto o servicio que se enviará al exterior.

Producto: Tapia (2004) nos indica que es todo aquel bien tangible que puede tocarse, y que por lo tanto fue fabricado y/o procesado. Además de ello, se debe tener en cuenta que un producto también está sujeto al cumplimiento de ciertas expectativas o requisitos para ser aceptado por los consumidores, siendo

uno de los aspectos más valorados la calidad con la que esta cuenta, así como también, la necesidad a cubrir.

Capacidad de abastecimiento: Sangri (2016) anticipa la necesidad de la empresa en cuanto al abastecimiento de materias primas vitales para el buen funcionamiento de las actividades a las que se dedica la entidad. Por otro lado, también es importante que toda materia adquirida siempre esté a disposición de las áreas que la requieran y que sobre todo, su compra esté alineada con las necesidades de la empresa, situación actual, capacidad de adquisición, entre otros aspectos más.

Proveedores nacionales: Según Sangri (2016) hace mención que el precio de compra no es más que el adquirir un bien por un monto adquisitivo de dinero, el cual sirve para poder poseer un objeto o recibir un servicio. La importancia que reside en poseer un objeto para el beneficio de una empresa es muy grande, ya que dicho objeto o servicio permitirá poder ser más efectivo dentro de una organización, y por consiguiente esto permitirá ya sea un ahorro de tiempo en un proceso o la facilitación de información si se trata de un software adquirido por la empresa, todo esto permitirá obtener valores netos redituables, y de esta forma tener un ahorro en las arcas y una mayor fluidez del capital. A la hora de realizar una compra, el comprador debe evaluar ciertos elementos que le permitan finalizar la compra, como es el caso de observar descuentos que la empresa vendedora ofrece, el costo del transporte de la mercancía, impuestos entre otras más todo esto afectara en gran medida al instante de evaluar el precio de venta de dicho servicio.

Precio de compra: Noguerras (2017) nos orienta que un proveedor es una persona o entidad que cumplirá con la función de abastecer de un bien o servicio a otro individuo u organización. Ellos se encargarán de poder darles los recursos suficientes para que la organización contratante cumpla con sus actividades comerciales planteadas. El prestigio de las entidades comerciales, será gracias a cuanta importancia le den a la hora de poder seleccionar su proveedor nacional, el cual debe contar con ciertas características que los hará diferente contra su competencia, es poder evaluar la mejor opción que se adapte a la actualidad del entorno, ya que sin esa información será imposible poder ser capaces de

seleccionar aquellos proveedores que se adapten mejor a la filosofía de la empresa.

De los criterios que se tomaran en cuenta a la hora de seleccionar un proveedor nacional son las siguientes: criterios económicos (Los precios que ofrecen, descuentos por cantidad), plazos que ofrecen, calidad de sus servicios, la reputación que maneja por parte de los usuarios que trabajaron con ellos, su atención al cliente y servicios post venta

Partida arancelaria: INENKA Business School (2020) nos explica que una partida arancelaria es la clasificación numérica internacional, la cual permitirá poder identificar todas las mercancías que son importadas dentro de un Sistema Armonizado, es importante conocer la importancia de saber en qué consiste una partida arancelaria, porque desde ahí podemos desprender cual es el monto del arancel a pagar, dicho monto está establecido según el país que hará regir dicha ley. Dentro de toda partida arancelaria se encuentran incluidas más de 9000 diferentes partidas, las cuales están separadas en capítulos, todo esto con el fin de poder seguir un mejor orden y ser mucho más eficaz a la hora de poder conocer acerca de una mercancía en específico.

Oferta exportable: MIDAGRI (2015) nos indica que es un factor de suma importancia para una exportación, puesto que, no solo abarca el cumplimiento de las cantidades o volúmenes necesarios que requiere el mercado, sino que también se refiere a aquellos aspectos financieros y de gestión en donde resaltan temas como la disponibilidad del producto para ser enviado hacia el exterior. Por otro lado, también se debe conocer la capacidad y salud financiera con la que cuenta la empresa, debido que, ello determinarán el solvento para las operaciones internacionales (caso contrario se deberá acceder a un préstamo) y la forma de ofrecer a nuestro cliente meta precios competitivos y que por lo tanto, se fidelicen al producto.

Por último, en cuanto a la gestión, se refiere a que todos los objetivos, metas y estrategias a realizar referente a envíos internacionales deban estar alineados y en total coherencia, teniendo en cuenta aquellos puntos críticos o debilidades con los que la empresa cuenta.

**1.3.2.2. Características de un plan de negocio.** Publishing (2007), nos

menciona cuales son las características que debe tener todo “Plan de Negocios”, para ser exitoso:

Lógico: Esto es debido a que responde a fundamentos racionales.

Progresivo: todo tiene correlación, porque dependen de la anterior, de esta forma siguen una “Cadena” que siempre se mantendrá en frecuencia.

Realista: es un documento práctico, que se basa en la “Realidad” en la que se encuentra la empresa y a su vez debe estar detallado sus potencialidades que esta posee.

Orientado a la acción: Todas las partes conducen hacia la misma dirección, en el sentido de que todas ejecuten acciones específicas.

**1.3.2.3. Importancia de un plan de negocio.** Por su parte, Martínez (2013) nos indica que el valor de un plan de negocios otorga seguridad a la empresa para lograr sus metas tanto en el aspecto local como internacional, además que es mucho más viable poder observar los posibles errores que puede presentar un proceso dentro de la organización. Por último es necesario que exista un plan de negocios, esto es debido a que el área de financiamientos, necesitará una guía para poder evaluar si brindara fondos en ciertos procesos o si existirá el apoyo económico de algunos inversionistas. Todo esto brinda un plan de negocio (darles una visión más amplia a las organizaciones).

Torres (2015) nos habla acerca de la importancia de un plan de negocio, el cual es un instrumento que utilizan las empresas, para poder mostrar ciertos aspectos que tiene su proyecto, todo esto con el fin de entregarles a los inversionistas y poder convencerlos en firmar por la empresa. No solo sirve para impresionar a futuros inversionistas, sino también el poder pedir un préstamo al banco, debido a que el plan de negocios respaldara con efectividad el negocio mostrado en el plan. A eso también se le puede agregar que un plan de negocios brinda la oportunidad de poder reanalizar lo planteado dentro del plan y de esa forma ver los puntos críticos, reforzar las debilidades internas que la empresa posee y mitigar las amenazas de su entorno.

**1.3.2.4. Mercado Meta.** Thompson (2019) indica que es aquella fracción del mercado que aún no logra ser satisfecha y que por lo cual, una empresa puede aprovechar dicha demanda insatisfecha para dirigir todos sus esfuerzos y planes

de marketing, logrando que su producto pueda posicionarse y que sobre todo, logre captar la atención de los clientes que esa parte de mercado alberga. Por ello, identificar al mercado meta representa de este modo, un gran desarrollo para que las organizaciones logren obtener beneficios, generar mayores ventas y diseñar una estrategia de mercadotecnia innovadora y creativa, es por ello, que es necesario que se deba tener una noción clara de ciertos aspectos:

**Demanda insatisfecha:** es aquella que no logra cubrir y superar los requerimientos de los clientes finales en un mercado, a su vez, dicha demanda insatisfecha permite identificar la cantidad exacta del mercado que no está siendo atendida y así poder cubrir las necesidades encontradas, logrando de esa forma, el aprovechamiento de las oportunidades disponibles y posicionar el producto en el mercado (Diario del Exportador, 2017).

**Canal de distribución:** Eslava (2017) nos informa que el Canal de Distribución son las rutas donde atravesara un producto y sus derechos de propiedad, todo esto desde la producción hasta el consumo por parte de los compradores, en su gran mayoría dichos canales son de diferentes instituciones (intermediarios), cada uno de ellos se comprometen a poder transportar la mercadería de forma segura y optima al lugar de destino.

Las tareas que se desarrollan dentro de un canal de distribución se dividen en 3 grandes categorías:

Son actividades vinculadas con el cambio de una propiedad, la cual conlleva en negociar y comprar.

Actividades relacionadas con un suministro ya físico como es el transporte de un producto para luego ser almacenado.

Actividades que son de tipo auxiliar, las cuales facilitan las actividades anteriores, debido a que se dedican a guardar información, como toma de riesgos, forma de financiación, entre otras más.

Entonces el objeto principal de todo canal de distribución es colocar una mercancía a disposición del comprador, según la dosis acordada, en el tiempo establecido y en el momento que fue solicitado, todo esto permitirá que se haya realizado correctamente dicho canal.

**Perfil del consumidor:** Cárdenas (2014) nos menciona que el perfil del

consumidor se incluyen factores muy importantes como lo son las características psicológicas, sociológicas, económicas y estilo de vida, todas estas variables permitirán al investigador poder separar mejor el mercado y de esta forma elegir un perfil de un consumidor que se adapte mejor al servicio o producto que se querrá ofrecer. No obstante siempre será necesario poder realizar un correcto y exhaustivo estudio de mercado, esto permitirá poder seleccionar mejor un nicho de mercado y de esta forma poder utilizar herramientas de marketing para poder idear un plan que cubra con las necesidades insatisfechas de la población de estudio. Como ya bien se sabe siempre existe un patrón de estudio, el cual es que todas las personas son consumidores de algún producto o servicio, esto permite poder separar los aspectos de forma rigurosa, como lo son la educación, el tipo de empleo, la cultura, religión o clase social donde se encuentra dicho consumidor, todo consumidor afecta de gran medida la demanda de los productos a ofertarse.

Beneficios de acuerdos comerciales: el Perú cuenta con varios acuerdos comerciales alrededor del mundo, los cuales otorgan preferencias arancelarias o reducciones de tasas, es decir, los acuerdos son un gran apoyo y ayuda para que el exportador pueda incursionar en nuevos mercados (MINCETUR, 2018).

Competencia comercial: Gutiérrez (2013) nos dice que es aquel aspecto por lo cual las empresas orientan sus acciones para lograr abarcar la mayor parte del mercado en el que están inmersos, logrando posicionarse y obtener una supremacía ante los demás, así mismo, se ejecutan tareas basadas en estrategias de marketing que permiten diferenciarse de los productos ofertados por la competencia del rubro en donde se encuentran. A su vez, es de suma importancia que se cuente con los conocimientos necesarios, debido que, estos contribuirán a entender los cambios de mercado meta y demás factores externos que influirán en las decisiones de una organización.

**1.3.2.5. Plan de marketing.** Sánchez (2019) nos afirma que un Plan de Marketing, no es más que un documento donde se detallarán ciertos objetivos, planes de estudio acerca de lo que el mercado necesita y lo que la empresa puede ofrecerle, por ende se plantean estrategias relacionadas al mix de marketing, los cuales estarán interconectados para que de esta forma puedan

cumplirse dichos objetivos planteados al inicio del documento. No debemos olvidar que un Plan de Marketing, se encuentra sujeto a un plan de negocio, por ende el éxito o fracaso de la organización va a depender de que tan bien planteó su marketing.

Posicionamiento: Thompson (2019) nos indica que se debe tener en cuenta al consumidor final, puesto que, todos los mecanismos o estrategias para que el producto pueda ser reconocido deben estar direccionados al cliente, así mismo, el posicionamiento también está relacionado al modo en cómo se muestre el producto y los atributos con los que este cuente, solucionando siempre una necesidad. Además de ello, se debe recordar que es de suma importancia que se pueda lograr que el consumidor meta se arraigue a la marca y que sobre todo, ocupe un lugar en su mente, puesto que, solo así la organización podrá crecer y ser competitiva ante las demás empresas de sector.

Estrategias de ingreso al mercado: Pulido (2018) nos menciona que en la actualidad muchas empresas están buscando diferentes estrategias para poder incursionar a nuevos mercados, las cuales consisten en poder formular diferentes técnicas y estrategias que permitan a una empresa poder ingresar con un producto o servicio a un nuevo mercado meta, dichas estrategias también permitirán poder evaluar lo que pasa en el mercado, los servicios y productos que creen conveniente ofrecerles, dichas estrategias deberán estar bien plasmadas para que de esa forma puedan ejecutarse de forma óptima y favorable para el interés de una empresa, siempre y cuando ingrese al mercado con un producto novedoso, de bajo precio y que permita poder solucionar una problemática al consumidor.

**1.3.2.6. Análisis financiero.** Lavalle (2017) nos indica que un análisis financiero es aquel que contribuye a diagnosticar la salud financiera de la empresa, obteniendo resultados que permiten identificar el inicio de los problemas actuales de la organización y a partir de ello, iniciar actividades para subsanar el daño ocasionado, debido que, dicho análisis incluye información numérica (economía) y cualitativa (estudio) que a su vez, permite comparar el desempeño de la empresa ante las demás organizaciones del rubro.

Así mismo, el análisis financiero también ayuda a tomar mejores decisiones

para la empresa, puesto que, teniendo un estudio ya realizado se podrán tomar en cuenta temas como productividad, activos, aspectos contables y la eficiencia que cada uno de ellos demuestra ante lo que requiere el mercado en el que esté inmerso la organización, teniendo en cuenta que siempre debe prevalecer la calidad ante todo.

**1.3.2.6.1. Flujos Efectivo.** Para Estupiñán (2009) nos afirma que es un estado financiero básico donde se mostraran los valores netos del efectivo al final de cada periodo. Pueden ser de tipo contable o financiero, debido a que muestran entradas, salidas o hasta en ciertas etapas cambios bruscos. Los estados de Flujos de Efectivo, son diseñados con el propósito de poder describir y detallar los movimientos de efectivo que provienen de las empresas, es así como sus ventas de activos no corrientes o los préstamos que estos obtengan, todo esto tendrá un impacto en las operaciones de una organización.

**1.3.2.6.2. Préstamos.** Es aquel monto de dinero que le es otorgado a una persona o empresa través de una entidad financiera o apoyo del gobierno para poder cumplir con una determinada actividad. Así mismo, dicho préstamo es celebrado mediante un contrato en donde se especificará el modelo de pago, duración, intereses, personas participantes, etc.

**1.3.2.6.3. Valor actual neto.** Este indicador también es conocido como VAN y es aquel que determina que tan viable puede ser el plan que una empresa desea ejecutar, puesto que, toma en cuenta a la inversión, ingresos y egresos del proyecto para que de esa forma se pueda obtener como resultado proyecciones financieras futuras. A su vez, es de vital importancia que una vez obtenido los resultados estos sean interpretados de forma correcta, es decir, se debe tener en cuenta que si el VAN obtenido es menor que cero, el proyecto automáticamente será considera como no rentable, mientras que, si es igual o mayor a cero, el proyecto será rentable (Universidad ESAN, 2017).

**1.3.2.6.4. Tasa interna de retorno.** Pérez (2021) nos indica que la Tasa de Interna de Retorno es una herramienta financiera la cual es de suma importancia a la hora de analizar cuan oportuno es invertir en un proyecto para una empresa, dicha fórmula trabaja con el flujo de caja correspondiente de la organización, la cual permitirá conocer cuánto es el tiempo de retorno para recupera la inversión

inicial, es por eso que el TIR hará referencia al porcentaje de beneficio o pérdida en algunos casos que conllevara un proyecto, es por eso que es de gran utilidad poder realizar dicha proyección para de esa forma poder ver la viabilidad de un proyecto, la cual estará expresada en un porcentaje, para la mejor interpretación, mientras menor sea el TIR, mayor rentabilidad posee el proyecto.

#### **1.4. Formulación del Problema**

¿De qué manera un Plan de negocios permitirá la exportación de frijol castilla al mercado de Estados Unidos de la empresa Export Import Candres S.A.C de Piura, 2021?

##### **1.4.1. Problemas Específicos**

¿Cuál es el diagnostico actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura?

¿Cómo se encuentra económica y financieramente la exportación de frijol castilla?

¿Cuáles son los beneficios del TLC entre Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla?

¿Cuáles son los factores que inciden en el proceso de exportación al mercado de Estados Unidos?

#### **1.5. Justificación e importancia del estudio**

Hoy en día el comercio internacional es considerado una de las fuentes de ingresos más importantes para un país, debido que, dentro de ella intervienen agentes económicos que cumplen un rol específico para el correcto procedimiento que se necesita para realizar un intercambio comercial. Por ende, las organizaciones deben contar con los datos necesarios y adecuados para no cometer errores en sus transacciones internacionales y que sobre todo sus productos sean recibidos sin inconveniente alguno en territorio extranjero, por ende, esta investigación se justifica, debido que en la empresa Export Import Candres no posee la información necesaria para enviar el producto de frijol castilla de manera eficaz y sin error alguno hacia el mercado americano, de esta forma, es vital realizar un plan de negocio para estudiar su factibilidad y que de esa forma, la empresa pueda exportar dicho producto.

Por ello, esta investigación tiene **Justificación teórica**, debido a que, se basará en los autores Valero et al. (2016) y Laos (2017), mismos que abalan la investigación mediante sus teorías para cada una de las variables. De este modo, Valero et al. (2016) es quien conceptualiza a la exportación, lo cual permitió definir las dimensiones de dicha variable, mientras que Laos (2017) ayudó a definir el término plan de negocios, así como también sus dimensiones. Por consiguiente, también se utilizaron otros autores que aportaron a desarrollar de forma fiable y efectiva el marco teórico y así poder dar solución a la problemática encontrada en la empresa Candres, es decir, el desconocimiento de los procesos comerciales para exportar frijol castilla hacia el mercado estadounidense.

De tal manera, esta investigación también tiene **justificación práctica**, dado a que ayudará a resolver un problema presente dentro de la empresa Export Import Candres referente a la incursión a un nuevo mercado con el producto frijol castilla, a su vez, el plan de negocios de exportación que se propone en esta investigación tendrá un impacto positivo en dicha entidad, puesto que, contendrá información sobre los requerimientos, calidad del producto y demás aspectos que el mercado Americano solicita. Ante ello, el valor de este plan de negocios está basado en que no solo beneficiará a la empresa, sino que también contribuirá a futuras investigaciones y a empresas exportadoras peruanas.

Así mismo, tiene **Justificación social**, debido que, dicha investigación aportará tanto a la empresa Candres como a futuros exportadores del Perú, de igual forma, al realizar exportaciones hacia el mercado americano, se evidenciará un claro incremento en las ventas y rentabilidad de la empresa, además del posicionamiento que Candres obtendrá al ingresar de forma exitosa a un nuevo mercado. A su vez, otro de los impactos positivos estaría dirigido hacia los colaboradores de la empresa, puesto que, obtendrían un mayor conocimiento acerca de la correcta forma de exportación del producto frijol castilla.

Por otro lado, está investigación permitirá a los autores alcanzar el grado académico de licenciado en Negocios Internacionales, en donde se demostrará lo aprendido en el transcurso de la carrera.

De esta forma, la investigación es de suma relevancia, puesto que, los instrumentos utilizados permitirán recopilar información sobre cómo se encuentra

la empresa, factores críticos en la exportación, beneficios, entre otras más, todo ello con la finalidad de aportar y beneficiar a la empresa Candres y de esa manera ampliar y expandir sus negocios hacia mercados competitivos.

Por ese motivo, es que nace la necesidad de realizar esta investigación de rigor científico, la cual tiene como objetivo proponer un plan de negocio que ayude y permita la exportación de frijol castilla hacia EE.UU de la empresa Candres de Piura.

## **1.6. Hipótesis**

**Hi:** El plan de negocios permitirá evaluar la viabilidad de la exportación de frijol castilla a Estados Unidos de la Empresa Export Import Candres S.A.C, Piura, 2021.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. Objetivo General**

Proponer un Plan de Negocios para la exportación de frijol castilla a Estados Unidos para la empresa Export Import Candres S.A.C de Piura, 2021.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- a)** Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.
- b)** Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.
- c)** Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.
- d)** Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.
- e)** Diseñar un plan de negocios para la exportación de frijol castilla a EE.UU para la empresa Export Import Candres S.A.C.
- f)** Validar la propuesta por juicio de expertos teniendo en cuenta que el plan de negocio permitirá la exportación de frijol castilla hacia EE.UU.

## II. Método

### 2.1. Tipo y Diseño de Investigación

#### ***Tipo de investigación***

*Enfoque Mixto*, el presente estudio está siendo desarrollado a través de un enfoque mixto, puesto que, agrupa dos enfoques de investigación en un mismo estudio, es decir, el enfoque cuantitativo y cualitativo, a su vez, esta unión permitirá obtener un mejor panorama en cuanto a la recaudación de datos que se puedan recolectar, ya sea información analítica o numérica (D'olivares y Casteblanco, 2015, p. 28).

*Tipo Descriptivo*, esta investigación pretende orientar y especificar los procedimientos, peculiaridades y características básicas del mercado o cualquier otro aspecto que tenga que ser puesto a investigación. Esta a su vez, pretende analizar y estudiar aquellas cualidades y aspectos generales que intervienen en un plan de negocios para la exportación de Frijol Castilla hacia EE.UU de la empresa Export Import Candres S.A.C y lograr que esta obtenga una guía para que de esta forma, pueda incursionar en nuevos mercados internacionales, así mismo, es de vital importancia que a este tipo de estudio se le otorgue la correcta interpretación a los datos obtenidos. (Nava y Monroy, 2018, p.104)

#### ***Diseño de Investigación***

El diseño de la investigación es No experimental, transversal – descriptivo, los cuales se definen a continuación:

La investigación es de tipo no experimental, dado que, solo se observarán los actos que se irán presentando naturalmente en el contexto de estudio, es decir, no se alterarán las variables de investigación, ni mucho menos se construirán o manipularán escenas cotidianas. (Hernández et al, 1991, p.204)

Transversal, debido que se tomarán y evaluarán hechos o situaciones que ya han ocurrido en un determinado tiempo, ante ello, y teniendo en cuenta lo mencionado, se medirá dicho fenómeno de estudio para las variables de

exportación y plan de negocios, recaudando información que permitirá analizar o medir el efecto causado por la problemática del desconocimiento de los procedimientos para enviar productos a un nuevo mercado internacional de la empresa Export Import Candres S.A.C. (Liu, 2008 y Tucker, 2004, citado en Hernández et al., 2014, p.154)

## 2.2. Variables, Operacionalidad

Tabla 1

*Variables - Operacionalidad*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Escala	Ítem	Técnica e instrumento de recolección de datos
<b>Variable dependiente</b>  <b>Exportación</b>	Para SUNAT (2016), aquella operación régimen aduanero donde mercancías nacionales son	La es exportación es la acción de enviar el extranjero productos o servicios para satisfacer la	<b>D1: Exportaciones actuales</b>	<b>I1:</b> Monto y volumen de las exportaciones <b>I2:</b> Precio de exportación.	Razón	<b>I1:</b> D-1 <b>I2:</b> D-2	Análisis Documental
			<b>D2: DFI</b>	<b>I1:</b> Envase, empaque y embalaje. <b>I2:</b> Incoterms. <b>I3:</b> Transporte internacional. <b>I4:</b> Documentos.		Nominal	

	enviadas al extranjero para cumplir un fin determinado.	al necesidad de un mercado.		<b>D3: Restricciones del mercado</b>	<b>I5:</b> Medios de pago. <b>I1:</b> Barreras arancelarias. <b>I2:</b> Barreras no arancelarias.	Nominal	<b>I1:</b> D-3 <b>I2:</b> D-4	Análisis documental
<b>Variable independiente</b>	Para Laos (2017), es un informe completo en el cual se presentará de manera específica los datos relacionados con la organización, y que por tanto, diferentes diseños, como	Un plan de negocios es un documento estructurado en donde se detallan los pasos que debe seguir una empresa para la realización y ejecución de una idea de negocio.		<b>D1: Análisis del producto</b>	<b>I1:</b> Producto. <b>I2:</b> Capacidad de abastecimiento. <b>I3:</b> Proveedores nacionales. <b>I4:</b> Precio de compra. <b>I5:</b> Partida arancelaria. <b>I6:</b> Oferta exportable.	Razón  Nominal	<b>I1:</b> E-1; E-2 / C-1; C-2; C-3; C-4 <b>I2:</b> E-3; E-4; E-5 / C-5; C-6 <b>I3:</b> E-6 <b>I4:</b> E-7 <b>I5:</b> D-1 <b>I6:</b> D-2 / C-7	Entrevista Encuesta Análisis documental
<b>Plan de Negocios</b>				<b>D2: Mercado Meta</b>	<b>I1:</b> Demanda insatisfecha. <b>I2:</b> Canal de distribución. <b>I3:</b> Perfil del consumidor.	Razón  Nominal	<b>I1:</b> C-8 <b>I2:</b> D-3 <b>I3:</b> D-4 <b>I4:</b> E-8	Entrevista Encuesta Análisis documental

la extensa y detallada.	<b>I4:</b> beneficios de acuerdos comerciales.	<b>I5:</b> D-5; D-6	<b>I1:</b> E-9; E-10	Entrevista Encuesta
	<b>I5:</b> Competencia comercial.		<b>I2:</b> E-11; E-12 / C-9	
	<b>D3: Plan de marketing</b>	<b>I1:</b> Posicionamiento. <b>I2:</b> Estrategias de ingreso al mercado.	Nominal	
	<b>D4: Análisis financiero</b>	<b>I1:</b> Flujos de efectivo. <b>I2:</b> Préstamos. <b>I3:</b> VAN. <b>I4:</b> TIR.	Nominal	Entrevista
			<b>I1:</b> E-13 <b>I2:</b> E-14 -- --	

Fuente: Elaboración propia

### **2.3. Población y muestra**

Martínez (2020) nos indica que la población es aquel grupo de individuos con características e intereses similares, la cual puede ser utilizada para ser parte de una investigación específica, siempre y cuando tengan relación con las variables de estudio.

Para el estudio de la variable exportación se empleó a las poblaciones que se muestra a continuación:

Población 01: Conformado por el Gerente general de la empresa Export Import Candres S.A.C.

Población 02: Está compuesta por los colaboradores de la Empresa Export Import Candres S.A.C del área administrativa, con el objetivo de saber y establecer el valor que la exportación de Frijol Castilla representa para la empresa.

Es por ello, que la población general que se empleará es de 15 personas.

Población 03: Está conformada por la revisión documentaria, al cual será proporcionada por libros, revistas y demás fuentes secundarias.

Para el desarrollo de la variable independiente plan de negocios se empleó también la recolección de información en base a teorías y demás datos relacionados a dicha variable, así mismo, se analizó los datos de las exportaciones de frijol castilla hacia EE.UU en los últimos 5 años, puesto que, ayudará a definir con mayor precisión cuales son los meses más fuertes de envíos del producto, el crecimiento o descenso que ha tenido y las principales empresas exportadoras de dicho producto.

#### **Muestra**

Rodríguez (2015) nos afirma que la muestra es aquella parte de la unidad de estudio, la cual permite que la investigación se centre en aquel subgrupo con características similares, optimizando de esta forma, el uso del tiempo y obteniendo mucha más precisión en los resultados.

Para calcular la muestra, se precisó utilizar el tipo de muestreo no

probabilístico, utilizando el modelo de criterios de expertos, puesto que, al contar con una población menor de 100 personas, no se podría optar por la aplicación de fórmulas aritméticas.

**Entonces:**

El tamaño de la muestra para el estudio será igual a la población, en otras palabras, se trabajará con un total de 15 personas.

Además de ello, se tomará en cuenta la información otorgada por instituciones relacionadas al comercio internacional en donde podamos identificar las exportaciones de frijol castilla entre los periodos 2018 – 2022, así mismo, se detallará la importancia, características y demás aspectos que requiere el establecimiento de un adecuado plan de negocios.

#### **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

**Técnicas de recolección de datos:**

El estudio se llevará a cabo a través de la técnica de la entrevista para el estudio de la variable dependiente e independiente. Es por ello, que Kvale (2014) nos indica que la entrevista es aquella conversación básica en donde interactúan dos o más personas, en donde se plantean preguntas para el recojo de información. Así mismo, con esta técnica se obtendrá información relevante proporcionada por el gerente general de la empresa Candres, el Sr. Carlos Laines, el cual nos brindará datos sobre la comercialización, abastecimiento, sus aspiraciones a importar hacia EE.UU, entre otros aspectos más.

A su vez, también se empleará la técnica de la encuesta para el estudio de ambas variables. Es así, que Font (2016) nos afirma que las encuestas son aquellas con las que se trabaja teniendo en cuenta a un grupo reducido de una población con el fin de poder obtener datos certeros y de forma sistemática. Esta técnica será aplicada a los colaboradores de Candres, donde se podrá identificar aspectos generales sobre la selección, calidad, envases, etc. necesarios para la exportación de frijol castilla.

Por último, se utilizará la técnica de análisis documental para el

estudio de la variable dependiente e independiente. Ante ello, se afirma que el análisis documental es una manera o tipo de estudio que permite recolectar información de fuentes bibliográficas para su posterior descripción e interpretación (Dulzaides y Molina, 2004). Es por ello, que esta técnica nos permitirá obtener información sobre la cantidad exportada de frijol en un rango de 3 años (2018, 2019 y 2020) y las características esenciales que debe poseer todo plan de negocios.

#### **Instrumentos de recolección de datos:**

Uno de los instrumentos a utilizar a lo largo del estudio será la guía de entrevista, que consta de 21 preguntas, las cuales están divididas en ambas variables de estudio:

Dimensiones de Exportación: DFI (7).

Dimensiones de plan de negocios: análisis del producto (7), mercado meta (1), plan de marketing (4) y análisis financiero (2).

El siguiente instrumento que se utilizará es el cuestionario, que consta de 9 preguntas, las cuales corresponden a una variable de estudio:

Dimensiones de plan de negocios: análisis del producto (7), mercado meta (1) y plan de marketing (1)

A cada pregunta se le asigna cinco opciones de “1 – Totalmente de acuerdo”, “2 – De acuerdo”, “3 – Ni de acuerdo – Ni en desacuerdo”, “4- En desacuerdo” y “5 – Totalmente en desacuerdo” lo cual permitirá identificar las distintas opiniones y analizar la información de una forma más rápida.

A su vez, el instrumento que también se empleará es la guía de análisis documental, el cual consta de 10 preguntas, divididas en ambas variables de estudio:

Dimensiones de exportación: exportaciones actuales (2) y restricciones del mercado (2).

Dimensiones de plan de negocios: análisis del producto (2) y mercado meta (4).

#### **Validez y Confiabilidad**

El criterio de validez de los tres instrumentos (entrevista, encuesta y análisis documental) que se emplearán, tienen relación con la validez de

contenido, la cual será validada a través de jueces expertos en la materia. Así mismo, la validez asegura la concordancia con las variables de estudio que se desea medir.

Ante ello, al ser validada por dichos expertos y que posterior a ello se hayan levantado todas las observaciones, se tendrá la certeza de que el instrumento se amolda al estudio propuesto.

El criterio de confiabilidad de la encuesta, se establecerá en el presente estudio siendo aplicado a un grupo reducido de la población, es decir una prueba piloto conformada por 8 personas de la muestra de estudio, para que de esa forma, se pueda obtener el coeficiente Cronbach, creado por Lee Cronbach, el cual actualmente es utilizado especialmente para preguntas de escala, siendo este el más apropiado para medir de forma veraz la consistencia interna (Oviedo y Campo, 2005).

Es aplicable a ítems de escala, por ello, se puede establecer la confiabilidad, cuyos ítems tiene como respuesta a cinco alternativas.

Por lo tanto, al realizarse dicha prueba piloto y así conocer el coeficiente de Cronbach, se obtuvo como resultado lo siguiente:

**Tabla 2**

*Estadística de fiabilidad – Alfa Conbrach*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
0,521	9

*Fuente:* Elaboración propia

Por ende, ante los resultados obtenidos se puede deducir que según Ruíz Bolívar (2002) la confiabilidad del instrumento se encuentra entre los rangos 0.41 – 0.60, encontrándose en una magnitud moderada, debido que, el alfa de Cronbach del instrumento arrojó un resultado de 0,521 siendo un nivel aceptable para la teoría del autor antes mencionado.

## **2.5. Procedimiento de análisis de datos**

El método de análisis es deductivo, puesto que, concederá la posibilidad de dialogar, alcanzar los objetivos específicos y debatir los resultados que se

obtendrá a lo largo del estudio, iniciando desde lo más complejo hasta lo más simple en cuanto a las teorías presentadas, reuniendo todas cualidades encontradas tanto en la variable independiente (plan de negocios) como en la variable dependiente (exportación).

Para el análisis de datos del instrumento cuantitativo, se empleará el programa de SPSS en su versión 22 y el programa Microsoft Excel V.2019 en el cual se distribuirán los datos obtenidos, ante ello, el SPSS permitirá de esta forma, ejecutar análisis estadísticos, gráficos y frecuencias, todas ellas relacionadas a la encuesta que se aplicará a los colaboradores de Candres en relación a la variable independiente. El análisis e interpretación de los datos recaudados tendrán un uso exclusivamente cuantitativo y se optará por la utilización de las distintas herramientas estadísticas que brinda dicho programa para demostrar los resultados y obtener un panorama más claro sobre dicha variable.

Así mismo, para el estudio de los instrumentos cualitativos se usará el programa de Microsoft Office Word en su versión 2019, el cual permitirá analizar de forma cualitativa las respuestas otorgadas posterior a la ejecución de la entrevista al gerente general de la empresa Candres y la información obtenida por el análisis documental que se realizará tanto para la variable dependiente como independiente.

## **2.6. Criterios éticos**

Los criterios éticos en los cuales se basa esta investigación están en total concordancia con la línea del reporte de Belmont según Universitat de Barcelona (1979), los mismos que se especifican en lo siguiente:

**Respeto a las personas:** a los trabajadores de la empresa Candres se les otorgará la información adecuada y completa por su colaboración, además de ello, su participación será voluntaria y los datos recabados serán utilizados con fines académicos, mostrando respeto y protección a la información otorgado.

**Beneficencia:** no se causará daño alguno a la información que proporcionen los colaboradores de Candres ni a las decisiones que puedan tomar, puesto que, se asegurará el respeto y bienestar de los involucrados,

teniendo en cuenta que se contribuye a la solución de un problema.

**Justicia:** se les otorgará a los colaboradores de Candres por carácter de justicia la información total y completa, sin excepción alguna, sirviendo como guía para futuras investigaciones, resaltando siempre la equidad y el beneficio para todos los participantes dentro del estudio.

## 2.7. Criterios de Rigor Científicos

Tabla 3

*Criterios de rigor científico*

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
<b>Valor de la verdad (validez interna – credibilidad)</b>	La técnica de recaudación de información (encuesta) que se aplicará a los colaboradores de Candres pasará por un riguroso análisis de validación por jueces expertos en la materia. También se utilizará la entrevista, la cual será realizada al gerente general, en donde se brindará información como: proveedores nacionales, calidad del producto, abastecimiento y flujos financieros. A su vez, se empleará el análisis documentario a través de las distintas fuentes secundarias (libros, revistas, páginas dedicadas al comercio exterior, cualidades de un plan de negocios, entre otras más).
<b>Aplicabilidad (validez externa – transferibilidad)</b>	Para ejecutar la técnica de recolección de datos (encuesta) se tomó en consideración la

---

participación de los colaboradores de la empresa Candres, así mismo, con lo que respecta a la entrevista, esta fue formulada al gerente general de la empresa Candres el cual es experto en el tema de exportaciones de frijol castilla hacia el país de Colombia.

A su vez, la información obtenida en la aplicación de la técnica de análisis documentario permitirá reunir datos relevantes que permitirán manejar las variables en estudio (exportación y plan de negocios).

Los resultados que se derivarán del instrumento aplicado cuantitativo (encuesta) serán de carácter determinante y veraz, es decir, no habrá manipulación alguna en los resultados.

**Neutralidad (objetividad – confirmación)**

Así mismo, las técnicas de entrevista y análisis documentario se aplicarán siguiendo criterios de seguridad, confianza, veracidad y objetividad que será realizado por los investigadores, los cuales procesarán la información cuidadosamente y sin que está sufra daños o alteraciones.

---

*Fuente:* Elaboración propia

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Resultados en tablas y figuras

Las tablas y figuras que se muestran en el presente estudio se lograron gracias a la aplicación de cada uno los instrumentos empleados (cuestionario, guía de entrevista y análisis documentario), los cuales contribuyeron a alcanzar los objetivos específicos del estudio.

Es por ello, que para la variable dependiente (exportación) se tuvo en cuenta a 2 instrumentos de estudio, los cuales fueron:

Guía de entrevista: realizada al gerente de la empresa (las cantidades de exportaciones de frijol castilla mencionadas fueron validadas por fuentes comerciales como Sunat, con el fin de obtener una información más precisa).

Guía de análisis documentario: revisión de fuentes bibliográficas confiables, actualizadas y certeras.

Por ende, respecto a la guía de entrevista se planteó diagnosticar la condición actual de la empresa, el cual responde con exactitud a las dimensiones e indicadores que corresponden a dichos objetivos.

Los resultados a partir de la ejecución de la guía de entrevista realizada por el investigador Jordy Álvarez Samillán fueron:

**Objetivo específico 1.** *Analizar la condición actual de la empresa Export Import Candres S.A.C de Piura*

---

**¿Considera que la presentación de 25 kg (55 libras) para la exportación de exportar frijol Castilla hacia EE.UU es el adecuado?**

---

A mi criterio, no considero que sea la mejor opción, además, como empresa por ejemplo exportamos el frijol castilla a Colombia en presentaciones de mayor cantidad.

---

**¿Considera que la presentación de 50 kg (110 libras) para la exportación de frijol castilla hacia EE.UU es el adecuado?**

---

Si creo que es la opción más viable, sin embargo, no estoy seguro de que sea la única opción, aunque si fuese así, sería mucho más fácil para Candres adaptarse a la presentación, puesto que, nuestras exportaciones a Colombia son en sacos de 50 kg.

---

**¿Cree usted que las bolsas o sacos de polipropileno es el envase más adecuado para exportar el producto de Frijol Castilla hacia EE.UU?**

---

Candres utiliza sacos de polipropileno embalados de 50 kg para el frijol castilla, así que si consideraría enviarlo a EE.UU de la misma forma, siempre y cuando cumpla con los estándares que el país solicita, ya que sé que son muy rigurosos en ese tema, justo por eso es que hasta ahora no exportamos a ese país.

---

**¿Qué tipo de Incoterms utiliza para el envío del producto de Frijol Castilla?**

---

Utilizo el Incoterms FOB para las exportaciones de frijol castilla.

---

**¿Qué tipo de transporte utiliza Candres para la exportación de sus productos?**

---

Para las exportaciones de Candres uso el transporte terrestre que llega hasta Colombia.

---

**¿Cuentan con la documentación necesaria para que el producto de Frijol Castilla pueda ingresar al mercado Estadounidense sin inconveniente alguno? Mencione los documentos**

---

Candres cuenta con certificación Fitosanitaria, también tenemos el 5S, el BPM y el HACCP, pero no tengo conocimiento si faltaría alguno más para poder ingresar a EE.UU.

---

**¿Cuál es el medio de pago que la empresa Candres utiliza en sus ventas internacionales?**

---

Para las ventas utilizamos la carta de crédito, ya que como interviene una entidad financiera ambas partes nos sentimos seguros, así he trabajado desde que en mis inicios ocurrió un incidente, entonces desde allí, utilizó este medio de pago.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Interpretación:** Candres a lo largo de su vida empresarial ha ido ganando experiencias y conociendo poco a poco los aspectos que inciden en

las exportaciones de frijol castilla como el uso de los incoterms, así mismo, respecto a la presentación y envase que utilizan, se puede deducir que son los adecuados para ingresar al mercado estadounidense, a su vez, es importante recalcar, que cuenta con certificaciones que le serán de gran utilidad para una futura exportación a EE.UU. Además de ello, Candres está acostumbrado a la utilización del medio terrestre, puesto que, los destinos de sus envíos internacionales son cortos, no obstante, si se desea incursionar en el mercado americano se tendría que replantear el medio de transporte y utilizar la vía marítima.

Así mismo, la aplicación de la guía de análisis documentario, se enfocó en la determinación de los factores que inciden en el proceso de exportación. Los resultados fueron:

**Objetivo 4.** *Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación*

---

**¿Cuál fue el valor y volumen exportado de frijol castilla del Perú hacia EE.UU entre el periodo 2016 – 2020?**

---

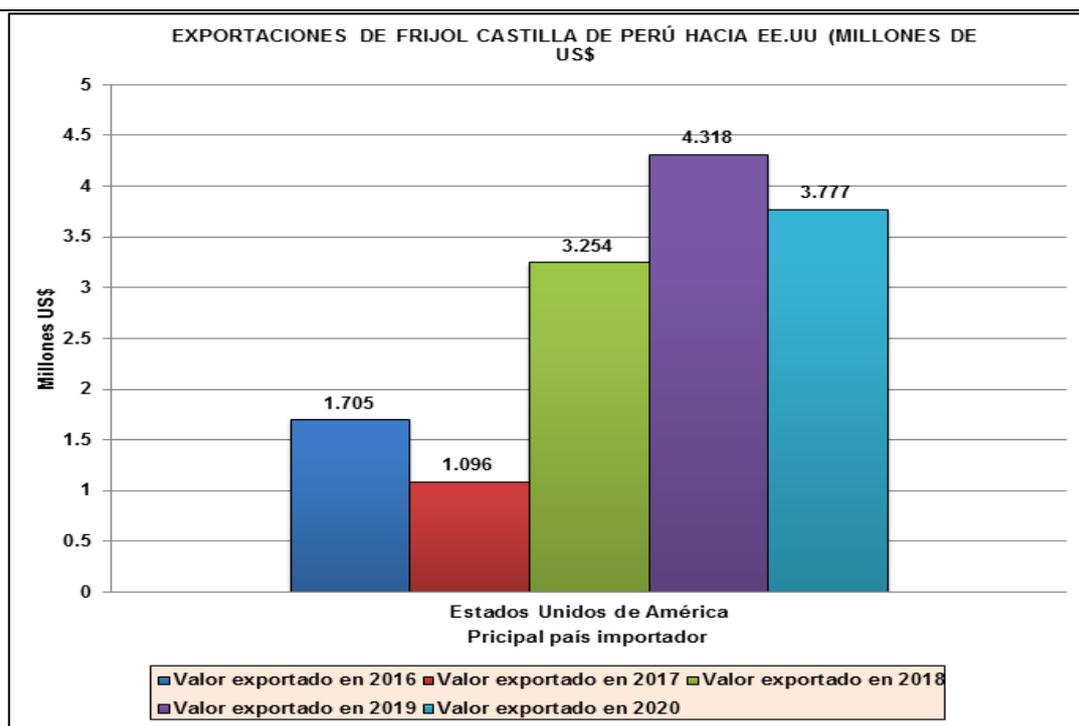
Teniendo en cuenta que EE.UU es el importador N° 1 de frijol castilla del Perú, se puede afirmar que el valor exportado peruano a dicho mercado ha ido en constante crecimiento entre el periodo 2016 - 2019, puesto que el año 2020 tendió a bajar su valor total debido a la pandemia global que se suscitó.

Por ende, el Centro de Comercio Internacional (2020) nos muestra a través de su plataforma Trademap los siguientes datos:

**Figura 2**

*Exportaciones peruanas de frijol castilla hacia EE.UU*

---



*Nota:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2020)

**Interpretación:** En el cuadro anterior se puede evidenciar que Perú exportó en el año 2016 un total de US\$ 1.705 M, mientras que en el año siguiente disminuyó en su valor total, exportando el monto de US\$1.096, no obstante, en el año 2018 hubo un gran crecimiento de envíos internacionales de frijol castilla hacia EE.UU (US\$ 3.254 M), así mismo, en el año 2019 las exportaciones peruanas alcanzaron un total de US\$ 4.318 M, sin embargo, en el año siguiente, los envíos del producto en mención tuvo una caída debido a la pandemia Covid – 19, dando como resultado un valor exportable total de US\$ 3.777 M.

De esta forma, respecto al volumen de las exportaciones peruanas hacia el mercado americano, se evidenció un incremento, es así, que Agencia Agraria de Noticias (2022) nos afirma que los envíos pasaron de 9.756.447 kg a ser 12.913.666 kg, convirtiéndose EE.UU en el principal importador de frijol castilla del Perú.

---

**¿Cuál es el precio promedio de exportación de frijol castilla del Perú hacia el exterior?**

---

Guía del AgroExportador (2021) nos indica que el precio promedio del

---

producto frijol castilla peruano por kg estuvo en US\$ 1.33, llegando a un precio de US\$ 1.82 en su valor FOB. No obstante, a inicios de dicho año, el producto alcanzó en Colombia un valor mínimo de US\$ 0.89.

Por otro lado, si se habla de la compra del frijol castilla en una presentación de 500 gr. por los consumidores finales de EE.UU, se tiene que los precios varían entre US\$ 2.23 y también US\$ 2.17 (precios del año 2021). No obstante, si se plantea la misma situación descrita para el mercado colombiano, se puede evidenciar que existe una gran diferencia en los precios, debido que, en Colombia se registraron precios entre US\$ 1.04 y US\$ 1.17.

Cabe recalcar, que los consumidores finales encuentran dichas presentaciones de 500 gr de frijol castilla mayormente en supermercados.

---

### **¿Cuáles son las barreras arancelarias que se aplican a la exportación de frijol castilla de Perú hacia EE.UU?**

---

Las barreras arancelarias no se aplican en Perú para ningún producto que salga de territorio nacional, es decir, las mercancías enviadas a países extranjeros no pagan impuesto alguno, todo ello con el fin de que Perú pueda obtener una mayor competitividad y participación en sus exportaciones alrededor del mundo y el comercio.

---

### **¿Cuáles son las barreras no arancelarias que se aplican a la exportación de frijol castilla peruano hacia EE.UU?**

---

Las barreras no arancelarias que determina EE.UU para el adecuado ingreso de alimenticios al país están reguladas por instituciones y agencias que aseguran la calidad, inocuidad y por ende, también el control certero con el que deben de contar los productos en favor al bienestar de todos sus ciudadanos, de las cuales PromPerú (2015) nos afirma que son las siguientes:

- USDA
- EPA
- TTB

Cabe recalcar, que entre sus funciones más importantes están las revisiones físicas de los productos que ingresarán a EE.UU y por consiguiente, también el aspecto documentario.

---

Por ende, PromPerú (2015) nos indica que entre los requisitos impuestos que deben ser acatados conforme a Ley tenemos a los siguientes:

**1. Ley contra el Bioterrorismo:** se debe inscribir las instalaciones alimenticias ante la agencia FDA, en la cual anteriormente debe existir una notificación correspondiente a los alimentos importados (los datos son dados a la autoridad aduanera de EE.UU (CBP), y a la FDA, puesto que, de esta forma, para iniciar la evaluación, este aspecto también se incluye a las muestras) establecimiento y mantenimiento de registro (cumplir con las normas que dicta el FDA) y detención administrativa (la institución FDA tiene la facultad de no permitir el ingreso de los productos si considera que el bienestar de sus habitantes está en peligro).

**2. Requisitos para productos agrícolas frescos:**

- **Admisibilidad del producto:** cumplir con una cuarentana antes de su ingreso a EE.UU, así mismo, demostraciones de que las frutas o verduras están libres de moscas, plagas y según las normas de calidad establecidas por ambos países involucrados.
- **Requisitos fitosanitarios:** la autoridad que regula los controles de calidad de los productos alimenticios peruanos es SENASA, por ende, todas las empacadoras del país deben obligatoriamente contar con un certificado emitido por dicha entidad, puesto que, ello confirma que la fruta o verdura está en las condiciones correcta para ser exportada, a su vez, al llegar a su destino, la mercancía también puede ser inspeccionada por APHIS.
- **Límites Máximo de Residuos:** si un producto peruano desea ingresar al mercado estadounidense, este de estar sujeto a la Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Raticidas, puesto que ello, es exigido por la Agencia de Protección Ambiental. Así mismo, cabe recalcar que de no cumplirse lo antes mencionado, los productos exportados hacia EE.UU serán detenidos.

**3. Requisitos:**

- 
- **Buenas Prácticas Agrícolas:** documento que acredita que los productos cuentan con la inocuidad adecuada y libre de peligros microbianos.
  - **Envase:** los materiales a utilizarse pueden ser cajas, cartones o maderas y estos deben ser resistentes, con el tamaño correcto, libre de cualquier contaminación, entre otras más.
  - **Embalaje:** cajas de cartón (uso común en productos agrícolas frescos), pallets (dimensiones solicitadas por EE.UU 120x100 cm.), embalajes de madera (certificado por SENASA – NIMF 15).
4. **Marcado y etiquetado:** varían según el tipo de venta, así mismo deben estar en concordancia con las normas federales de EE.UU y del país de origen.
  5. **Transporte:** el tipo de transporte a elegir debe contar con la humedad adecuada, y por consiguiente no permitir que la cadena de frío sea alterada.
  6. **Buenas prácticas de Manufactura:** acredita que la producción estuvo en un ambiente totalmente higiénico.
  7. **Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control:** esta norma evalúa, garantiza y corrobora que los sistemas de control utilizados por las empresas aseguren la inocuidad de los productos de consumo humano.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Interpretación:** Las exportaciones de frijol castilla de Perú hacia EE.UU ha evidenciado un crecimiento considerable, no obstante, los envíos disminuyeron en torno a la pandemia global que atravesó el mundo en el 2020, sin embargo, actualmente las empresas peruanas han continuado buscando oportunidades en varios mercados gracias a la calidad de los productos. Así mismo, es preciso mencionar que en cuanto a las exportaciones de frijol castilla, estas se dirigen hacia supermercados estadounidenses en presentaciones de 500 gr. Por otro lado, respecto a las barreras no arancelarias que deben cumplir los productos para el ingreso al mercado sin inconveniente alguno, se tienen los permisos, certificaciones y

reglamentaciones por parte de agencias e instituciones de EE.UU y Perú, todo ello con el fin de asegurar la salud y bienestar de la ciudadanía.

Por consiguiente, en cuanto a la variable independiente (plan de negocio) también se tomó en cuenta a 3 instrumentos de estudio (guía de entrevista, guía de análisis documentario y el cuestionario), siendo exactamente la misma población de estudio que se tuvo en cuenta para la variable Y.

Es por ello, que para la guía de entrevista se planteó responder a los objetivos 01, 02 y 03 de la investigación, conteniendo un total de 14 preguntas que fueron formuladas por el investigador Jordy Álvarez Samillán.

**Objetivo específico 1.** *Analizar la condición actual de la empresa Export Import Candres S.A.C de Piura*

---

**¿Cuál es la estacionalidad del producto frijol castilla en el Perú?**

---

Se siembra todo el año.

---

**¿Por qué considera usted que el frijol castilla es un producto con potencial exportador? ¿Por qué?**

---

El frijol castilla es un superalimento, en Candres siempre resaltamos dicho aspecto, el producto brinda nutrientes y es muy bueno para la salud, los países extranjeros valoran los productos con esas cualidades y es por eso que la empresa siempre ha apostado por el frijol castilla como producto potencial y se espera seguir creciendo, además de tener una alta productividad.

---

**¿Cuál es la capacidad de abastecimiento de la empresa Candres con respecto al producto de Frijol Castilla?**

---

El año 2021, la empresa pudo abastecerse de 320,000 kg de frijol castilla, los cuales fueron exportados en los meses del año, especialmente en el último periodo del año.

---

**¿Cuál es la capacidad con la que cuenta la planta de la empresa Candres para el procesamiento y selección del frijol castilla?**

---

La empresa procesa el frijol castilla en ciertos meses, no siempre, ejemplo

---

este año en el mes de enero, la empresa pudo procesar una cantidad de 64,000 kg, la cual fue exportada, en el siguiente mes se exportaron 32,000 kg, pero en épocas como diciembre o noviembre logramos hasta dos envíos de 64,000 kg.

---

**En épocas de temporada alta ¿Cuánto produce Candres al día de frijol castilla?**

---

Normalmente, el mes de temporada alta es diciembre, ya que, exportamos hasta dos envíos internacionales hacia Colombia de 64,000 kg cada uno y el rango de demora entre un envío y otro es aproximadamente de 17 días.

---

**¿Cuál es el orden de importancia de los proveedores nacionales de Candres según el aporte que le otorgan a la empresa?**

---

En la empresa se tiene en cuenta dos factores, para nosotros el más importante es la calidad del frijol castilla y como segundo factor el precio que los proveedores solicitan.

---

**¿Cuál es precio de compra que Candres les paga a sus proveedores por el producto de frijol castilla?**

---

Bueno, esa pregunta no puedo contestarla por políticas de la empresa.

---

**¿Cree que la empresa Candres pueda abarcar entre 3% a 5% del mercado Estadounidense?**

---

No sabría responder esta pregunta con exactitud, sin embargo, si Candres logra ingresar al mercado de EE.UU y se lo propone podríamos en un futuro llegar a obtener dichas cifras.

---

**¿Cómo impactaría al crecimiento de la empresa el hecho de que diversifique sus mercados internacionales?**

---

Definitivamente, sería un impacto positivo y muy favorable para la empresa, porque seríamos más reconocidos y obtendríamos mayores ganancias que es lo que se trata de lograr siempre, teniendo en cuenta que debido a la pandemia sufrimos algunas pérdidas de ganancias.

---

**¿Qué medios de difusión conoce para promocionar el producto frijol castilla en EE.UU?**

---

---

Bueno, para promocionar el producto se puede utilizar correo empresarial y contactar a algunas empresas y otro medio de difusión conocido son las revistas.

---

**¿Qué estrategia de promoción para el frijol castilla conoce para el mercado americano?**

---

Tengo conocimiento de ferias internacionales en EE.UU solo para alimentos, siento que es una gran ventana para promocionar los productos, conseguir clientes y formar alianzas estratégicas, por otro lado, el uso de las redes sociales también son de gran ayuda.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Interpretación:** Al ser un alimento que se puede cosechar todo el año, el frijol castilla tiende a contar con una gran ventaja competitiva a diferencia de otros productos, a su vez, cuenta con cualidades y valores nutritivos de alto nivel, por lo cual cuenta con una gran aceptación en distintos países, por ese motivo, Candres cataloga al frijol castilla como uno de sus principales productos estrella, abasteciéndose del mismo en ciertos meses del año con cantidades que van desde los 32,000 kg hasta 64,000 kg por envío. A su vez, es preciso mencionar que Candres tiende a valorar más la calidad del producto a exportar en el momento de compra a sus proveedores, debido que, mantienen un estándar y política de calidad alta. Correspondiente a todo lo mencionado, Candres afirma que desea expandirse en nuevos mercados, puesto que, ayudará a su crecimiento, todo ello, con la ayuda de una debida promoción y difusión.

**Objetivo específico 2.** *Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.*

---

**¿La empresa Candres cuenta con flujos de efectivos favorables para su continuidad y expansión en un futuro?**

---

Sí, la empresa se ha mantenido vigente a través de los años y cuenta con flujos de efectivos favorables.

---

**¿La empresa Export Import Candres S.A.C ha requerido de apoyo**

---

---

**financiero para continuar con sus actividades empresariales?**

---

Sí, como bien saben, toda empresa en sus inicios y a través de los años necesita de apoyo financiero para concretar su idea de negocios y demás actividades.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Interpretación:** En su vida empresarial Candres ha demostrado su constancia y dedicación a través de los años, tomando decisiones certeras por parte de su equipo administrativo como la utilización de préstamos otorgados por entidades bancarias, la cual salvaguardó a la empresa en ciertas ocasiones, logrando así, que exportará cantidades grandes de frijol castilla hacia el exterior, lo cual ayudó a que sus flujos de efectivo se mantengan estables para la continuidad de las actividades comerciales de la empresa.

**Objetivo específico 3.** *Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de Frijol castilla.*

---

**¿Qué beneficios conoce que tienen los productos peruanos a través del TLC entre Perú – EE.UU?**

---

Claro que sí, entre los beneficios se encuentra el arancel 0, generación de empleos, también eleva la competitividad de las empresas, entre otros más.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Interpretación:** Los beneficios generados a partir del TLC de Perú - EE.UU establecen una relación directa entre el aumento de las exportaciones peruanas y la creciente competitividad de las organizaciones, es por ello, que Candres se verá beneficiada a través de dicho convenio, lo cual permitirá un ingreso libre de arancel y eliminación del límite de acceso al mercado americano.

De esta forma, la aplicación de la guía de análisis documentario, estuvo direccionada responder al objetivo 04 del estudio y estuvo conformada por 6 preguntas.

**Objetivo 4.** *Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación*

---

**¿Conoce cuál es la partida arancelaria del producto frijol castilla?  
Mencione la partida arancelaria.**

---

La partida Arancelaria del Frijol Castilla es proporcionada por SUNAT, la cual es 0713.35.90.00: Los demás Frijoles (fréjoles, poroto, alubias, judías) salvajes o caupí (Vignaunguiulata) (SUNAT, s.f.).

---

**¿Cuál es la oferta exportable mínima para ingresar al mercado estadounidense?**

---

Teniendo en cuenta a una de las principales empresas de envíos internacionales de frijol Castilla de Perú hacia EE.UU (Andes Alimentos & Bebidas S.A.C) en el mes de mayo de 2022, se obtuvo los siguientes resultados según SUNAT (2022):

**Exportación de Frijol Castilla – Destino EE.UU**

- Fecha: 04/05/2022
- Cantidad: 19,958.00 kg / 22,800.00 kg / 1,746.00 kg / 19,890.00 kg

Por ende, la suma de las cantidades de la empresa Andes Alimentos & Bebidas envíos hacia EE.UU en el mes de mayo fue de 64,394.00 kg.

Así mismo, que la cantidad de exportación de un producto se realiza conforme a lo requerido por el importador y según el segmento de mercado que se desee cubrir.

---

**¿Cuáles son los canales de distribución más utilizados para el envío de frijol castilla a EE.UU?**

---

Según ICEX (2020) en EE.UU existen distintos canales de distribución, todo esto dependerá de las cualidades del producto, el cliente y la cadena logística que se escoja a la hora de realizar la exportación. En general La distribución de alimentos en Estados Unidos se realiza generalmente a través de las principales figuras: productor y/o exportador, importador, distribuidor, minorista (tiendas y restaurantes), mayorista local (hipermercados y supermercado), todos estos intervienen para que el producto (frijol castilla) llegue hasta el

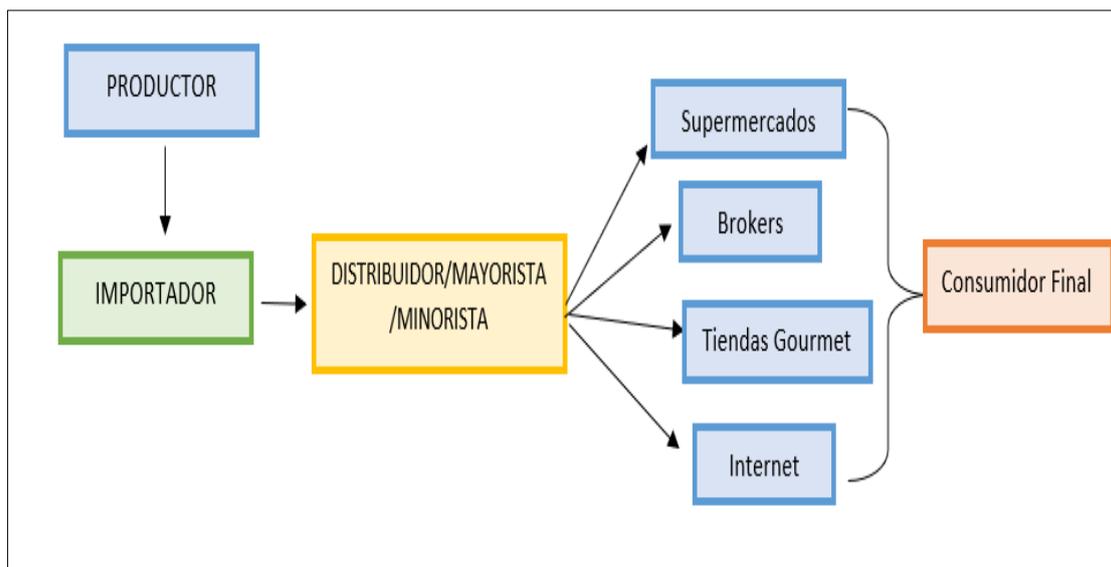
---

---

consumidor objetivo. El número de intermediarios puede variar, ya que no es necesario que todos estos intervengan para transportar el producto final a los consumidores de Estados Unidos. A continuación se mostrará un esquema de la distribución en EE.UU:

**Figura 2**

*Canales de distribución más utilizados en EE.UU*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de ICEX España (2020)

---

### **¿Cuál es el perfil del consumidor al cual irá dirigido el producto de frijol castilla?**

---

Rodríguez (2020) nos menciona cual es el perfil del consumidor Estadounidense hoy en día:

- Actualmente en el consumidor americano lo que prevalece en sus decisiones de compras son la salud y bienestar, todo esto debido a las consecuencias que dejó el COVID-19, el cual logro que desarrollaran el gusto por cocinar en casa, consumir el desayuno dentro del hogar y adquirir alimentos que aporten a la salud humana.
- Una nueva tendencia es la de adquirir alimentos superfoods, las cuales la gran mayoría está libre de grasas saturadas, son totalmente naturales, libre de elementos químicos y en especial libre de gluten, todo esto aportará a que el consumidor americano tenga mejores

---

hábitos de consumo, llevando así una vida más saludable.

- También encontramos que un consumidor es consciente a la hora de comprar, ya que no solo ve la calidad del producto, sino también el que la marca este ligada al cuidado y conservación del medio ambiente, comprometiéndose con un consumo más sostenible.
- Hoy en día el consumidor emplea las redes sociales y también páginas web para seleccionar productos de distintos países, lo cual ha permitido de esta manera romper las barreras geográficas, y de otra forma interesarse por la cultura culinaria de dicho país.
- Por otro lado, hay demasiados latinos en los Estados Unidos, lo que ha dado como resultado que se consuma una gran cantidad de legumbres en dicho país. Los grupos de población de la parte oeste y sur son los principales consumidores de frijoles secos, principalmente por la concentración de latinos y su consumo resulta ser económico y a la vez nutritivo. Esto convierte a Estados Unidos en un mercado de exportación potencial para las legumbres.

---

### **¿Cuáles son los principales países que exportan frijol castilla hacia el mercado de EE.UU?**

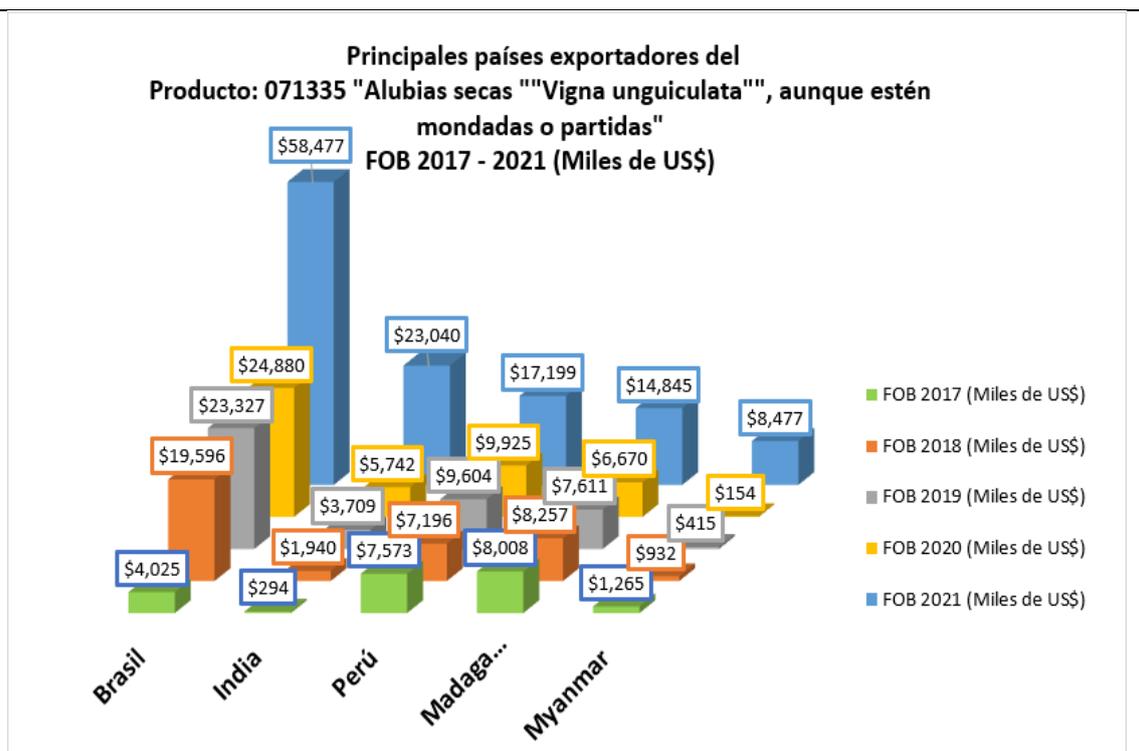
---

Los países que cuentan con una mayor exportación frijol castilla hacia el mercado de EE.UU según TRADE MAP son los siguientes:

#### **Figura 3**

*Principales países exportadores de frijol castilla hacia EE.UU.*

---



*Nota:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

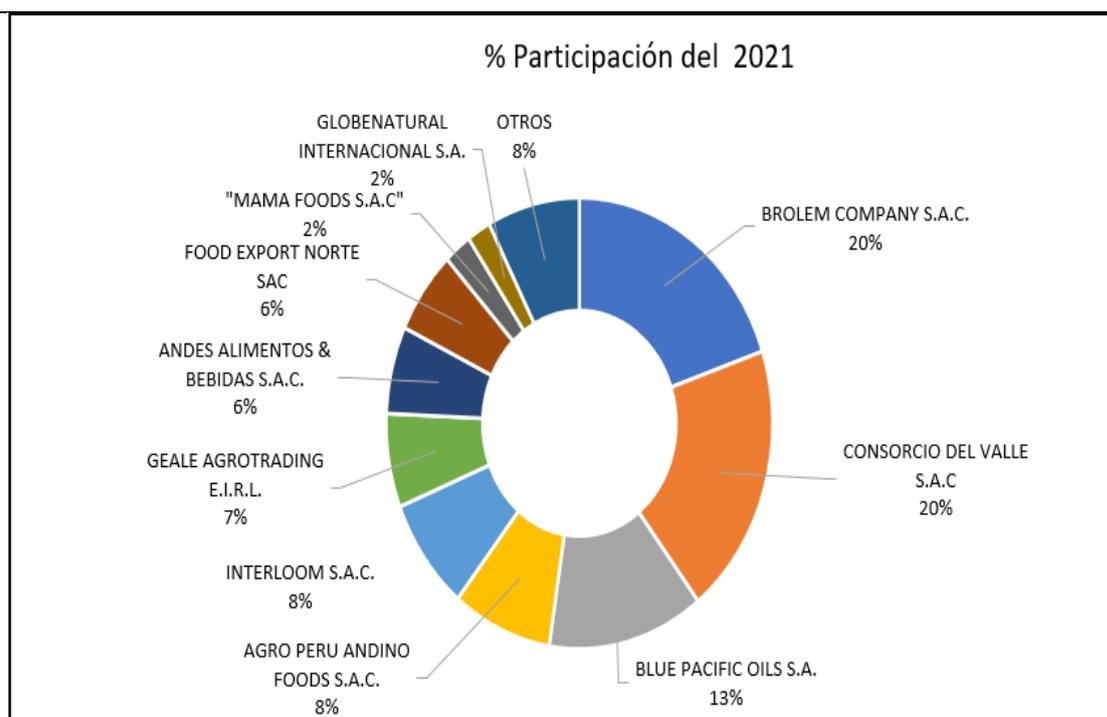
**Interpretación:** En el cuadro anterior se puede evidenciar a los países principales que realizan envíos al exterior de Frijol Castilla hacia EE.UU, la cual evidencia a los 3 principales países que lideran el ranking de proveedores de Frijol Castilla, el cual es Brasil con un 40%, India con 16% y Perú con 12% de participación en dicho país, nos damos también cuenta la enorme diferencia de las exportaciones entre el principal exportador de frijol castilla hacia EE.UU que alcanza cifras de US\$ 58,477.00 el cual es Brasil con lo que respecta a las cifras de su perseguidor más cercano India con montos de US\$ 23,040.00, el cual dicho margen ha ido creciendo en el periodo 2017-2021.

### **¿Cuáles son las empresas peruanas que exportan frijol castilla hacia el mercado estadounidense?**

Las principales empresas peruanas que exportan frijol castilla hacia el mercado americano según Infotrade (2020) son las siguientes:

**Figura 4**

*Principales empresas peruanas exportadores de frijol castilla hacia EE.UU*



*Nota:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2021)

**Interpretación:** En el cuadro anterior se puede evidenciar las principales empresas peruanas que exportan Frijol Castilla, de las cuales en el 2021 las que lideran con mejor participación en dicho mercado son la empresa BROLEM COMPANY S.A.C y CONSORCIO DEL VALLE S.A.C. ambas con 20% de participación, alcanzando cifras de US\$ 1,184,994.83 y US\$ 1,173,800.41 respectivamente, siendo ambas las principales empresas hoy en día de exportación de Frijol Castilla al país americano.

*Fuente:* Elaboración propia

**Interpretación:** El frijol Castilla como ya sabemos se exporta con la partida arancelaria 0713.35.90.00, la cual es la más utilizada por las distintas empresas exportadoras que comercializan dicho producto, también se evidencia que hay distintos canales de distribución para poder llevar el Frijol Castilla hacia el consumidor final, en mucho de estos casos se da gracias a los distribuidores mayoristas que son los Supermercados, los cuales se encuentran dispersos en todos los estados del país Americano. También es el caso que las exportaciones de Frijol Castilla han aumentado gracias al cambio de hábitos alimentarios, que produjo que el consumidor americano se preocupara por su salud y por consumir productos con un mejor valor nutricional, ayudando de

gran forma al consumo en grandes cantidades de Frijol, en especial estados donde hay más presencia de personas Latinas. En el caso de la oferta exportable mínima para ingresar al mercado estadounidense, no existe una cantidad de exportación mínima de un producto, debido a que este se realiza conforme a lo requerido por el importador y según el segmento del mercado que se desee cubrir. A la hora de mencionar los principales proveedores de Frijol Castilla de Estados Unidos, encontramos presencia de dos países sudamericanos el cual en primer lugar se encuentra Brasil y Perú en un 3° puesto, ambos con un buen porcentaje de participación, lo que nos da a entender que nuestro país se encuentra bien ubicado y con un gran potencial exportador. El Perú tiene distintas empresas exportadoras de Frijol castilla, en donde podemos evidenciar que las dos principales empresas que lideran dicho sector según el año 2021 son la empresa BROLEM COMPANY S.A.C y CONSORCIO DEL VALLE S.A.C. ambas con 20% de participación en el mercado Americano, lo cual nos confirma porque Perú se encuentra en el 3° puesto, como uno de los proveedores primordiales de Frijol Castilla, lo cual lo hace un producto con grandes estándares de ganancia.

Es así, que respecto a la aplicación del cuestionario para la variable X se dio respuesta al objetivo 01, así mismo, esta estuvo conformada por 9 preguntas, las cuales fueron agrupadas según sus dimensiones.

**Objetivo 1.** *Analizar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura*

**Tabla 4**

*Dimensión Plan de negocio – Análisis del producto (agrupado)*

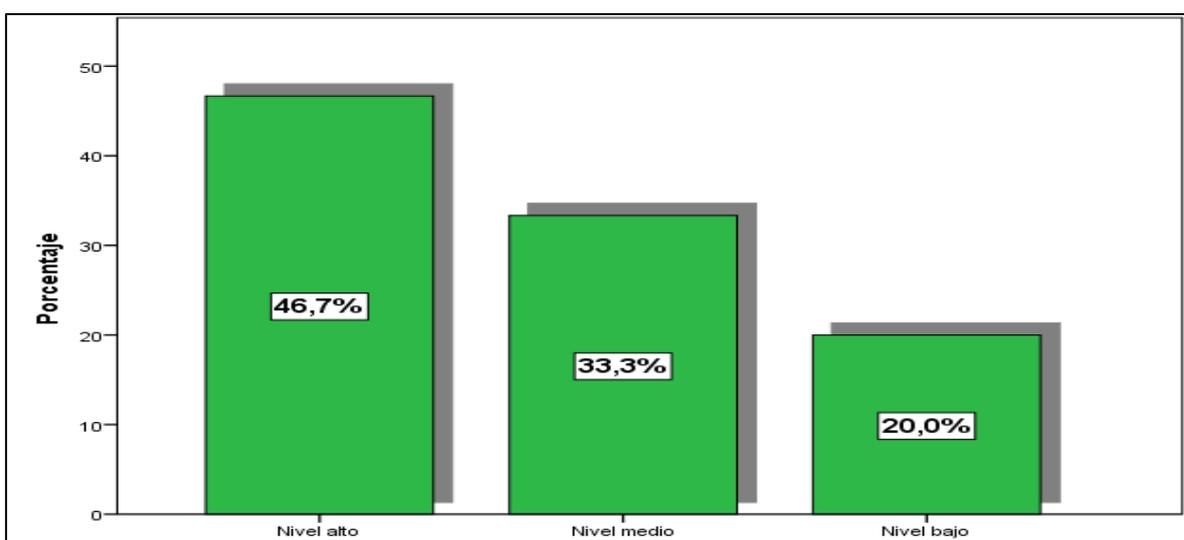
<b>Dimensión: Plan de Negocio - Análisis del Producto (agrupado)</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Nivel alto	7	43,8	46,7	46,7
	Nivel medio	5	31,3	33,3	80,0
	Nivel bajo	3	18,8	20,0	100,0

Total	15	93,8	100,0
Perdidos Sistema	1	6,3	
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Reporte extraído del SPSS V.22

Figura 3

Dimensión Plan de negocio - Análisis del producto



Fuente: Tabla 1

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico la dimensión Plan de Negocio - Análisis del Producto se encuentra en un nivel alto con un 46,7%, con tendencia a un nivel medio de 33,3% y solo un 20,0% de nivel bajo, por ende, los resultados representan a los factores que inciden en una exportación y la importancia con la que debe contar cada uno de ellos, teniendo en cuenta al producto que se desea enviar, la capacidad de abastecimiento de la empresa y por consiguiente su oferta exportable, así mismo, es preciso resaltar que el 46,7% equivalente a los 15 encuestados, considera que es de vital importancia que el producto cuente con una excelente calidad y que cumplan con las certificaciones y requisitos exigidos por la autoridad aduanera.

Tabla 5

Dimensión Plan de negocio - Mercado meta (agrupado)

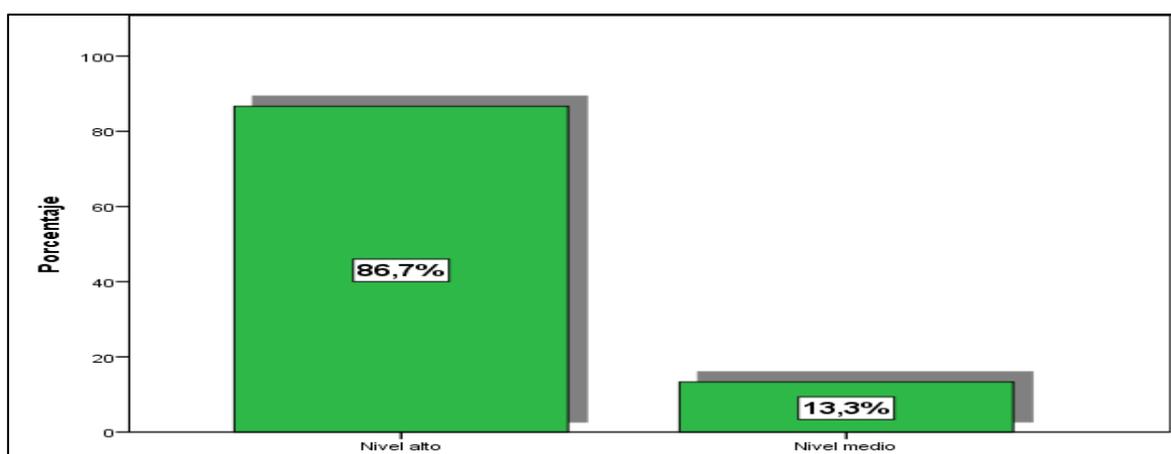
**Dimensión: Plan de Negocio - Mercado Meta (Agrupado)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel alto	13	81,3	86,7	86,7
	Nivel medio	2	12,5	13,3	100,0
	Total	15	93,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	6,3		
<b>Total</b>		16	100,0		

Fuente: Reporte extraído del SPSS V.22

Figura 4

Dimensión Plan de negocio - Mercado meta (agrupado)



Fuente: Tabla 2

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico la dimensión Plan de Negocio – Mercado Meta se encuentra en un nivel alto con un 86,7%, con tendencia a un nivel medio de 13,3%, en donde queda evidenciado que el 86,7% representado por los 15 encuestados consideran que el frijol castilla debe ser comercializado como un producto de consumo masivo en EE.UU, debido que así se podrá obtener mayores oportunidades.

Tabla 6

Dimensión Plan de negocios – Plan de marketing (agrupado)

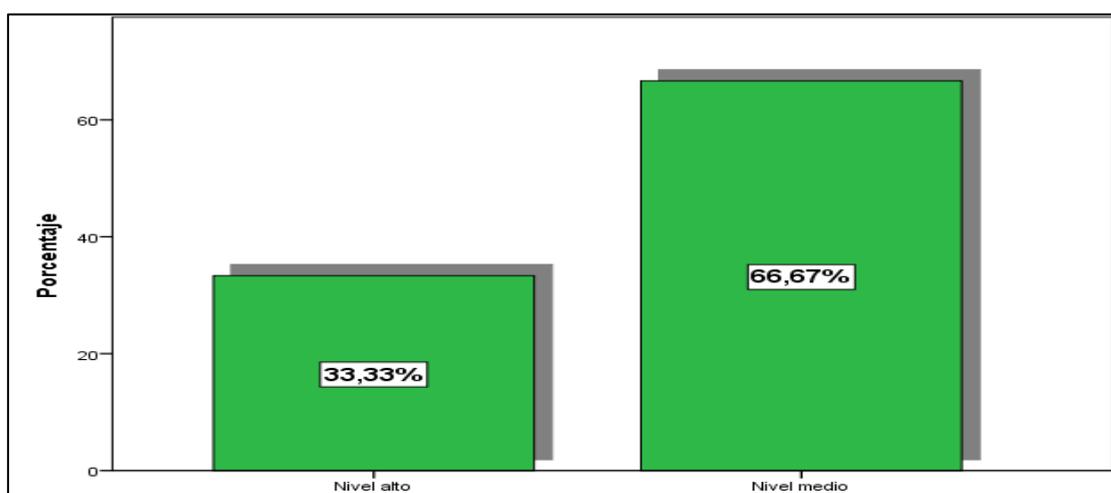
<b>DIMENSIÓN: Plan de Negocios – Plan de Marketing (agrupado)</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

	Nivel alto	5	31,3	33,3	33,3
Válido	Nivel medio	10	62,5	66,7	100,0
	Total	15	93,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	6,3		
<b>Total</b>		16	100,0		

Fuente: Reporte extraído del SPSS V.22

Figura 5

Dimensión Plan de negocio - Plan de marketing (agrupado)



Fuente: Tabla 3

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico la dimensión Plan de Negocio – Plan de Marketing se ubica en un nivel medio con un 66,7%, con tendencia a un nivel alto de 33,3%, en donde queda evidenciado que el 66,7% representado por los 15 encuestados consideran que la exportación de frijol castilla debe ir de la mano con un buen plan de Marketing, ya que eso permitirá que la empresa y el producto pueda posicionarse de forma segura ante el mercado de EE.UU, logrando incursionar de forma correcta frente esta gran oportunidad comercial.

Tabla 7

Variable Plan de negocio (Agrupado)

---

**Variable Plan de Negocio (Agrupado)**

---

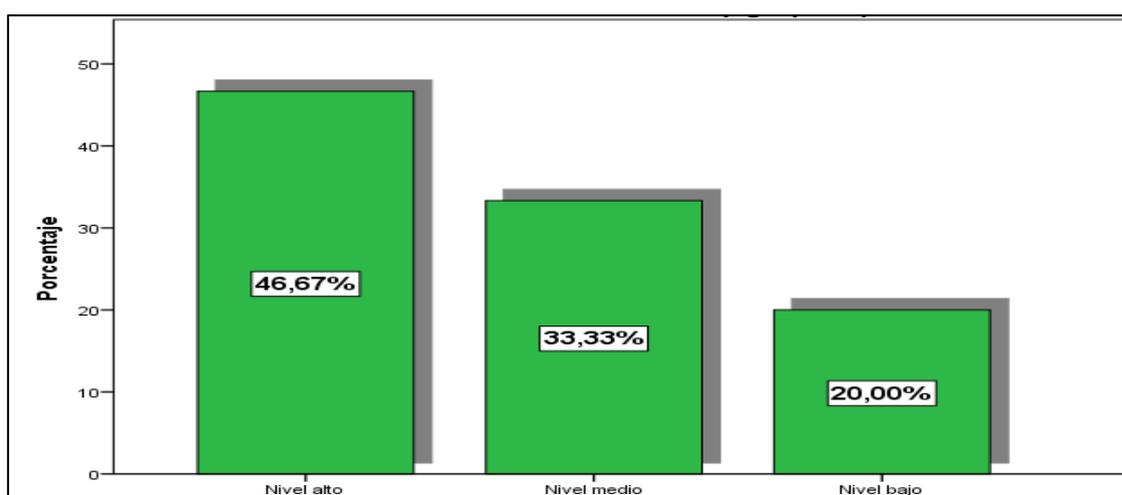
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel alto	7	43,8	46,7	46,7
	Nivel medio	5	31,3	33,3	80,0
	Nivel medio	3	18,8	20,0	100,0
	Total	15	93,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	6,3		
<b>Total</b>		16	100,0		

Fuente: Reporte extraído del SPSS V.22

#### Gráfico 4: Variable Plan de Negocio (agrupado)

Figura 6

Variable Plan de negocio (agrupado)



Fuente: Tabla 4

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico de la variable Plan de Negocio, esta se sitúa en un nivel alto con un 46,7%, con tendencia a un nivel medio de 33,3% y solo un 20,0% de nivel bajo, por ende, los resultados representan a los factores que inciden en un plan de negocios y la importancia con la que debe contar cada uno de sus partes, teniendo en cuenta al producto de calidad que se desea enviar, la capacidad de abastecimiento por parte de la empresa y por consiguiente su oferta exportable, así mismo, es preciso resaltar que el 46,7% equivalente a los 15 encuestados considera que es fundamental que se desarrolle un correcto Plan de Negocios para el envío internacional de frijol

castilla por parte de la empresa Candres, debido que, consideran que es la oportunidad para lograr ingresar mercados competitivos y a su vez de hacer conocido el producto de calidad que ofrece la empresa.

### **3.2. Discusión de resultados**

**Objetivo Específico 1:** Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.

Según el objetivo 01, diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura, los resultados obtenidos en la guía de entrevista demuestran que Candres valora en gran medida la calidad y demás aspectos relacionados a la exportación de frijol castilla como certificaciones, envase, presentación, Incoterms, entre otros, de la misma forma, también se evidenció que no cuenta con experiencia respecto al uso de transporte marítimo, debido que, hasta la fecha solo ha realizado envíos internacionales vía terrestre. A su vez, también se identificó que Candres se abastece del producto con mayor frecuencia en meses como noviembre y diciembre, debido que, puede exportar entre 32,000 kg, 64,000 kg o 128,000 kg según el acopio del frijol castilla, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Carrillo (2020) en sus tesis titulada: “Plan de Negocios para la Producción y Comercio de Sombreros de paja Toquilla para la Asociación de Mujeres Artesanas de Pedregal Grande 2019” quién concluyó que se obtuvo resultados favorecedores en el estudio, dado que, a través del análisis se comprobó que la asociación posee solidez en cuanto a calidad del producto y demás aspectos y que por ende, el plan tiene las condiciones adecuadas para convertirse en un plan rentable, por ello, con dichos resultados se afirma que el diagnóstico de una empresa es de indispensable para el correcto desarrollo de un plan de negocio, debido que, ayuda a tener una noción del estado actual en el cual se encuentra, además Arbaiza (2015) menciona que un plan de negocios permitirá además de detallar aspectos importantes para la ejecución de la idea de negocio, saber los factores de riesgos o puntos críticos en los que se debe de trabajar, y todo ello, gracias al diagnóstico antes realizado.

Según el objetivo 01, diagnosticar la condición actual de la Empresa

Export Import Candres S.A.C de Piura, los resultados adquiridos en la tabla 4, la cual agrupa a la variable plan de negocios en general, se obtuvo un 46,7% de nivel alto en cuanto a la calidad, humedad, certificaciones, promoción y demás aspectos del producto frijol castilla, así como también su frecuencia de abastecimiento para comercializar el producto, los cuales se reflejan en la importancia con los que dichos aspectos deben ser tratados, debido que, son parte fundamental en la elaboración de un plan de negocios de exportación y así ingresar a mercados con una exigencia mayor, dichos datos son comprobados con lo encontrado por Garzón (2020) en su artículo titulado: “Oportunidades de exportación de aguacate Hass a Francia” quién concluyó que obtuvo resultados positivos, debido que, el producto cuenta con un gran potencial de exportación gracias a la oportunidades del mercado, no obstante, evidenció que es de vital importancia que se tomen en cuenta aspectos como calidad del producto, normas, requisitos y demás procesos, puesto que, el desconocimiento de todo ello, podría obstaculizar el ingreso adecuado del producto, con estos resultados se afirma que un Plan de negocios es fundamental y aporta en gran medida a conocer la viabilidad y los procesos de una exportación, además, Laos (2017) menciona que dentro de un plan de negocio se encontrarán aspectos relacionados a lo que la empresa desea alcanzar en su idea de negocio, las cuales se plasmarán de forma concisa y entendible para la posterior ejecución de dicho plan.

**Objetivo específico 2:** Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.

Según el objetivo 02, evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla, los resultados obtenidos en la guía de entrevista evidencian que la empresa Candres posee flujos de efectivos favorables que le permitirá seguir con la expansión de sus actividades comerciales e incursionar en nuevos mercados como lo es EE.UU para el envío de frijol castilla, lo cual demandará de una inversión mucho mayor a diferencia de las exportaciones que actualmente realizan a Colombia, así mismo, estos datos fueron confirmados por Castro (2019) en sus tesis titulada: “Plan de Negocio para la Exportación de Frijol Canario a México de la Empresa Food Export Norte

S.A.C, Chiclayo 2018 – 2021” quién concluyó que se logró resultados favorecedores para la empresa, debido a que, si cuenta con la capacidad necesaria para el acopiamiento del producto para ser exportado al mercado mexicano, pero sobre todo, que dicho plan de exportación trazado obtendrá grandes beneficios económicos para la empresa, con estos resultados se confirma que la evaluación financiera y económica son parte importante de los procesos de exportación de un producto, así mismo, MINCETUR (2013) hace referencia que las empresas exportadoras evidencian un incremento en sus ganancias, y todo ello, debido a las múltiples ventas que realizan al momento de expandir sus negocios y a la evaluación financiera de cada actividad comercial que realizan.

**Objetivo específico 3:** Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.

Según el objetivo específico 03, identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla, los resultados obtenidos mediante la guía de entrevista demostraron los múltiples beneficios que se obtienen el estar suscrito en un tratado comercial, debido que, la gran mayoría de productos alimenticios están sujetos a un arancel de 0%, así mismo, generan mejores oportunidades de empleos para el país y un mayor acceso al mercado estadounidense, debido que, se forma una relación directa entre países, en donde los más beneficiados son las empresas dedicadas al sector de comercio exterior como es el caso de la empresa Candres, datos que al ser corroborados con lo encontrado por Liu (2018) en su tesis titulada: “Las Exportaciones de Uva como Estrategia de Negocios Internacionales con la República Popular de China” quién determinó que logró resultados certeros acerca de la accesibilidad y oportunidades que cuenta un producto a través de diversos aspectos que brinda un TLC, debido a que, gracias a la globalización se ha permitido que muchas empresas tomen la iniciativa de incursionar de manera constante en nuevos mercados, diseñando estrategias sólidas y seguras, por ende, a raíz de dichos resultados se afirma que un TLC permite y ayuda al ingreso de los productos con potencial exportador de un país, generando competitividad en las empresas y a su desarrollo, es por ello, que MINCETUR (2018) afirma que

un TLC otorga preferencias arancelarias a los productos, las cuales van desde la reducción de tasas, aprovechamiento de oportunidades, expansión de empresas hacia nuevos mercados, entre otros aspectos más, lo cual puede evidenciarse en el progresivo aumento de las exportaciones peruanas.

**Objetivo específico 4:** Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.

Según el objetivo específico 04, identificar los factores que inciden en el proceso de exportación. Los resultados obtenidos mediante la guía de análisis documentario demostraron la importancia del conocimiento que se debe de tener para una transacción internacional, como la partida arancelaria exacta que debe utilizar para el frijol castilla, a su vez también es fundamental el tener información verídica acerca de cuál es la oferta exportable de nuestro país de destino, y reconocer los distintos canales de distribución que serán de mucho apoyo para que el producto llegue a los consumidores finales, sin restar importancia a un estudio previo de cuál es el perfil de nuestro consumidor, para de esta forma ver si nuestro producto sería rentable, asimismo el conocer cuáles son nuestros principales competidores será de mucha ayuda, para analizar su nivel de flujo y ver si nuestro país puede competir a la par con el principal importador de EE.UU. Candres debe tener a la mano cuáles son sus principales competidores cercanos en Perú que también exporten frijol castilla, esto le permitirá saber que tanto porcentaje de participación desea obtener, dicha información fue corroborada con lo encontrado por Hernández (2020) en su artículo titulado: Oportunidades de exportación de la feijoa en el mercado francés, quien determinó que logro resultados importantes acerca de cómo actúa el consumidor de ahora, el cual basa su alimentación en productos orgánicos que generan beneficios a su salud, por eso concreto que el feijoa en el mercado francés sería muy bien aceptado, todo esto se dio gracias a un análisis exhaustivo, el cual deberían hacer todas las empresas que desean internacionalizarse para de alguna forma u otra puedan logran conocer al mercado que desean ingresar y cuales es el perfil de nuestros posibles consumidores, es por ello, que Thompson (2019) afirma que el definir el Mercado Meta es un punto importante debido a que las empresas deben

aprovechar dicha demanda insatisfecha para dirigir todos sus esfuerzos y planes de marketing, logrando que su producto pueda posicionarse y que sobre todo, logre captar la atención de los clientes que esa parte de mercado alberga.

Por otro lado, respecto a los objetivos 5 y 6, se puede deducir que el diseño de un plan de negocio es indispensable para el éxito y crecimiento de la empresa y más aún cuando esta cuenta con una estructura y propuesta aprobada por un experto en dichos temas. Es por ello, que el plan que se desarrollará para Candres contribuirá en gran medida al envío internacional hacia EE.UU de frijol castilla y de esa forma poder expandir sus operaciones.

### **3.3. Aporte Científico**

#### **3.3.1. Título de la propuesta**

#### **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C, PIURA, 2021**

#### **3.3.2. Objetivos de la propuesta**

1. Elaborar estrategias de marketing mix para la adecuada comercialización del producto frijol castilla en el mercado de Estados Unidos.
2. Determinar la competencia nacional e internacional de la empresa Export Import Candres S.A.C en la exportación de frijol castilla.
3. Comprobar la viabilidad del plan de negocios mediante un estudio económico y financiero.

#### **3.3.3. Propuesta (resumen ejecutivo)**

La presente investigación se basa en establecer si el plan de negocios permite la exportación de frijol castilla en la empresa CANDRES S.A.C hacia el mercado Estadounidense. La empresa actualmente se dedica al procesamiento, comercialización, exportación e importación de productos alimenticios, por ello, aspira en incursionar en la exportación de frijol castilla hacia EE.UU, puesto que, el producto es muy demandado por dicho mercado, debido que, es acreedor de un gran valor nutricional, además de ello, Piura posee un enorme potencial para el cultivo de dicho producto, todo esto gracias

a sus tierras fértiles y su clima adecuado para la producción; por ende, Candres acopiará la materia prima de diferentes productores de frijol castilla en Piura. Así mismo, también se busca evaluar la rentabilidad de dicho plan de exportación, el cual pretende revalorar el consumo de frijol castilla en Estados Unidos donde se está cambiando la cultura alimenticia por una más saludable, a su vez se aprovechará la presencia de gran cantidad de personas latinas que conocen el producto y lo hacen parte de su dieta, es por ello, que este plan de negocio está orientado al consumidor estadounidense.

Las personas involucradas en este plan de negocio son: Alvarado Farfán Mirla Romina y Álvarez Samillán Jordy Jean Paul, estudiantes de Negocios Internacionales, así mismo, la empresa CANDRES S.A.C con su gerente general Laines Oliva Carlos Humberto quien brindará los datos adecuados para elaboración de este plan de exportación de frijol castilla.

#### **3.3.4. Historia de la empresa**

**Figura 7**

*Logo de la Empresa*



Export Import Candres S.A.C es una empresa familiar que surgió en la ciudad de Piura el 07 de enero de 2002. Así mismo, a través de los años, esta empresa fue creciendo y abrió una sede productiva en Chulucanas, una sucursal en Tumbes y un depósito en Chiclayo. Actualmente se dedica al procesamiento, comercialización, exportación de productos provenientes de Jaen, Piura, Moyobamba y Chiclayo (café, legumbres y menestras) únicamente hacia Colombia y la importación de productos que son ingresados a Perú desde Canadá y Bolivia.

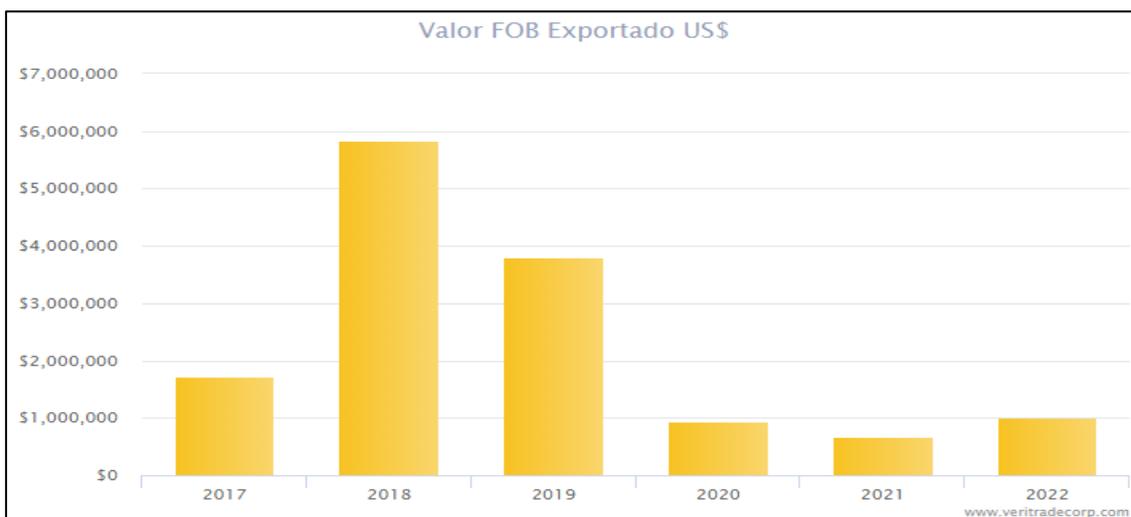
A su vez, respecto al total de sus exportaciones en los últimos 5 años se registraron 151 envíos internacionales con un valor de US\$ 13,991,632 M, mientras que, se evidenció un total de 197 importaciones con un valor de US\$

18,847,059 M.

Así mismo, es preciso recalcar que Candres cuenta con varias certificaciones internacionales entre las que destacan: BPM, HACCP, 5C y Certificación fitosanitaria, los cuales abalan y reflejan el adecuado proceso que realiza la empresa en cada una de sus actividades.

**Figura 8**

*Exportaciones de Candres en un periodo de 5 años*



*Fuente: Veritrade (2022)*

**Figura 9**

*Importaciones de Candres en un periodo de 5 años*

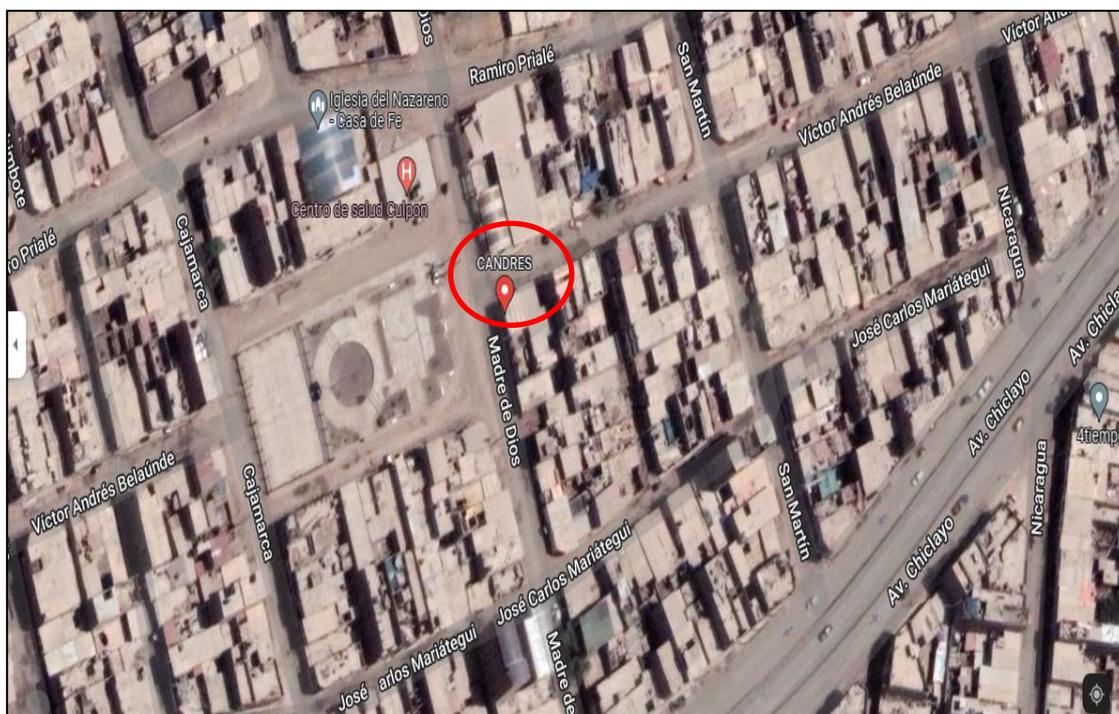


*Fuente: Veritrade (2022)*

### 3.3.4.1. **Ubicación de la empresa**

Figura 10

Ubicación de la empresa Candres



*Nota:* La oficina principal de la empresa Candres se encuentra situada en Mz.O 1 Lote 7 Urb. Miraflores – Castilla (Piura).

### 3.3.5. **Análisis de la industria**

#### 3.3.5.1. **Análisis de la industria internacional**

Referente a los envíos internacionales de frijol castilla en el ámbito internacional se puede evidenciar que en los últimos 5 años los envíos al exterior han variado, debido que, actualmente el Perú ocupa el puesto N° 3, mientras que en el año anterior ocupaba el puesto N° 2 en las exportaciones de dicho producto.

#### a. **Análisis de los principales países a nivel mundial**

Con el fin de conocer los 10 primeros países exportadores a nivel internacional, se utilizó a Trade Map, plataforma que alberga datos exactos sobre comercio exterior de todos los productos y/o servicios alrededor del

mundo.

**Tabla 8**

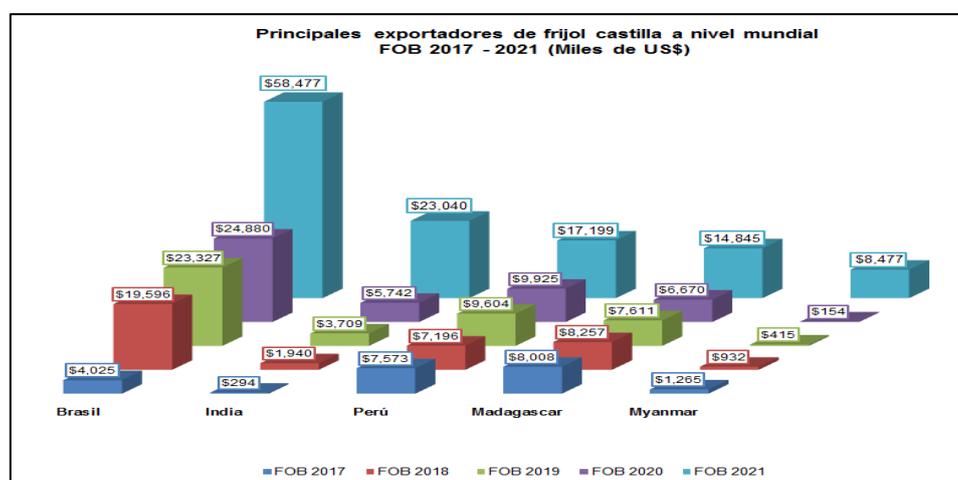
*Principales exportadores mundiales (Miles de US\$)*

<b>Exportadores</b>	<b>FOB 2017</b>	<b>FOB 2018</b>	<b>FOB 2019</b>	<b>FOB 2020</b>	<b>FOB 2021</b>
Brasil	4,025	19,596	23,327	24,880	58,477
India	294	1,940	3,709	5,742	23,040
Perú	7,573	7,196	9,604	9,925	17,199
Madagascar	8,008	8,257	7,611	6,670	14,845
Myanmar	1,265	932	415	154	8,477
Turquía	85	583	5,130	4,773	7,701
Emiratos Árabes Unidos	1,127	2,985	2,903	1,477	1,704
EE.UU.	1,108	1,201	1,735	1,730	1,635
China	1,455	1,259	1,097	1,036	1,619
Kenya	163	349	99	1,182	1,450
<b>Otros</b>	<b>5,143</b>	<b>5,457</b>	<b>5,288</b>	<b>6,356</b>	<b>9,304</b>
<b>Total</b>	<b>30,246</b>	<b>49,755</b>	<b>60,918</b>	<b>63,925</b>	<b>145,451</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

**Figura 11**

*Principales exportadores mundiales (2017 - 2021)*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

En la figura anterior se evidencia los 5 primeros países referentes a la exportación de frijol castilla en el ámbito mundial, donde Brasil se posiciona el primer puesto en las exportaciones de frijol castilla con un total de US\$ 58,477.00, seguido por India con US\$ 23,040.00 y Perú con un valor Fob de US\$ 17,199.00 en el 2021, el cual este último descendió un puesto respecto al año 2020.

**Tabla 9**

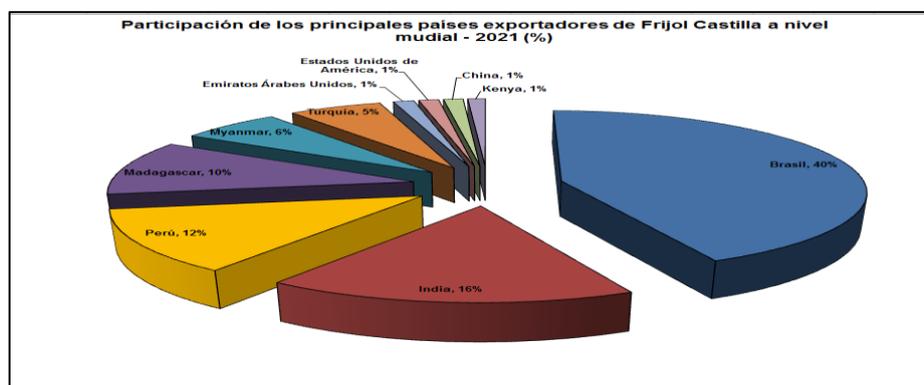
*Participación de los principales exportadores mundiales*

<b>Exportadores</b>	<b>% Part. 2017</b>	<b>% Part. 2018</b>	<b>% Part. 2019</b>	<b>% Part. 2020</b>	<b>% Part. 2021</b>
Brasil	13%	39%	38%	39%	40%
India	1%	4%	6%	9%	16%
Perú	25%	14%	16%	16%	12%
Madagascar	26%	17%	12%	10%	10%
Myanmar	4%	2%	1%	0%	6%
Turquía	0%	1%	8%	7%	5%
Emiratos Árabes Unidos	4%	6%	5%	2%	1%
Estados Unidos de América	4%	2%	3%	3%	1%
China	5%	3%	2%	2%	1%
Kenya	1%	1%	0%	2%	1%
<b>Resto del mundo</b>	<b>17%</b>	<b>11%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

**Figura 12**

*Participación de los principales países exportadores mundiales (%)*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

Respecto a la figura anterior, se puede observar el porcentaje de participación de los 10 primeros países exportadores de frijol castilla, en donde Brasil ocupa el 40% de participación, seguido por India, Perú, Madagascar, Myanmar, entre otros con 16%, 12%, 10% y 6% respectivamente.

#### **b. Análisis de los principales importadores de nivel mundial**

**Tabla 10**

*Principales importadores mundiales (Miles de US\$)*

Importadores	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	FOB 2021
India	44,307	31,824	43,716	34,308	56,955
Turquía	2,642	1,667	7,694	5,332	11,598
EE.UU	1,582	3,695	8,840	8,042	8,852
Emiratos Árabes Unidos	5,351	3,807	3,731	2,790	6,990
Corea	3,102	3,534	3,201	2,895	6,565
Iraq	416	495	4,063	2,907	5,208
Reino Unido	2,814	5,078	3,228	4,216	3,044
Portugal	3,246	4,647	1,598	2,463	2,515
Nepal	40	331	34	356	2,470

Italia	1,442	1,443	1,574	1,908	2,325
<b>Resto del mundo</b>	<b>18,970</b>	<b>17,032</b>	<b>30,245</b>	<b>26,657</b>	<b>23,245</b>
<b>Mundo</b>	<b>83,912</b>	<b>73,553</b>	<b>107,924</b>	<b>91,874</b>	<b>129,767</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

Figura 13

Principales importadores mundiales (2017 - 2021)



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

En la figura se puede apreciar los 6 principales importadores del producto frijol castilla entre los años 2017 – 2021, en donde India lidera dichas importaciones con un FOB total en el año 2021 de US\$ 56,955 dólares, seguido por Turquía (US\$11,598), EE.UU (US\$8,852), Emiratos Árabes Unidos (US\$ 6,990), Corea (US\$ 6,565) e Iraq (US\$ 5,208), los cuales se posicionan como los principales países en la compra de dicha producto.

Tabla 11

Participación de los principales exportadores mundiales

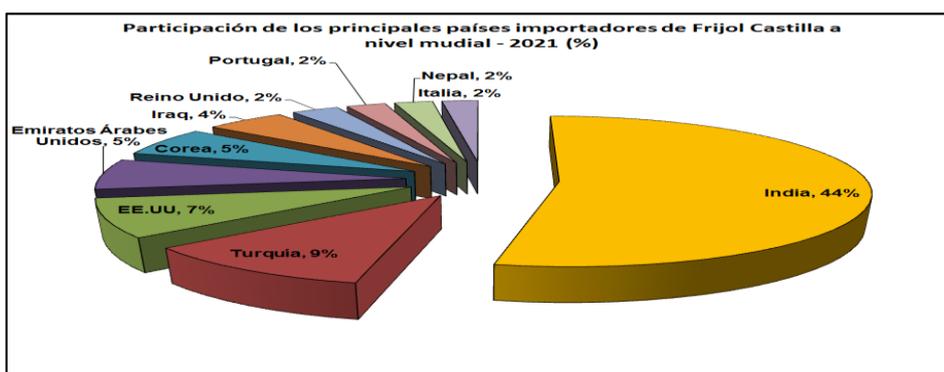
Importadores	% Part.				
	2017	2018	2019	2020	2021
India	53%	43%	41%	37%	44%
Turquía	3%	2%	7%	6%	9%
EE.UU	2%	5%	8%	9%	7%
Emiratos Árabes Unidos	6%	5%	3%	3%	5%

Corea	4%	5%	3%	3%	5%
Iraq	0%	1%	4%	3%	4%
Reino Unido	3%	7%	3%	5%	2%
Portugal	4%	6%	1%	3%	2%
Nepal	0%	0%	0%	0%	2%
Italia	2%	2%	1%	2%	2%
<b>Resto del mundo</b>	<b>23%</b>	<b>23%</b>	<b>28%</b>	<b>29%</b>	<b>18%</b>
<b>Mundo</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

**Figura 14**

*Participación de los principales países importadores mundiales (%)*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

Se puede apreciar la participación de mercado de los principales países importadores de frijol castilla, en el cual se pudo identificar que India se posiciona como líder en el consumo de dicho producto con un 44%, seguido de Turquía, Emiratos Árabes Unidos, Corea entre otros, con 9%, 7%, 5% y 5% respectivamente.

### **3.3.5.2. Análisis del entorno nacional**

Referente al estudio del entorno nacional, este se realizó mediante la información proporcionada por la plataforma comercial Infotrade, en donde se observó y analizó los envíos de las principales empresas peruanas exportadoras de frijol castilla hacia diferentes mercados.

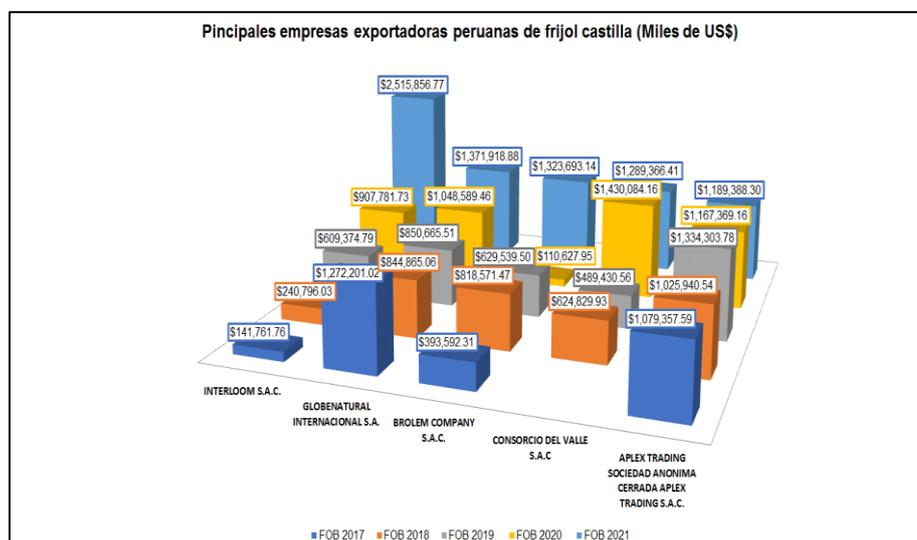
**Tabla 12***Empresas exportadoras de frijol castilla del Perú (Miles de US\$)*

<b>Empresas</b>	<b>FOB 2017</b>	<b>FOB 2018</b>	<b>FOB 2019</b>	<b>FOB 2020</b>	<b>FOB 2021</b>
Interloom S.A.C.	141,761.76	240,796.03	609,374.79	907,781.73	2,515,856.77
Globenatural Internacional S.A.	1,272,201.02	844,865.06	850,665.51	1,048,589.46	1,371,918.88
Brolem Company S.A.C.	393,592.31	818,571.47	629,539.50	110,627.95	1,323,693.14
Consorcio del Valle S.A.C		624,829.93	489,430.56	1,430,084.16	1,289,366.41
Aplex Trading S.A.C.	1,079,357.59	1,025,940.54	1,334,303.78	1,167,369.16	1,189,388.30
Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.	739,022.63	370,772.70	929,089.13	635,198.64	1,153,137.60
Blue Pacific Oils S.A.			323,298.40	46,070.61	947,691.90
Geale Agrotrading E.I.R.L.		108,526.10	78,375.00	229,058.98	759,631.96
Blue Market S.A.C		160,789.63	370,794.68	495,462.58	635,422.39
Agro Y Procesos Del Norte E.I.R.L.				150,192.00	621,907.71
<b>Otros</b>	<b>3,966,867.69</b>	<b>3,269,683.61</b>	<b>4,230,274.16</b>	<b>3,877,837.19</b>	<b>5,570,039.16</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,592,803</b>	<b>7,464,775.07</b>	<b>9,845,145.51</b>	<b>10,098,272.46</b>	<b>17,378,054.22</b>

*Fuente: Elaboración propia con datos de Infotrade (2022)*

**Figura 15**

*Empresas exportadoras peruanas de frijol castilla del Perú (2017 - 2021)*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2022)

La figura muestra las 5 principales empresas peruanas las cuales exportan frijol castilla a diferentes mercados. Por ende, se identificó que Interloom S.A.C exportó en el año 2021 un total de US\$ 2,515,856.77 dólares ocupando el primer lugar, posterior a ello, se encuentra Globenatural Internacional S.A con un FOB de US\$ 1,371,918.88 dólares, seguido por Brolem Company S.A.C, Consorcio del Valle S.A.C y Aplex Trading S.A.C con US\$ 1,323,693.14, US\$ 1,289,366.41 y US\$ 1,189,388.30 dólares respectivamente.

**Tabla 13**

*Principales empresas exportadoras de frijol castilla - 2021*

Empresas	FOB 2021	2021 Peso Neto (KG)
Interloom S.A.C.	2,515,856.77	1,699,870.00
Globenatural Internacional S.A.	1,371,918.88	1,061,960.00
Brolem Company S.A.C.	1,323,693.14	955,730.00
Consorcio del Valle S.A.C	1,289,366.41	892,575.60
Aplex Trading S.A.C.	1,189,388.30	815,317.52

Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.	1,153,137.60	814,654.80
Blue Pacific Oils S.A.	947,691.90	651,610
Geale Agrotrading E.I.R.L.	759,631.96	538,815
Blue Market S.A.C	635422.39	510,997
Agro Y Procesos Del Norte E.I.R.L.	621,907.71	490,960
<b>Otros</b>	<b>5,570,039.16</b>	<b>4,230,199.37</b>
<b>TOTAL</b>	<b>17,378,054.22</b>	<b>12,662,689.29</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2022)

**Tabla 14**

*Participación de las principales empresas exportadoras de frijol castilla 2017 - 2021*

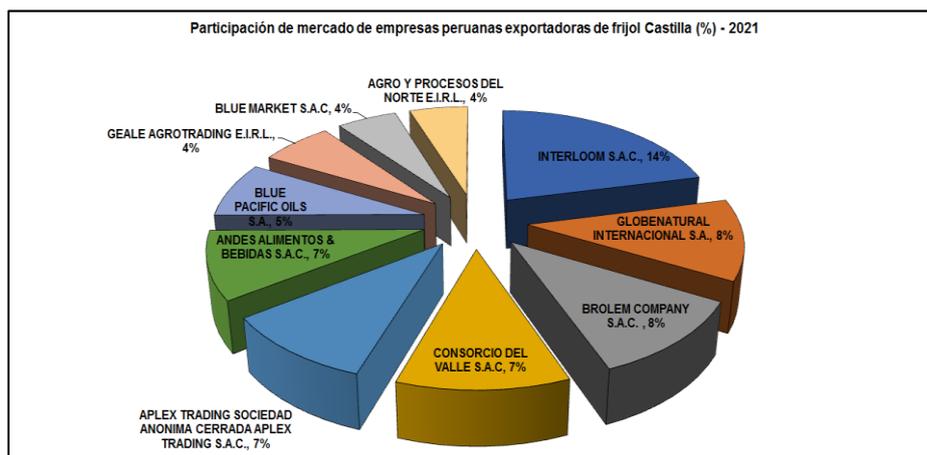
<b>Empresas</b>	<b>FOB 2017</b>	<b>FOB 2018</b>	<b>FOB 2019</b>	<b>FOB 2020</b>	<b>FOB 2021</b>
Interloom S.A.C.	2%	3%	6%	9%	14%
Globenatural Internacional S.A.	17%	11%	9%	10%	8%
Brolem Company S.A.C.	5%	11%	6%	1%	8%
Consorcio del Valle S.A.C	0%	8%	5%	14%	7%
Aplex Trading S.A.C.	14%	14%	14%	12%	7%
Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.	10%	5%	9%	6%	7%
Blue Pacific Oils S.A.	0%	0%	3%	0%	5%
Geale Agrotrading E.I.R.L.	0%	1%	1%	2%	4%
Blue Market S.A.C	0%	2%	4%	5%	4%
Agro Y Procesos Del Norte E.I.R.L.	0%	0%	0%	1%	4%

<b>Otros</b>	<b>52%</b>	<b>44%</b>	<b>43%</b>	<b>38%</b>	<b>32%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2022)

**Figura 16**

*Participación de las principales empresas exportadoras de frijol castilla - 2021*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2022)

En la anterior figura, se puede apreciar que Interloom S.A.C. cuenta con 14% de participación a varios mercados en la exportación de frijol castilla, seguido por Globenatural Internacional S.A con un 8% y Brolem Company S.A.C con un 8%, cifras que los posicionan en los 3 primeros lugares en el ranking de exportadores peruanos de frijol castilla.

**Tabla 15**

*Principales importadores de frijol castilla del Perú (Miles de US\$)*

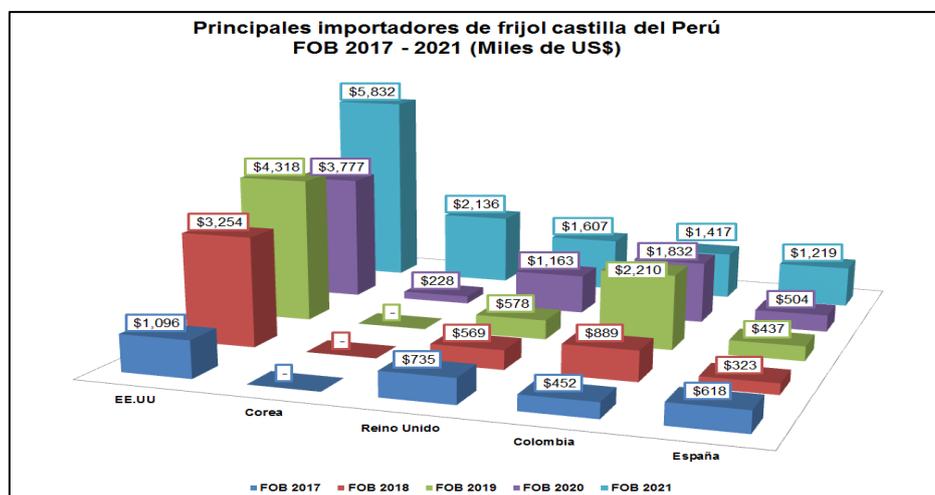
<b>Importadores</b>	<b>FOB 2017</b>	<b>FOB 2018</b>	<b>FOB 2019</b>	<b>FOB 2020</b>	<b>FOB 2021</b>
EE.UU	1,096	3,254	4,318	3,777	5,832
Corea	-	-	-	228	2,136
Reino Unido	735	569	578	1,163	1,607
Colombia	452	889	2,210	1,832	1,417
España	618	323	437	504	1,219
Grecia	167	75	357	378	594

Canadá	856	367	219	150	537
Italia	1,039	246	326	95	483
Israel	132	30	-	60	455
Portugal	378	49	28	11	410
<b>Otros</b>	<b>2,100</b>	<b>1,394</b>	<b>1,131</b>	<b>1,727</b>	<b>2,509</b>
<b>Mundo</b>	<b>7,573</b>	<b>7,196</b>	<b>9,604</b>	<b>9,925</b>	<b>17,199</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

Figura 17

Principales importadores de frijol castilla del Perú (2017 - 2021)



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

En la anterior figura se puede demostrar que entre los 5 principales mercados de destino del frijol castilla peruano se encuentran EE.UU (principal importador) con un valor total en el año 2021 de US\$ 5,832 dólares, así mismo, también se pudo identificar que países como Corea, Reino Unido, Colombia y España concentran una gran cantidad de importaciones peruanas de frijol castilla, convirtiéndose al mismo tiempo en principales mercado de exportación.

Tabla 16

Participación de los principales importadores de frijol castilla del Perú

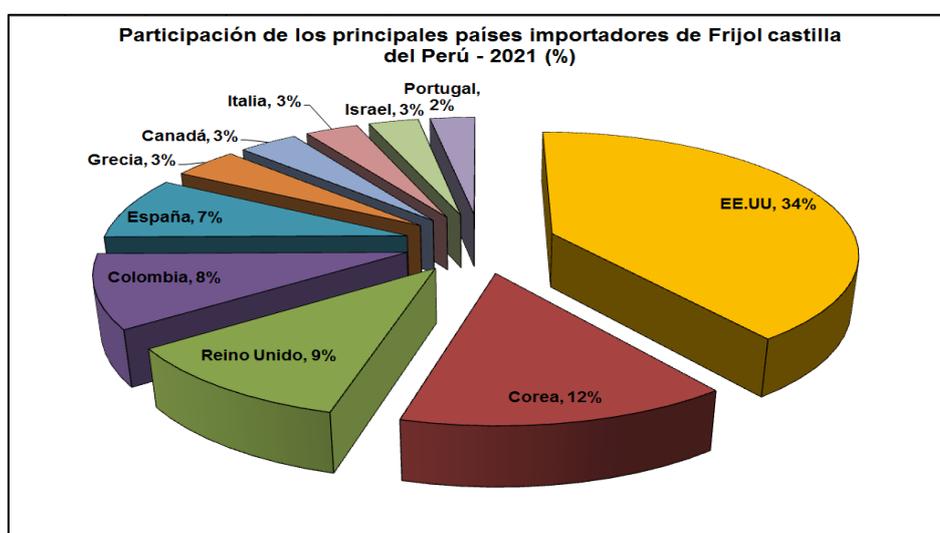
Importadores	% Part.				
	2017	2018	2019	2020	2021
EE.UU	14%	45%	45%	38%	34%

Corea	0%	0%	0%	2%	12%
Reino Unido	10%	8%	6%	12%	9%
Colombia	6%	12%	23%	18%	8%
España	8%	4%	5%	5%	7%
Grecia	2%	1%	4%	4%	3%
Canadá	11%	5%	2%	2%	3%
Italia	14%	3%	3%	1%	3%
Israel	2%	0%	0%	1%	3%
Portugal	5%	1%	0%	0%	2%
<b>Resto del mundo</b>	<b>28%</b>	<b>19%</b>	<b>12%</b>	<b>17%</b>	<b>15%</b>
<b>Mundo</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

**Figura 18**

*Participación de los principales países importadores de frijol castilla del Perú (%)*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

Respecto a la participación de los principales importadores de frijol castilla peruano, podemos identificar que el líder en dicho aspecto es EE.UU con un 34% de participación de mercado, seguido por Corea con un 12%, Reino Unido con 9%, Colombia con un 8%, España con un porcentaje de 7%, entre otros más, los cuales constituyen la mayor demanda peruana referente al producto de frijol castilla.

### 3.3.5.3. Selección de mercado objetivo: Metodología ITC

Tabla 17

Indicadores ITC

Países atractivos	Tamaño del mercado			Dinamismo del mercado			Competencia			
	Valor importado (miles \$) en 2021	Cuota de mercado de importaciones mundiales (%)	Valor unitario (US\$/unidad)	Puntuación (1 a 5) 5 = lo mejor	Crecimiento anual en valor 2017-2021 (%)	Mercado importador más dinámico que promedio mundial (sí o no)	Puntuación (1 a 5) 5 = lo mejor	Valor exportado (miles \$) por Perú en 2021	Perú está ganando cuota de mercado (sí o no)	Puntuación (1 a 5) 5 = lo mejor
<b>Importaciones mundiales totales</b>	<b>127.993</b>	<b>100%</b>	<b>1.034</b>		<b>12%</b>			<b>17.199</b>		
Turquía	11.598	9,1	1.095	<b>4</b>	51%	SÍ	<b>3</b>	405	SÍ	<b>4</b>
EE.UU	8.852	6,9	1.515	<b>4</b>	53%	SÍ	<b>4</b>	5.832	SÍ	<b>5</b>
Irán	4.329	3,4	1.240	<b>3</b>	44%	SÍ	<b>2</b>	0	NO	<b>1</b>

Malasia	2.136	1,7	1.055	<b>2</b>	50%	SÍ	<b>3</b>	140	SÍ	<b>2</b>
Nepal	1.362	1,1	954	<b>1</b>	104%	SÍ	<b>5</b>	0	NO	<b>1</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

**Tabla 18**

*Acceso al mercado*

<b>Países atractivos</b>	<b>Arancel que enfrenta Perú en el país objetivo,%</b>	<b>Acceso preferencial (sí o no)</b>	<b>Régimen comercial</b>	<b>Ventaja arancelaria para Perú* (sí o no)</b>	<b>Puntuación (1 a 5) 5 = lo mejor</b>
Turquía	0%	Sí	Derechos NMF	Sí	<b>4</b>
EE.UU	0%	Sí	Derechos NMF	Sí	<b>4</b>
Irán	5%	No	Tarifa general	No	<b>2</b>
Malasia	0%	No	Derechos NMF	No	<b>3</b>
Nepal	10%	No	Derechos NMF	No	<b>2</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Market Access Map (2022)

**Tabla 19**

*Riesgo país*

<b>Países atractivos</b>	<b>Distancia</b>	<b>Proximidad cultural</b>	<b>Riesgo-País</b>	<b>Ambiente comercial</b>	<b>Puntuación (1 a 5) 5 = lo mejor</b>
Turquía	7.048	No	c	A4	2
EE.UU	8.320	No	A2	A1	4
Irán	1.131	No	mi	D	2
Malasia	3.018	No	A4	A3	4
Nepal	12.597	No	C	B	1

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Coface for trade (2022)

**Tabla 20**

*Selección de mercado: Tabla resumen*

	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>20%</b>		<b>20%</b>		<b>100%</b>	
<b>Países atractivos</b>	<b>Tamaño del mercado</b>	<b>Dinamismo del mercado</b>	<b>Competencia</b>	<b>Apertura del mercado</b>	<b>Distancia</b>	<b>Proximidad Cultural</b>	<b>Riesgo del país</b>	<b>Ambiente comercial</b>	<b>Países atractivos Puntuación (1 a 5) 5 = lo</b>

---

mejor

---

Turquía	4	3	4	4	2	<b>3.40</b>
EE.UU	4	4	5	4	4	<b>4.25</b>
Irán	3	2	1	2	2	<b>1.90</b>
Malasia	2	3	2	3	4	<b>2.80</b>
Nepal	1	5	1	2	1	<b>2.00</b>

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Conclusión:**

El mercado seleccionado es EE.UU, según la metodología del International Trade Centre, obteniendo un puntaje final de 4.25 superando a países como Turquía y Malasia.

### 3.3.5.4. Análisis del mercado objetivo EE.UU

#### a. Proveedores internacionales de frijol castilla para mercado de EE.UU

Para poder conocer los proveedores internacionales del mercado estadounidense se acudió a la plataforma de trade Map, la cual facilitó el acceso a cifras exactas de las importaciones realizadas por EE.UU para la compra del producto de frijol castilla.

Tabla 21

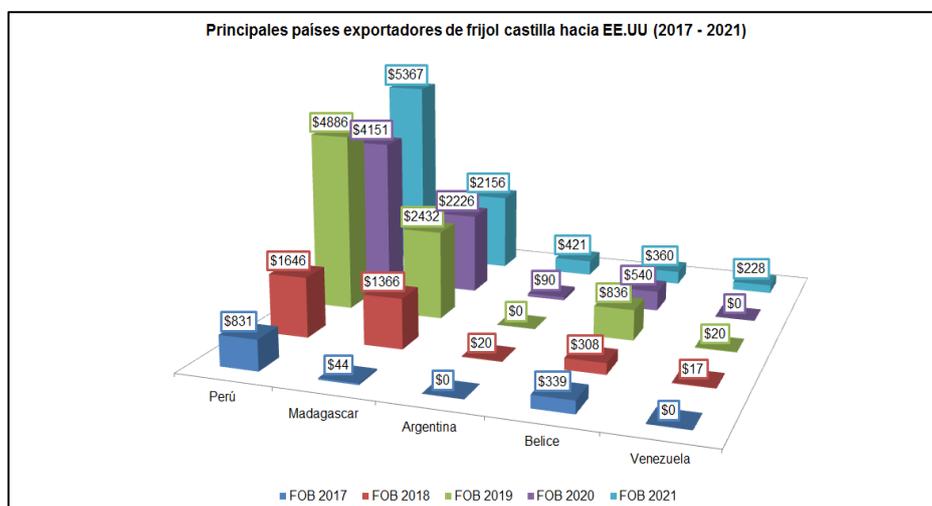
Principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU (Miles US\$)

<b>Exportadores</b>	<b>FOB 2017</b>	<b>FOB 2018</b>	<b>FOB 2019</b>	<b>FOB 2020</b>	<b>FOB 2021</b>
Perú	831	1,646	4,886	4,151	5,367
Madagascar	44	1,366	2,432	2,226	2,156
Argentina	-	20	-	90	421
Belice	339	308	836	540	360
Venezuela	-	17	20	-	228
India	28	19	95	129	132
Turquía	-	-	-	70	60
Brasil	14	35	33	720	48
Países Bajos	-	-	-	-	29
Kenya	29	59	-	11	21
<b>Otros</b>	<b>297</b>	<b>225</b>	<b>538</b>	<b>105</b>	<b>30</b>
<b>Mundo</b>	<b>1,582</b>	<b>3,695</b>	<b>8,840</b>	<b>8,042</b>	<b>8,852</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

**Figura 19**

*Principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU 2017 – 2021 (Miles US\$)*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

Respecto a la anterior figura, se obtuvo los siguientes datos: Perú se posiciona como el principal proveedor de frijol castilla hacia el mercado americano con cifras que alcanzan los US\$ 5,367 dólares, así mismo en el segundo lugar, se puede apreciar a Madagascar con US\$ 2,156 dólares, seguido por Argentina (US\$ 421), Belize (US\$ 360) y Venezuela (US\$ 228). Ante ello, se llegó a evidenciar que Perú ha logrado mantenerse como líder en la lista entre los periodos 2017 – 2021.

**Tabla 22**

*Participación de mercado de los principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU (%)*

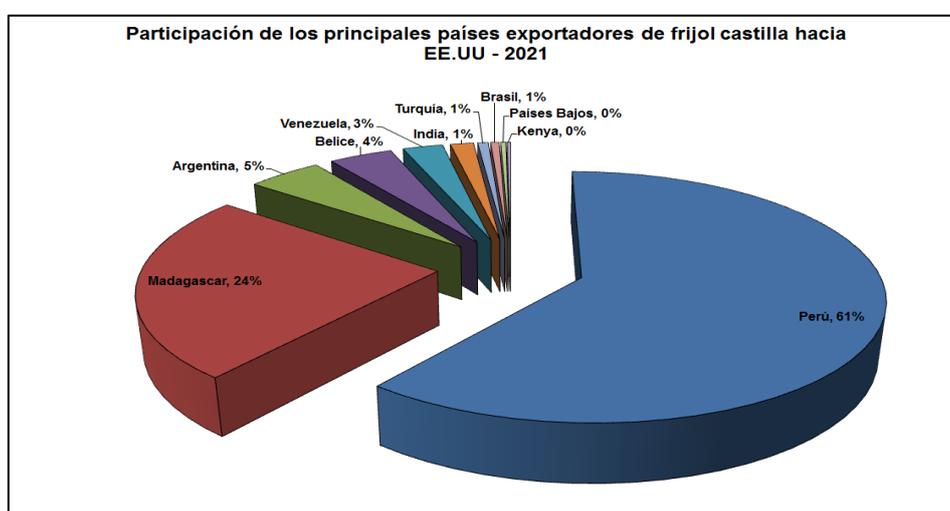
Exportadores	% Part.	% Part.	% Part.	Part.	% Part.
	2017	2018	2019	2020	2021
Perú	53%	45%	55%	52%	61%
Madagascar	3%	37%	28%	28%	24%
Argentina	0%	1%	0%	1%	5%
Belize	21%	8%	9%	7%	4%
Venezuela	0%	0%	0%	0%	3%
India	2%	1%	1%	2%	1%

Turquía	0%	0%	0%	1%	1%
Brasil	1%	1%	0%	9%	1%
Países Bajos	0%	0%	0%	0%	0%
Kenya	2%	2%	0%	0%	0%
<b>Otros</b>	<b>19%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>
<b>Mundo</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

**Figura 20**

*Participación de mercado de los principales proveedores de frijol castilla hacia EE.UU - 2021 (%)*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Trade Map (2021)

La participación de los principales países exportadores de frijol castilla se encuentra liderada por Perú con un 61%, y en segundo lugar Madagascar con 24%, seguido por Argentina (5%), Venezuela (3%), entre otros, los cuales se han convertido en los países más importantes para EE.UU, debido que, proveen en gran cantidad el producto de frijol castilla, así mismo, cabe recalcar que entre los 4 primeros países antes mencionados, estos representan el 93% del total de participación.

**b. Proveedores de frijol castilla de empresas peruanas**

Tabla 23

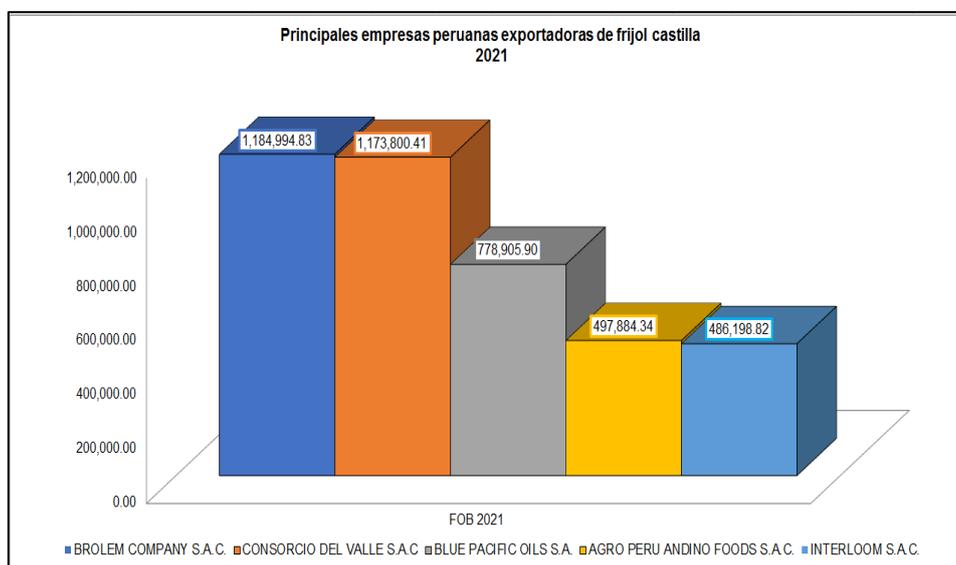
Principales empresas peruanas exportadoras de frijol castilla hacia EE.UU 2017 - 2021 (Miles de US\$)

<b>Empresas</b>	<b>FOB 2017</b>	<b>FOB 2018</b>	<b>FOB 2019</b>	<b>FOB 2020</b>	<b>FOB 2021</b>
Brolem Company S.A.C.		769,998.50	629,539.50	110,627.95	1,184,994.83
Consorcio del Valle S.A.C		624,829.93	485,975.21	1,351,784.58	1,173,800.41
Blue Pacific Oils S.A.					778,905.90
Agro Peru Andino Foods S.A.C.		27,337.29	136,711.62	188,300.70	497,884.34
Interloom S.A.C.		74,812.50	400,616.76	423,823.84	486,198.82
Geale Agrotrading E.I.R.L.		80,130.20	48,285.00	60,160.79	401,955.31
Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.	225,171.76	159,695.98	660,550.50	468,601.34	374,933.15
Food Export Norte Sac	7,412.28	27,659.62	130,672.72	49,861.07	359,173.14
"Mama Foods S.A.C"					137,939.00
Globenatural Internacional S.A.	312,581.27	428,076.40	496,911.55	89,956.00	118,400.00
<b>Otros</b>	<b>472,899.91</b>	<b>1,043,410.90</b>	<b>1,285,559.48</b>	<b>912,909.66</b>	<b>461,775.40</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,018,065.22</b>	<b>3,235,951.32</b>	<b>4,274,822.34</b>	<b>3656025.93</b>	<b>5975960.3</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Infotrade (2021)

**Figura 21**

*Principales empresas exportadoras peruanas de frijol castilla hacia EE.UU - 2021*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2021)

La figura anterior evidencia que la empresa líder en exportaciones hacia EE.UU de frijol castilla es Brolem Company S.A.C con un monto total de US\$ 1,184,994.83 dólares, así mismo, en segundo lugar se puede encontrar a Consorcio del Valle S.A.C con un FOB de US\$ 1,173,800.41, seguido de Blue Pacific Oils S.A con un valor de US\$ 778,905.90 posicionándose en 3° lugar como una las empresas exportadoras del Perú hacia el mercado estadounidense.

**Tabla 24**

*Participación de las principales empresas peruanas exportadoras de frijol castilla Hacia EE.UU 2017 - 2021*

Empresas	%Part.	%Part.	%Part.	%Part.	%Part.
	2017	2018	2019	2020	2021
Brolem Company S.A.C.	0%	24%	15%	3%	20%
Consorcio del Valle S.A.C	0%	19%	11%	37%	20%
Blue Pacific Oils S.A.	0%	0%	0%	0%	13%
Agro Peru Andino Foods S.A.C.	0%	1%	3%	5%	8%

Interloom S.A.C.	0%	2%	9%	12%	8%
Geale Agrotrading E.I.R.L.	0%	2%	1%	2%	7%
Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.	22%	5%	15%	13%	6%
Food Export Norte Sac	1%	1%	3%	1%	6%
"Mama Foods S.A.C"	0%	0%	0%	0%	2%
Globenatural Internacional S.A.	31%	13%	12%	2%	2%
<b>Otros</b>	<b>46%</b>	<b>32%</b>	<b>30%</b>	<b>25%</b>	<b>8%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2021)

**Tabla 25**

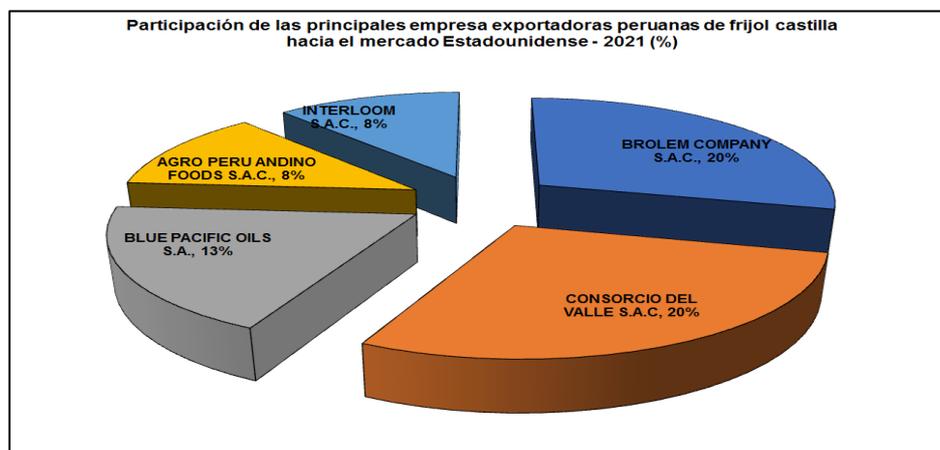
*Principales empresas del Perú exportadoras de frijol castilla hacia EE.UU (Miles de US\$) - 2021*

<b>Empresas</b>	<b>FOB 2021</b>	<b>Peso Neto (KG) - 2021</b>
Brolem Company S.A.C.	1,184,994.83	854,770.00
Consorcio del Valle S.A.C	1,173,800.41	848,575.60
Blue Pacific Oils S.A.	778,905.90	531,810.00
Agro Peru Andino Foods S.A.C.	497,884.34	347,994.68
Interloom S.A.C.	486,198.82	345,445.00
Geale Agrotrading E.I.R.L.	401,955.31	272,958.00
Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.	374,933.15	266,949.80
Food Export Norte Sac	359,173.14	239,613.00
"Mama Foods S.A.C"	137,939.00	100,000.00
Globenatural Internacional S.A.	118,400.00	80,000.00
<b>Otros</b>	<b>461,775.40</b>	<b>4,223,370.79</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2021)

**Figura 22**

*Participación de las principales empresas peruanas exportadoras de frijol castilla hacia EE.UU (%) - 2021*



*Fuente:* Elaboración propia con datos de Infotrade (2021)

Referente a la participación de mercado de las empresas peruanas en EE.UU, se evidenció que Brolem Company S.A.C y Consorcio del Valle S.A.C ocupan el 20%, seguido por Blue Pacific Oils S.A.C con un 13% y Agro Perú Andino S.A.C con Interloom S.A.C con 8% de participación de mercado, siendo éstas las principales empresas ya posicionadas en dicho mercado.

### **3.3.5.5. Segmentación del mercado Estadounidense**

#### **a. Segmentación demográfica**

La propuesta realizada para este plan de negocio es exclusivamente hacia el mercado de California, es decir, el producto de frijol castilla será exportado hacia dicho estado de EE.UU.

**Tabla 26**  
*Mercado Estadounidense*

<b>Estados Unidos</b>	
Superficie	9.831.510 Km2
Población	332.183.000
Capital	Ciudad de Washington
Moneda	Dólares USA.

Religión	Mayoritariamente cristianismo
PIB	Primer trimestre de 2022 fue de 5.434.673 millones de euros,
PIB per cápita	74.725
Tasa de inflación	3,5
Forma de gobierno	República federal, basada en la democracia
Nivel de desarrollo	Economía de ingresos elevados, miembro de la OCDE, miembro del G8.

#### **El IPC (Índice de Precios al Consumo, interanual 2022)**

IPC GENERAL	8.6%
Alimentos y bebidas	9.7%
Vestido y calzado	5.0%
Vivienda	6.9%
Medicina	3.7%
Transporte	19.4%
Ocio y Cultura	4.5%

*Fuente:* Elaboración propia, tomados de Datosmacro (2022)

Así mismo, es importante resaltar que California alberga la mayor cantidad de población latina en EE.UU, cifra que alcanza los 15,6 M de ciudadanos.

**Tabla 27**

*Población latina*

<b>Estados</b>	<b>Población Latina (millones)</b>
California	15,6
Texas	11,4
Florida	6,7
Nueva York	3,9
Illinois	3,3

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Agencia EFE (2021)

**Tabla 28***Proporción de la población latina*

<b>Estados</b>	<b>Proporción de la Población Latina</b>
Nuevo México	47,7%
California	39,4%
Texas	39,3%
Arizona	30,7
Nevada	26,7%

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Agencia EFE (2021)**Tabla 29***Población latina mayor de 18 años*

<b>Estados</b>	<b>Latinos &lt; 18 años</b>
California	4,5 M
Texas	3,5 M
Florida	1,4 M
Nueva York	1 M

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Agencia EFE (2021)

A su vez, en cuanto a la población general con la que cuenta California esta asciende en 39,368,078 habitantes en total, siendo de esta forma la población más numerosa de EE.UU. A su vez, cabe resaltar que del total de su población, el 39,1% es de origen hispano o latino (Menéndez et al., 2020).

**Tabla 30***Edades (%)*

<b>Población - Edades</b>	<b>%</b>
< 5 años	6%
< 18 años	22,5%
[19 – 64] años	62,7%
> 65 años	14,8%

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Menéndez et al. (2020)

**Tabla 31***Géneros (%)*

<b>Género</b>	<b>%</b>
Mujeres	50,3%
Hombres	49,7%

*Fuente:* Elaboración propia con datos de Menéndez et al. (2020)**Tabla 32***Ingresos medio*

<b>Ingreso Familiar medio</b>	<b>Ingreso medio anual para vivir de forma cómoda</b>
\$78,672	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ \$54,501</li> <li>○ \$150,392 (si cuenta con una vivienda).</li> <li>○ \$136,208 (inquilino).</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de United States Census Bureau (2021) y Gonzales (2021)**b. Grupo objetivo**

Por ende, y según los datos plasmados anteriormente, se puede establecer que el grupo o segmento de población al que estará dirigida la exportación de frijol castilla cuenta con mayores opciones de consumo para producto. Es así, que el grupo objetivo se encuentra en California – EE.UU, el cual está dirigido a ambos géneros entre las edades de 19 y 64 años que a su vez cuenten con un ingreso medio anual de \$54,501, \$150,392 (si cuenta con una casa) o \$136,208 (inquilino).

**Figura 23***Objetivo específico: Tabla resumen*

<b>California</b>	
Edad	19 a 64 años
Sexo	Femenino y masculino

Ingreso medio anual	\$54,501
Estado civil	Todas sus condiciones
Característica	Ciudadanos latinos en donde prevalezca el consumo de alimentos saludables y de calidad como las legumbres.
Latinos	15,600,000
19 - 64 años	62.7%
Población	9,781,200

*Fuente:* Elaboración propia

**Figura 24**

*Proyección - Población objetiva*

<b>Información</b>				
<b>Horizonte</b>	<b>5 años</b>	<b>Población (Latinos)</b>	<b>%</b>	<b>Meta</b>
<b>Grupo Objetivo (crecimiento demográfico de 0.47%)</b>	2021	9,781,200	0.50%	48,906
	2022	9,827,172	0.60%	58,963
	2023	9,873,359	0.70%	69,114
	2024	9,919,764	0.80%	79,358
	2025	9,966,387	0.90%	89,697

*Fuente:* Elaboración propia

### 3.6. Planteamiento estratégico

#### Visión

Ser reconocidos en el 2025 como uno de los principales exportadores de frijol castilla a nivel nacional, ofreciendo un producto de calidad, nutritivo, natural y saludable para nuestros consumidores.

## Misión

Ser una empresa que comercialice, procese y provea frijol castilla de calidad al mercado internacional, contribuyendo al crecimiento de la economía del Perú y además de ello, potenciando las habilidades y talentos de sus colaboradores.

### 3.6.1. FODA

Tabla 33

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"><li>- Perfecta ubicación estratégica, debido que, sus sedes están distribuidas en 3 regiones del Perú.</li><li>- Alta capacidad productiva.</li><li>- Contar con proveedores nacionales y del exterior para el acopio de productos como frijol castilla, arroz, café, lentejas, entre otros.</li><li>- Certificaciones internacionales (5S, BPM y HACCP).</li><li>- Planta procesadora propia ubicada en Chulucanas.</li><li>- Contar con una marca propia en constante crecimiento (De Familia) correspondiente al producto de soya solo para venta en el mercado nacional.</li><li>- Capital humano capacitado (los colaboradores de Candres cuentan con la preparación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- No contar con mobiliarios propios (transporte).</li><li>- Débil promoción online, nacional e internacional.</li><li>- El tiempo de demora del transporte marítimo es relativamente lento.</li><li>- Falta de información para incursionar en nuevos mercados.</li><li>- No contar con el área encargada de la logística de los productos a exportar.</li></ul>

---

adecuada para el desarrollo de cada uno de las actividades comerciales).

---

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ser parte de la comunidad Andina (acuerdos de libre comercio) y TLC'S con EE.UU, Canadá y Chile.</li><li>- Nuevas tendencias de consumo saludable y de calidad.</li><li>- Mejoras en la biotecnología.</li><li>- Pertenecer al sector económico más demandado actualmente.</li><li>- En Perú el frijol castilla se siembra todo el año.</li><li>- Producto de calidad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Amenaza de sustitutos alta.</li><li>- La rivalidad entre competidores nacionales y del exterior respecto a las exportaciones de frijol castilla es alta.</li><li>- Crisis política.</li><li>- Factores climáticos.</li><li>- Volatilidad de los precios commodities.</li><li>- Devaluación del dólar.</li><li>- Producto propenso a enfermedades y plagas.</li><li>- Competencia directa internacional.</li><li>-Decrecimiento económico y reducción de déficit fiscal.</li></ul>

---

*Fuente:* Elaboración propia

### 3.6.2. Competencias claves: Cadena de valor

Tabla 34

Cadena de valor de la empresa Candres

<b>ACTIVIDADES DE SOPORTE</b>	<b>Infraestructura de la empresa</b>
	La empresa Candres cuenta con una oficina principal en Piura, almacenes en Chiclayo y Tumbes (balanzas y escritorios) y por último una planta procesadora y envasadora en Chulucanas. Además, todas las oficinas están equipadas con escritorios y computadoras para mantener toda la información de forma computarizada y segura.
	<b>Gestión de Recursos Humanos</b>
	El área de RR.HH cuenta con una plantilla de 15 trabajadores. Así mismo, Candres realiza una rigurosa selección del personal para garantizar el buen desempeño y el crecimiento de la empresa. Además de ello en la empresa se fomentan valores como: confianza (comunicación y trato amable), pasión por el trabajo (motivación y esfuerzo), respeto entre todos (tolerancia) y sobre todo compromiso para cumplir con todas las tareas encomendados y potenciar las capacidades de todos.
	<b>Desarrollo de Tecnología</b>
La sede productiva de esta empresa se ubica en Chulucanas, por ende, es allí donde encuentran las dos máquinas de la planta procesadora, la primera es la máquina seleccionadora de semilla y la segunda es una máquina envasadora para su marca DeFamilia.	
<b>Compras</b>	
Candres tiene una excelente relación con sus proveedores basada en la confianza y seguridad, debido que, cuentan con una gran experiencia en el rubro comercial. La Adquisición de insumos se realiza a distintos proveedores nacionales e	

internacionales. Además, la empresa tiene en su poder los equipos necesarios para desarrollar las actividades comerciales.				
<b>Logística de entrada</b>	<b>Logística de Salida</b>	<b>Operaciones</b>	<b>Marketing y ventas</b>	<b>Servicios</b>
<p>- Exportación: Frijol Castilla, arroz y café provenientes de la Piura, Jaén, Moyobamba y Chiclayo exclusivamente hacia el mercado Colombia. La empresa se abastece importando productos desde Canadá (lentejas), Bolivia (soya) y pocas veces también de Canadá y por último, China (frejoles). Llegan al puerto de Paita y son llevados a los almacenes de Piura, Tumbes y Chiclayo.</p>	<p>- Mobiliarios: la empresa no cuenta con mobiliarios institucionales propios.</p> <p>- Actividades de transporte: contratación temporal de transportistas, quienes se encargan de llevar la mercancía a los distintos clientes o destinatarios.</p>	<p>- Planta procesadora: Máquina seleccionadora y máquina de envasado en Chulucanas.</p> <p>- Guías de transportista y facturas.</p> <p>- Supervisores de almacén: reciben la mercancía, transportan a los almacenes con la ayuda de los estibadores.</p>	<p>- Página Web oficial de la empresa Candres: <a href="https://www.candres.com.pe/es/">https://www.candres.com.pe/es/</a>.</p> <p>Así mismo, la calidad de su marca DeFamilia (soya) es muy reconocida en Tumbes y Piura. Por otro lado, sus ventas están dirigidas al mercado local e internacional.</p>	<p>- Abastecimiento de legumbres para satisfacer la necesidad de los consumidores.</p> <p>- La empresa ofrece productos de calidad con certificaciones internacionales como 5S, BPM Y HACCP, Además se da seguimiento de las ventas y atención rápida de los reclamos.</p>

### **ACTIVIDADES PRIMARIAS**

*Fuente:* Elaboración propia

### 3.6.3. Análisis externo

#### 3.6.3.1. Análisis del entorno específico (5 fuerzas de Porter)

Tabla 35

5 fuerzas de Porter - Candres

5. Amenaza de los sustitutos (alta)	2. Amenaza de entrada (baja)	3. El poder de los compradores (alta)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frijoles Lima, palo, canario, panamito, caballero, bayo y cápsula.</li> <li>• Pallares</li> <li>• Garbanzo</li> <li>• Arveja</li> <li>• Frijol Rojo Guinda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia y conocimiento comercial.</li> <li>• Inversión alta y Trayectoria de empresas ya consolidadas.</li> <li>• Altos índices de financiamiento bancario.</li> <li>• Capacidad de análisis e investigación de mercado.</li> <li>• Acceso a tecnología de punta (máquinas procesadoras y sistema de software).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El poder de los compradores estadounidenses es alto</li> <li>• Exigencia de productos de calidad y saludables.</li> <li>• EE.UU cuenta con una gran variedad de proveedores de frijol castilla, por ende, los consumidores adquieren el producto a través de</li> </ul>
	<p><b>1. La rivalidad entre competidores existentes (alta)</b></p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Export - Import compete con: Brolem Company S.A.C, Consorcio del Valle S.A.C, Blue Pacific Oils S.A, Agro Peru Andino Foods S.A.C, etc.</li> </ul>	

- 
- Competencia basada en campañas publicitarias a través de testimonios y calidad del producto.
  - Desarrollo de productos innovadores orientados a la salud y bienestar de los consumidores finales.
  - Ubicación geográfica de posicionamiento alrededor del Perú.
- precios distintos.
  - Productos sustitos.

---

#### **4. El poder de los proveedores (bajo)**

---

- Cuenta con varios proveedores nacionales e internacionales.
- La adquisición de los productos se realiza en base a la necesidad del mercado.
- Acuerdos mutuos de compra con los proveedores, mediante alianzas estratégicas.

---

*Fuente:* Elaboración propia

#### **a. Interpretación – 5 fuerzas de Porter**

Con respecto a la rivalidad entre competidores existentes, se puede identificar a varios competidores en el sector alimentos del producto frijol castilla (rivalidad alta). Así mismo, dichas empresas basan su competencia en el desarrollo de campañas

publicitarias, acompañado del mejoramiento e innovación de su cartera de productos. A su vez, se identificó que algunas de ellas cuentan con ubicaciones geográficas alrededor del país de forma muy estratégica.

**a)** Amenaza de entrada: esta fuerza es relativamente baja, debido que, se debe contar con una gran experiencia, habilidad y capacidad de análisis en temas relacionados al comercio exterior, además de una fuerte inversión y financiamiento, la cual servirá para la compra de maquinarias y equipos tecnológicos que ayudarán a obtener un mejor desempeño en la empresa. Así mismo, la trayectoria y calidad de los productos con los que cuenta será vital para fidelizar a los consumidores, la cual solo se adquiere tras varios años de experiencia en el rubro comercial.

**b)** El poder de los compradores: esta fuerza es alta, debido a que, los consumidores actuales son rigurosos en cuanto a su salud y bienestar, puesto que, al ser EE.UU uno de los principales importadores de frijol castilla, los consumidores tienen la potestad y oportunidad de adquirir el producto a distintos precios, todo ello sumado a que el producto en mención es un producto sustituto.

**c)** El poder de los proveedores: Candres cuenta con varios proveedores nacionales e internacionales que los ayudan en el abastecimiento y acopio de las materias primas que posteriormente serán procesadas, envasadas y comercializadas hacia su destino objetivo. Además de ello, antes de la adquisición de los productos alimenticios, se establecen acuerdos mutuos con los proveedores con la finalidad de evitar riesgos y garantizar una buena compra en todo momento.

**d)** Amenaza de los sustitutos: esta fuerza tiene un poder alto, debido que las empresas competidoras cuentan con una cartera de productos parecidos al frijol castilla. Entre los sustitutos que más destacan, tenemos a frijoles lima, palo, canario, panamito, caballero, bayo y cápsula, pallares, Garbanzo, arveja y frijol Rojo Guinda.

### 3.6.4. Análisis del entorno general - PESTEL

Tabla 36

Análisis PEST: empresa Candres

Factores políticos	Factores económicos
<p>- <b>Política general del ambiente N° 28611 (hasta la fecha la ley sigue vigente):</b> Esta política según el Ministerio del Ambiente (2011) nos afirma que influye en todas las actividades desarrolladas en el Perú y en el sector del comercio estipula condiciones como la utilización de materiales que no afecten al ambiente.</p> <p>- <b>PROCOMPITE:</b> este programa se desarrolla a través de concursos y está direccionado a aquellos negocios que desean iniciar, ampliarse o mejorar en cuanto a sus actividades comerciales (Alarcón, 2019).</p> <p><b>Plan estratégico de desarrollo nacional 2021:</b> en este aspecto, Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2019) nos afirma que dicho plan busca una mayor intervención de las empresas nacionales en asuntos de comercio exterior. Se relaciona con los acuerdos internacionales, convenios y diferentes bloques comerciales.</p> <p>- <b>Política comercial peruana:</b> según Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2018) nos define que esta política tiene como objetivo</p>	<p>- El aumento parcial del dólar a causa de la crisis política que surgió en Perú en el 2021 llegó a exceder los cuatro soles, afectando claramente al comercio peruano. (Instituto Peruano de Economía, 2021)</p> <p>- Reducción del déficit fiscal en 8.9% del PBI producto del impacto dado por el covid-19. Según el BBVA Continental, el Perú ha retrocedido con respecto a dicho indicador y se prevé que para el 2021 la contracción llegara a 4.7% producto de la pandemia. (BBVA Continental, 2021)</p> <p>- Programa de reactiva Perú: busca dar un soporte a las empresas que han sido afectadas por el covid-19 con el objetivo de amortizar los devastadores efectos en la economía de las mismas (Lengua, 2021).</p>

---

convertir al estado peruano en una economía abierta, con capacidad de negociar.

---

## PESTEL

---

### Factores sociales

- La forma de consumo actual ha cambiado drásticamente a causa de la pandemia Covid – 19 que se suscitó a finales del año 2020, debido que, las preferencias de compras se inclinaron a productos alimenticios que proporcionan bienestar y nutrición, adaptándose de esta forma una cultura de consumo saludable.
- PromPerú (2020) nos afirma que las nuevas tendencias en EE.UU para el próximo año están orientadas al consumo de superfoods, debido que, se está priorizando en gran medida el fortalecimiento del sistema inmunológico, la salud, el bienestar y la nutrición.
- Así mismo, es importante recalcar que las importaciones de alimentos y bebidas en EE.UU ascendió en 2,5%, logrando un total de US\$ 18,284 M (Posada, 2022).

### Factores tecnológicos.

- Cueva (2018) nos firma que debido a los cambios climáticos, es necesario la utilización de tecnologías en la agricultura, debido que, el territorio se vuelve vulnerable a causa del clima, así mismo, la tecnología también ayudará a mejorar el rendimiento de la cosecha.
- Los cambios en la agricultura serán en base a la biotecnología, que permitirá impulsar un gran desarrollo en el sector agrícola, debido a que la producción convencional está ocasionando el desgaste de nuestras tierras y la escasez del agua (Fort, 2020).
- Se han presentado grandes avances para la agricultura, los cuales han facilitado los trabajos operativos, gracias al uso de los drones y máquinas cosechadoras que permiten mejoras en los campos de cultivo, los cuales permiten operar a larga distancia, dichos avances han contribuido significativamente en la agricultura (Redagrícola, 2017).

---

*Fuente:* Elaboración propia

### 3.7. Plan de marketing

#### 3.7.1. Producto

El frijol castilla se le denomina de distintas formas como Caupí, Moquegua, Chileno, frijol camba (Bolivia), Cornille (Francia), Sasage (Japón) y Blackeyed vean (USA). Su nombre científico es *VignaUnguiculata* y de acuerdo a la historia que se observa en los distintos portales comerciales se puede comprobar que el frijol castilla es una semilla comestible que probablemente tuvo origen en África Occidental, no obstante, actualmente se produce en casi la totalidad de Asia y América en sus distintos tipos. La característica principal de este alimento saludable es que es alto en minerales como el hierro, ácido fólico, magnesio, calcio, a su vez es fuente de fibra, otorga proteínas y vitaminas al cuerpo humano que nos ayudan a combatir enfermedades como la diabetes, anemia, colesterol alto.

##### 3.7.1.1. Producción frijol castilla

Si hablamos de la producción de frijol castilla, este es el tipo más importante de menestras, abarcando el 80% de la producción en el Perú, la cual esta destina netamente a su envío internacional. El cultivo tiene que ser en suelos con excelente drenaje y con un clima totalmente cálido o templado, con temperatura que rodean los 18 a 21°C, para que de esta forma no sufra ningún daño en su cultivo y cosecha.

##### 3.7.1.2. Ficha técnica

Tabla 37

*Ficha técnica*

Ficha técnica del Frijol Castilla	Producto Frijol Castilla
<b>Nombre científico</b>	<i>Vigna unguiculata</i>
<b>Partida arancelaria</b>	0713359000-Castilla (frijol ojo negro) ( <i>Vigna unguiculata</i> ) El frijol Castilla o Caupí es una variedad de leguminosa de color crema con una mancha característica de color negro de tamaño pequeño con forma ovoide
<b>Definición del producto</b>	

---

<b>Descripción del producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Color: Blanco cremoso, con una ligera mancha negra alrededor del hilum.</li> <li>• Forma: Más o menos esférica.</li> <li>• Tamaño: 100 semillas - 19 a 23 gr. (pequeño)</li> <li>• Calibre: 434 a 520 semillas por 100 gr.</li> </ul>
<b>Zonas de producción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costa norte: de Tumbes hasta Chepén - La Libertad (Valles).</li> <li>• Costa central: de Casma hasta Barranca (Valles)</li> <li>• Selva alta: San Martín y Ucayali</li> <li>• Costa norte: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Siembra: Julio - Mayo.</li> <li>– Cosecha: Octubre - julio.</li> </ul> </li> <li>• Costa central: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Siembra: Octubre - Febrero.</li> <li>– Cosecha: Enero - Mayo.</li> </ul> </li> <li>• Selva alta: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Siembra: Marzo - Junio.</li> <li>– Cosecha: Junio - Setiembre.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Épocas de Siembra y Cosecha</b>	
<b>Características microbiológicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calorías 200 cal</li> <li>• Carbohidratos 36g</li> <li>• Proteínas 14g</li> <li>• Fibra dietética 12g</li> <li>• Folato 358mcg</li> <li>• Calcio 42mg</li> <li>• Hierro 4mg</li> <li>• Grasa 1g</li> <li>• % de calorías por grasa 6%</li> <li>• Sodio 8mg</li> </ul>
<b>Propiedades medicinales</b>	<p>Ayuda a eliminar las toxinas del cuerpo, a su vez, evita la anemia, también la diabetes y el colesterol alto, así mismo, evita enfermedades reumáticas, y por último contribuye a regular el sistema digestivo, debido que, cuenta con una alta</p>

---

	concentración de fibra.
<b>Vida útil esperada</b>	De 8 a 9 meses (almacenamiento en cámara frigorífica).
<b>Condiciones de conservación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Temperatura: 15 °C</li> <li>• Humedad Relativa: 67%</li> </ul>
<b>Certificaciones de calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FDA (La Administración de Alimentos y Medicamentos )</li> <li>• USDA (El Departamento de Agricultura)</li> </ul>
<b>Empaque y presentación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Sacos de polipropileno de 25 kg. / 50 Kg. / 50 Lbs. / 100 Lbs.</li> <li>• Bolsas de polipropileno tejido.</li> <li>• Big Bag de polipropileno: 950 kg.</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de PromPerú (2009)

### **3.7.1.3. Envase**

La exportación de frijol castilla debe realizarse en recipientes que logren salvaguardar sus cualidades tanto nutritivas como organolépticas, a su vez que aporten a la conservación y mejor transporte del producto, por eso tanto importadores, como compradores recomiendan el siguiente envase para sus exportaciones:

- a) Envase primario: Big Bag de polipropileno de 950 kg.
- b) Embalaje: debido al tipo de producto, el embalaje de frijol castilla concuerda con su envase.

**Figura 25**

*Bolsas big bag*



*Nota:* Bolsas Big Bag de polipropileno – 950 kg.

#### 3.7.1.4. **Pallet a utilizar**

Se empleará el pallet americano, el cual cuenta con dimensiones de 120 cm (largo) y 100 cm (ancho).

#### 3.7.1.5. **Unitarización y Cubicaje de Carga**

La unitarización de la carga se realizará de la siguiente manera:

**Tabla 38**

*Descripción de paletización*

Pallet	120 cm x 100 cm
Big Bag	950 kg / 2094.39 Libras
1 pallet	2 Big bag.
Total (2 bolsas x pallet)	40 bolsas
	40' pies refrigerado
Contenedor	12.03 m (largo), 2.35 m (ancho) y 2.69 m (alto).
Pallet x contenedor	20
Kg totales en un contenedor	38,000 Kg

*Fuente: Elaboración propia*

#### 3.7.1.6. **Cubicaje**

A partir de lo explicado anteriormente, a continuación se mostrará la distribución que se realizará en los pallet y contenedor para la exportación de frijol Castilla:

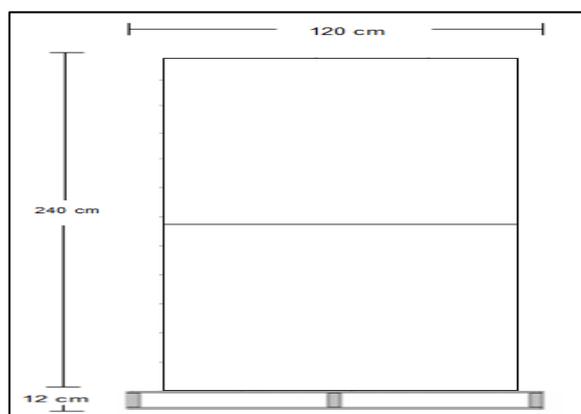
**Figura 26**

*Base del pallet*



**Figura 27**

*Unitarización*



### **3.7.1.7. Marcado y etiquetado**

El marcado detallará la fecha de producción y de vencimiento, así mismo, el número de lote de producción, acompañado del peso neto del producto y sus condiciones de almacenaje, entre otras más, todo esto depende al tipo de venta del producto en sí.

### **3.7.1.8. Almacenaje**

Se sugiere una humedad máxima de 15%, si en caso el clima es frío en un medio de transporte con aireación. Para un mejor entendimiento se realizó este cuadro donde se especificará el transporte y almacenamiento del frijol castilla.

**Tabla 39**

*Almacenaje y transporte del frijol castilla*

Producto	Temperatura		Humedad relativa (%)	Duración aproximada en almacén
	°C	°F		
Frijol Castilla	4 - 10	40 - 50	40 - 50	6 - 10 meses

*Fuente:* Elaboración propia con datos de PromPerú (2009)

### **3.7.2. Precio**

Se definió a través de los precios (FOB/Kg) de la competencia nacional, información que es otorgada por el portal de SUNAT.

**Tabla 40**

*Precio del frijol castilla*

<b>Año</b>	<b>Precio US\$ (FOB/Kg)</b>	<b>Precio Chacra (S/.)</b>
2017	1.15	1.6
2018	1.38	1.9
2019	1.25	1.9
2020	2.41	2.2
2021	1.23	2.35
<b>2022</b>	<b>US\$ 1.5 (S/. 5.67)</b>	<b>S/. 2.35</b>

*Fuente:* Elaboración propia con datos de SUNAT (2022)

### **3.7.3. Promoción**

Las herramientas e instrumentos que Candres utilizará para posicionar al frijol castilla en Estados Unidos serán los que se muestran a continuación:

**3.7.3.1. *Página web.*** Se adicionará a la página de la empresa la opción de elegir el idioma para visualizar de forma adecuada la información que brinda, con el fin de mejorar la experiencia del potencial comprador.

**3.7.3.2. *Linkedin.*** Plataforma que se utilizará para compartir el desarrollo de la empresa y el crecimiento que esta irá adquiriendo a través de los años y así poder ganar prestigio, confiabilidad y credibilidad, conectando de esta forma con la industria que la empresa necesita para su crecimiento.

**3.7.3.3. *Brochure.*** Se contará con un brochure digital que le permitirá presentar de forma didáctica sus productos y valores que definen a la empresa, con el fin de atraer a futuros clientes. Cabe recalcar, que dicho catálogo de negocios estará en español e inglés, todo ello para brindar un mejor servicio.

**3.7.3.4. *Ferias Internacionales.*** Una feria internacional es una ventana para que una empresa pueda mostrar sus productos, aumentar su cartera de clientes y realizar contacto directamente con supermercados, restaurantes y tiendas gourmet, es así, que gracias a ello CANDRES logrará expandir mejor su producto e ir ganando mayor reconocimiento en el mercado americano. Así mismo, existen distintos tipos de ferias, pero una que claramente puede interesar y se debería

participar es en la feria Western Foodservice & Hospitality Expo que se realiza en Los Ángeles California, el cual es el mercado donde la empresa desea incursionar y que puede ser de gran ayuda para poder ganar prestigio.

#### **3.7.4. Plaza**

El abastecimiento de frijol castilla por parte de Candres se realizará en Perú, así como su procesamiento y envasado para luego ser enviado hacia Estados Unidos (vía marítima). Existen distintas maneras de poder distribuir frijol castilla en EE.UU, todo esto dependerá de las cualidades del producto, el tipo de cliente y la cadena logística que se escoja a la hora de realizar la exportación. El medio de distribución que mejor se asemeja y en gran medida beneficia a la empresa Candres es a través de un intermediario el cual se explicará a continuación:

**Figura 28**

*Canal de distribución*



*Fuente:* Elaboración propia

Este es el método más usual a la hora de exportar por primera vez hacia el exterior y mucho más aún si es un mercado tan estricto como EE.UU. Es por ello, que Candres deberá utilizar intermediarios para poder ingresar su producto de frijol castilla hacia tierras americanas, debido a que estos contienen información relevante sobre los posibles compradores y cómo actúa el mercado, por lo tanto, dicho canal permitirá a la empresa poder vender el frijol castilla hacia un minorista y este será el encargado de ofertar el producto a los distintos establecimientos (supermercados y tiendas gourmet).

### **3.8. Evaluación económica y financiera**

#### **3.8.1. Evaluación económica**

La materia prima (frijol castilla) será acopiada a través de proveedores nacionales (agricultores de Piura) y así saber la viabilidad del plan de negocios de exportación de frijol castilla hacia EE.UU de la empresa Export Import Candres S.A.C, teniendo como precio de venta S/. 5.67 soles (\$1.5) según SUNAT (2022).

**Tabla 41***Materia prima*

<b>Materia Prima (Kg)</b>	<b>Precio</b>	<b>Total por envío</b>	<b>Total Anual</b>
38,000	S/. 5.67	S/. 215,460	S/. 1,723,680

*Fuente:* Elaboración propia**3.8.1.1. Inversión****Tabla 42***Inversión fija tangible*

<b>Inversión fija tangible</b>	<b>Soles</b>	<b>Dólares</b>
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>	<b>S/. 190,344.00</b>	<b>\$ 50,355.56</b>
Balanza Industrial y máquinas lavadoras	S/. 36,900.00	\$ 9,761.90
Llenador de Big Bag Automático	S/. 74,088.00	\$ 19,600.00
Marcador de asistencia	S/. 3,000.00	\$ 793.65
Montacargas	S/. 76,356.00	\$ 20,200.00
<b>COMPRA DE CAMIÓN</b>	<b>S/. 189,000.00</b>	<b>\$ 50,000.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>S/. 7,374.00</b>	<b>\$ 1,950.79</b>
Escritorios	S/. 700.00	\$ 185.19
Sillas giratorias	S/. 996.00	\$ 263.49
Routers	S/. 260.00	\$ 68.78
Computadoras	S/. 4,299.00	\$ 1,137.30
impresora multifuncional	S/. 719.00	\$ 190.21
Estante Archivador	S/. 400.00	\$ 105.82
<b>INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS</b>	<b>S/. 195.00</b>	<b>\$ 51.59</b>
Servicio de telefonía	S/. 195.00	\$ 51.59
<b>Total</b>	<b>S/. 386,913</b>	<b>\$ 102,358</b>

*Fuente:* Elaboración propia

La tabla anterior establece que la inversión fija tangible asciende a S/.

386,913, la cual permitirá de este plan de exportación.

**Tabla 43**

*Inversión fija intangible*

<b>Inversión fija Intangible</b>	<b>Soles</b>	<b>Dólares</b>
Página Web	<b>S/. 300.00</b>	<b>\$ 79.37</b>
Hosting	S/. 15.00	\$3.97
Dominio	S/. 20.00	\$ 5.29
SOFTWARE	S/. 370.00	\$ 97.88
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 705.00</b>	<b>\$ 186.51</b>

*Fuente:* Elaboración propia

Respecto a la inversión fija intangible se evidencia un monto de S/705.00 soles, cifra que aportará en el desarrollo de la parte digital de la empresa.

### **3.8.1.2. Capital de trabajo**

**Tabla 44**

*Insumos indirectos*

<b>Insumos indirectos</b>	<b>S/. 90,370.00</b>	<b>23,907.41</b>
Electricidad	S/. 500.00	\$ 132.28
Agua para la producción	S/. 250.00	\$ 66.14
Frijol Castilla	S/. 89,300.00	\$ 23,624.34
Bolsas Big Bag	S/. 320.00	\$ 84.66

*Fuente:* Elaboración propia

Los insumos indirectos de este plan de exportación asciende a S/. 90,370, el cual incluye a aspectos básicos de importancia para la realización del proceso de exportación del frijol castilla, como su envase, materia prima, entre otros.

**Tabla 45**

*Mano de obra directa*

<b>Mano de obra directa</b>	<b>S/. 4,790.00</b>	<b>\$1,267.19</b>
Personal para recepción de M.P.	S/. 1,100.00	\$ 291.01
Personal para lavado y secado	S/. 1,230.00	\$ 325.40

Personal para selección	S/. 1,230.00	\$ 325.40
Personal para envasado y empacado	S/. 1,230.00	\$ 325.40

*Fuente:* Elaboración propia

En la anterior tabla, se puede identificar que el monto de la mano de obra directa a utilizar es de S/. 4,790 soles.

**Tabla 46**

*Mano de obra indirecta*

<b>Mano de obra indirecta</b>	<b>S/. 4,200.00</b>	<b>\$ 1,111</b>
Personal de limpieza	S/. 3,000.00	\$ 793.65
Supervisor de Línea productiva	S/. 1,200.00	\$ 317.46

*Fuente:* Elaboración propia

Respecto al monto a emplear en la mano de obra indirecta es de S/. 4,200 soles.

**Tabla 47**

*Indumentaria*

<b>Indumentaria</b>		
<b>Insumos indirectos</b>	<b>S/. 357.50</b>	<b>\$ 94.58</b>
Lentes de seguridad	S/. 118.50	\$ 31.35
caja de Mascarillas	S/. 14.00	\$ 3.70
Delantal	S/. 225.00	\$ 59.52

*Fuente:* Elaboración propia

En la tabla se observan los insumos indirectos de la indumentaria que usará el personal de la empresa, la cual alcanza la cifra de S/. 357.50 soles.

**Tabla 48**

*Gastos de exportación directos e indirectos*

<b>Gastos de exportación</b>	<b>S/. 5,195.00</b>	<b>\$ 1,374.34</b>
<b>Gastos directos de exportación</b>	<b>S/. 3,270.00</b>	<b>\$ 865.08</b>
Flete interno	S/. 450.00	\$ 119.05

comisión de agente de aduanas	S/. 500.00	\$ 132.28
Costo de Agentes Maritimos	S/. 1,070.00	\$ 283.07
Manipuleo, Estiba y Mov. De carga	S/. 970.00	\$ 256.61
Rotulado	S/. 280.00	\$ 74.07
<b>Gastos indirectos de exportación</b>	<b>S/. 1925.00</b>	<b>\$ 509.26</b>
Registro FDA	S/. 1421	\$ 375.93
Certificado fitosanitario	S/. 504.00	\$ 133.33

*Fuente:* Elaboración propia

Los gastos de exportación que la empresa Candres tendría en cuenta para el envío al exterior de frijol castilla ascienden a S/. 5,195.00 de gastos directos (S/. 3,270.00) e indirectos (S/. 1925.00).

**Tabla 49**

*Gastos administrativos*

<b>Gastos administrativos</b>	<b>S/. 16,400.00</b>	<b>\$ 4,338.62</b>
Gerente	S/. 3,300.00	\$ 873.02
Secretaria	S/. 1,000.00	\$ 264.55
Director de Dpto. Técnico y de Calidad	S/. 2,500.00	\$ 661.38
Director Comercial	S/. 2,500.00	\$ 661.38
Jefe de Producción	S/. 2,100.00	\$ 555.56
Director de RR.HH.	S/. 2,000.00	\$ 529.10
Jefe Logístico	S/. 1,600.00	\$ 423.28
Jefe de Contabilidad	S/. 1,400.00	\$ 370.37
<b>Total</b>	<b>S/. 119,933.98</b>	<b>\$ 31,728.57</b>

*Fuente:* Elaboración propia

De acuerdo a los montos asignados para los gastos administrativos del personal de la empresa Candres, se obtuvo un monto de S/ 16.400 soles, el cual será distribuido en los distintos sueldos de los responsables de cada área.

Por ende, el capital de trabajo para llevar a cabo este plan de negocio es de S/. 119,892, por lo cual, la inversión general, comprende un total de S/. 507,510 soles.

### 3.8.1.3. Presupuesto Anual

Tabla 50

Presupuesto anual

Presupuestos de ingresos y egresos					
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>INGRESOS</b>	S/. 1,723,680.00	S/. 1,896,048.00	S/. 2,085,652.80	S/. 2,294,218.08	S/. 2,523,639.89
Ventas	S/. 1,723,680.00	S/. 1,896,048.00	S/. 2,085,652.80	S/. 2,294,218.08	S/. 2,523,639.89
<b>EGRESOS</b>	S/. 1,547,591.45	S/. 1,663,080.18	S/. 1,774,351.91	S/. 1,903,507.76	S/. 2,045,707.52
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>	S/. 1,193,175.00	S/. 1,301,511.00	S/. 1,419,888.60	S/. 1,550,103.96	S/. 1,693,340.86
<b>Insumos directos</b>	S/. 1,084,440.00	S/. 1,192,776.00	S/. 1,311,153.60	S/. 1,441,368.96	S/. 1,584,605.86
Electricidad	S/. 6,000.00				
Agua para la producción	S/. 3,000.00				
Frijol Castilla	S/. 1,071,600.00	S/. 1,178,760.00	S/. 1,296,636.00	S/. 1,426,299.60	S/. 1,568,929.56
Bolsas Big Bag	S/. 3,840.00	S/. 5,016.00	S/. 5,517.60	S/. 6,069.36	S/. 6,676.30
<b>Mano de obra directa</b>	S/. 57,480.00				

Personal para recepción de M.P	S/. 13,200.00				
Personal para lavado y secado	S/. 14,760.00				
Personal para selección	S/. 14,760.00				
Personal para envasado y empacado	S/. 14,760.00				
<b>Insumos indirectos</b>	S/. 855.00				
Lentes de seguridad	S/. 237.00				
caja de mascarillas	S/. 168.00				
Delantal	S/. 450.00				
<b>Mano de obra indirecta</b>	S/. 50,400.00				
Personal de limpieza	S/. 36,000.00				
Supervisor de Línea productiva	S/. 14,400.00				
<b>GASTOS DE EXPORTACIÓN</b>	S/. 62,340.00	S/. 61,620.00	S/. 61,884.00	S/. 62,174.40	S/. 62,493.84

<b>Gastos directos de exportación</b>	S/. 39,240.00	S/. 38,520.00	S/. 38,784.00	S/. 39,074.40	S/. 39,393.84
Flete interno	S/. 5,400.00				
comisión de agente de aduanas	S/. 6,000.00				
Costo de Agentes Marítimos	S/. 12,840.00				
Manipuleo, Estiba y Movimiento de carga	S/. 11,640.00				
Rotulado	S/. 3,360.00	S/. 2,640.00	S/. 2,904.00	S/. 3,194.40	S/. 3,513.84
<b>Gastos indirectos de exportación</b>	S/. 23,100.00				
Certificación de origen	S/. 17,052.00				
Certificado fitosanitario	S/. 6,048.00				
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	S/. 196,800.00				
Gerente	S/. 39,600.00				
Secretaria	S/. 12,000.00				

Director de Dpto. Técnico y de Calidad	S/. 30,000.00				
Director Comercial	S/. 30,000.00				
Jefe de Producción	S/. 25,200.00				
Director de RR.HH.	S/. 24,000.00				
Jefe Logístico	S/. 19,200.00				
Asistente de Contabilidad	S/. 16,800.00				
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	S/. 1,793.13	S/. 10,370.86	S/. 3,000.99	S/. 1,651.08	S/. 294.50
Intereses activo fijo	S/. 1,244.09	S/. 9,794.23	S/. 3,000.99	S/. 1,651.08	S/. 294.50
Intereses capital de trabajo	S/. 549.04	S/. 576.64	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>	S/. 34,205.22				
Participación de una feria	S/. 34,205.22				
<b>GASTOS DE DEPRECIACIÓN</b>	S/. 58,573.10				
<b>GASTOS DE AMORTIZACIÓN</b>	S/. 705.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	

<b>OTROS EGRESOS</b>	S/. 0.00				
<b>SALDO PRESUPUESTAL</b>	<b>S/. 176,088.55</b>	<b>S/. 232,967.82</b>	<b>S/. 311,300.89</b>	<b>S/. 390,710.32</b>	<b>S/. 477,932.37</b>

*Fuente:* Elaboración propia

Los datos de la tabla de presupuesto de ingresos y egresos del plan de negocios arrojaron montos de S/. 1,896,048.00 por parte de los ingresos obtenidos en el 2022 y S/. 1,663,080.18 con lo que corresponde a los egresos. A su vez, Candres empleará S/. 61,620.00 soles para los gastos provenientes de la exportación de frijol castilla, por ende, se llegó a obtener un saldo presupuestal equivalente al monto de S/. 232,967.82.

#### **3.8.1.4. Flujo de caja**

Tabla 51

*Flujo de caja*

<b>Concepto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>		S/. 1,723,680	S/. 1,896,048	S/. 2,085,653	S/. 2,294,218	S/. 2,572,696
Producción		S/. 304,000	S/. 334,400	S/. 367,840	S/. 404,624	S/. 445,086
precio		S/. 5.67				
Valor de Rescate						S/. 49,056
<b>EGRESOS</b>	S/. 508,931	S/. 1,514,352	S/. 1,638,747	S/. 1,780,497	S/. 1,934,428	S/. 2,103,715
Inversión	S/. 508,931					

Costos de Producción		S/. 1,193,175	S/. 1,301,511	S/. 1,419,889	S/. 1,550,104	S/. 1,693,341
Costos Operativos		S/. 259,140	S/. 258,420	S/. 258,684	S/. 258,974	S/. 259,294
Otros egresos		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Impuesto a la Renta		S/. 62,037	S/. 78,816	S/. 101,924	S/. 125,350	S/. 151,081
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	-S/. 508,931	S/. 209,328	S/. 257,301	S/. 305,156	S/. 359,790	S/. 468,981
Préstamo	S/. 232,571	S/. 121,313				
<b>devolución del préstamo</b>		S/. 55,743	S/. 159,806	S/. 71,375	S/. 71,375	S/. 35,728
activo fijo		S/. 17,844	S/. 71,375	S/. 71,375	S/. 71,375	S/. 35,728
capital de trabajo		S/. 37,899	S/. 88,430			
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	-S/. 276,360	S/. 274,898	S/. 97,495	S/. 233,781	S/. 288,415	S/. 433,253
Aporte de socios	S/. 232,571					
<b>SALDO CAJA</b>	<b>-S/. 43,789</b>	<b>S/. 274,898</b>	<b>S/. 97,495</b>	<b>S/. 233,781</b>	<b>S/. 288,415</b>	<b>S/. 433,253</b>

*Fuente:* Elaboración propia

Se evidencia el flujo de caja proyectado a 5 años para la exportación de frijol castilla hacia EE.UU, la cual resume todos los datos que han sido plasmados en las tablas anteriores como los costos correspondientes a la producción, gastos de exportación, préstamos, entre otros.

### 3.8.1.5. Estado de resultados

Tabla 52

Estado de resultados

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	S/. 1,723,680.00	S/. 1,896,048.00	S/. 2,085,652.80	S/. 2,294,218.08	S/. 2,523,639.89
(-) Costos de Ventas	S/. 1,193,175.00	S/. 1,301,511.00	S/. 1,419,888.60	S/. 1,550,103.96	S/. 1,693,340.86
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	S/. 530,505.00	S/. 594,537.00	S/. 665,764.20	S/. 744,114.12	S/. 830,299.03
(-) Gastos administrativos	S/. 196,800.00				
(-) Gastos de ventas	S/. 62,340.00	S/. 61,620.00	S/. 61,884.00	S/. 62,174.40	S/. 62,493.84
(-) Gastos de depreciación y amortización	S/. 59,278.10	S/. 58,573.10	S/. 58,573.10	S/. 58,573.10	S/. 58,573.10
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	S/. 212,086.90	S/. 277,543.90	S/. 348,507.10	S/. 426,566.62	S/. 512,432.09
(-) Gastos financieros	S/. 1,793.13	S/. 10,370.86	S/. 3,000.99	S/. 1,651.08	S/. 294.50
(+) Otros ingresos					
(-) Otros egresos	S/. 0.00				
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	S/. 210,293.77	S/. 267,173.04	S/. 345,506.11	S/. 424,915.54	S/. 512,137.59
(-) Impuesto a la renta	S/. 62,036.66	S/. 78,816.05	S/. 101,924.30	S/. 125,350.08	S/. 151,080.59

<b>UTILIDAD ANTES DE LA DISTRIBUCIÓN D. UTILID.</b>	S/. 148,257.10	S/. 188,356.99	S/. 243,581.81	S/. 299,565.46	S/. 361,057.00
(-) Distribución de Utilidades	S/. 14,825.71	S/. 18,835.70	S/. 24,358.18	S/. 29,956.55	S/. 36,105.70
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/. 133,431.39</b>	<b>S/. 169,521.29</b>	<b>S/. 219,223.63</b>	<b>S/. 269,608.91</b>	<b>S/. 324,951.30</b>

*Fuente:* Elaboración propia

El estado de resultados obtenido logró evidenciar los gastos de depreciación y amortización de los equipos (10%), vehículos (20%), equipo de procesamiento de datos (25%), entre otros, de la misma forma, el estado de resultados también permitió calcular el impuesto a la renta.

**Tabla 53**

*Análisis de la inversión: VAN y TIR*

<b>Análisis de la inversión</b>	
<b>VAN</b>	S/. 576,578
<b>TIR</b>	46.3%
<b>B/C</b>	S/. 1.09

*Fuente:* Elaboración propia

En la tabla del análisis de la inversión se obtuvo un TIR de 46.3%, lo cual señala que el plan de negocios de exportación de frijol castilla es rentable económicamente. Así mismo, referente al VAN, este arrojó un monto de S/. 576,578 soles, cifra que afirma que el envío a EE.UU de frijol castilla es financieramente viable para la empresa Export Import Candres S.A.C.

### 3.9. Evaluación financiera

#### 3.9.1. Financiamiento

Tabla 54

*Estructura de financiamiento*

<b>Estructuración del financiamiento</b>				
<b>Fuentes</b>	<b>Monto S/.</b>	<b>Porcentaje %</b>	<b>T. Interés</b>	<b>Costo Oportunidad</b>
Aporte de Socios	232,571	46%	12.60%	5.76%
Crédito Capital Trabajo	121,313	24%	7.8%	1.86%
Crédito Inversión Fija	155,047	30%	8.50%	2.59%
<b>Total</b>	<b>508,931</b>	<b>100%</b>	<b>COProm.</b>	<b>10.21%</b>

*Fuente:* Elaboración propia

El financiamiento equivale al monto de S/. 155,047, con una tasa de interés de 8.50%, misma que deberá ser pagada en un periodo de 5 años, así mismo el aporte de los socios alcanza un total de S/. 232,571, con una tasa de interés de 12.60%, la cual será pagada en su totalidad en 3 años y 10 meses.

### 3.9.2. Flujo de caja financiero

Tabla 55

Flujo de caja financiero

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	S/. 0.00	S/. 1,723,680.00	S/. 1,896,048.00	S/. 2,085,652.80	S/. 2,294,218.08	S/. 2,572,695.79
EGRESOS	S/. 508,930.50	S/. 1,514,351.66	S/. 1,638,747.05	S/. 1,780,496.90	S/. 1,934,428.44	S/. 2,103,715.29
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>						
<b>CAJA</b>	<b>-S/. 508,930.50</b>	<b>S/. 209,328.34</b>	<b>S/. 257,300.95</b>	<b>S/. 305,155.90</b>	<b>S/. 359,789.64</b>	<b>S/. 468,980.50</b>
Préstamo	S/. 232,570.80	S/. 121,312.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Devolución del Préstamo	S/. 0.00	S/. 55,742.55	S/. 159,805.60	S/. 71,375.13	S/. 71,375.13	S/. 35,727.86
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>						
<b>CAJA</b>	<b>-S/. 276,359.70</b>	<b>S/. 274,898.29</b>	<b>S/. 97,495.36</b>	<b>S/. 233,780.77</b>	<b>S/. 288,414.51</b>	<b>S/. 433,252.64</b>

Fuente: Elaboración propia

La tabla presenta datos sobre el flujo de caja financiero correspondiente al plan de negocio, según la estructura de financiamiento que se describió anteriormente.

**Tabla 56**

*Análisis financiero*

<b>Análisis de la Financiero</b>	
<b>VAN</b>	S/. 696,973
<b>TIR</b>	79%
<b>B/C</b>	S/. 1.09

*Fuente:* Elaboración propia

Finalmente, se demuestra que los indicadores VAN y TIR cuentan con una aceptación de S/. 696,973 y 79% respectivamente, por lo tanto, se comprueba que el plan de negocios de exportación de frijol castilla hacia EE.UU de la empresa Export Import Candres S.A.C. es viable y cuenta con un financiamiento adecuado que permitirá desarrollar dicho plan de exportación.

## IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.6. Conclusiones

**Objetivo Específico 1:** Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.

Del análisis realizado de los resultados, se pudo concluir que respecto al diagnóstico actual de la empresa Candres se evidenció que se valora en gran medida aspectos como calidad, certificaciones, envase, promoción, presentación, Incoterm a utilizar y humedad del producto, debido que, referente a la variable plan de negocio, esta cuenta con un nivel alto, la cual está representada por un 46,7%, esto a su vez, permite deducir que la organización tiene un gran interés en mejorar, incursionar en nuevos mercados como EE.UU y seguir creciendo en el mundo comercial, debido que, los temas antes mencionados son los pilares para una adecuada y exitosa exportación. Además de ello, se determinó que la empresa cuenta con certificaciones importantes como HACCP, BPM y 5S.

Así mismo, también se identificó la inexperiencia en cuanto al uso del transporte marítimo, puesto que, en la actualidad solo se han realizado envíos de frijol Castilla a Colombia, rutas que son cubiertas por el transporte terrestre. Por otro lado, en relación a la capacidad de abastecimiento, los resultados demostraron que la empresa acopia el producto en mayores cantidades en meses como noviembre y diciembre, dichas cantidades oscilan entre 64,000 kg y 128,000 kg, por lo tanto, todo el análisis realizado permite desarrollar un plan de negocio seguro y eficaz, para ingresar al mercado estadounidense, siguiendo claramente y estando direccionado según en el diagnóstico de la empresa.

**Objetivo específico 2:** Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.

En lo referido a la evaluación económica y financiera de la exportación de frijol castilla en la empresa Candres, se ha podido identificar que referente a los flujos de efectivo que posee, estos se encuentran en un estado favorable, todo ello también sumado a que a través de los años la empresa adquirió préstamos para continuar con ciertas actividades empresariales, mismos que influyen y permiten la expansión del negocio para incursionar en el mercado estadounidense y por consiguiente poder exportar el producto de frijol castilla hacia dicho destino.

A su vez, también es de vital importancia mencionar que al ser un envío internacional con mayor trayectoria en cuánto a días y demás factores adicionales, su inversión será mayor a lo habitual respecto a exportaciones a países cercano como Colombia.

**Objetivo específico 3:** Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.

En lo referido a la identificación de los beneficios del TLC Perú- EE.UU para la exportación de frijol castilla, el cual se identificó gracias a la guía de entrevista, se pudo evidenciar los grandes beneficios que goza nuestro país al estar suscrito en dicho tratado, como es el caso de poseer un arancel de 0% en la gran parte de sus productos alimenticios, por lo consiguiente esto resulta muy favorecedor para le empresa debido a que el frijol castilla es uno de aquellos alimentos que gozan de dicho beneficio.

Así mismo, también se identificó que al estar suscrito en dicho tratado comercial, produce mucho más ingreso de divisas a nuestro país y genera lazos más fuertes entre el país americano y el nuestro, esto es muy beneficioso para la empresa Candres, la cual desea ingresar su producto de frijol castilla hacia dicho mercado y gracias al TLC le permitirá obtener mejores resultados y ser mucho más competitivo frente a su competencia, logrando una mayor expansión y desarrollo.

**Objetivo específico 4:** Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.

Del análisis de los resultados adquiridos al determinar los factores que inciden en el proceso de exportación, se pudo concluir que como punto de origen sumamente importante es el poder conocer cuál es la partida del producto a exportar, para que de esta forma se pueda realizar una investigación más exhaustiva acerca de cuál es la oferta exportable que requiere el país de EE.UU, lo cual luego de haber realizado dicho análisis nos conllevará a poder conocer acerca del canal de distribución correcto que se empleará en la empresa Candres

para exportar el frijol castilla y que este llegue a manos de sus consumidores.

A su vez, también es bueno recalcar que Candres no es la única empresa que exporta frijol castilla hacia EE.UU, sino más bien que ya existe una gran competencia con empresas ya posicionadas en dicho mercado, como es el caso de las empresas BROLEM COMPANY S.A.C y CONSORCIO DEL VALLE S.A.C. ambas con 20% de participación, las cuales las hacen ser las principales competidoras para Candres, por lo tanto todo el análisis realizado, permitirá conocer cuáles son esos factores claves que debe tener en cuenta Candres, para poder desarrollar un plan de exportación que le permita ingresar al mercado americano y poder ir posicionándose dentro de él.

#### **Objetivos específicos 5 y 6:**

Diseñar un plan de negocios para la exportación de frijol castilla a EE.UU para la empresa Export Import Candres S.A.C.

Validar la propuesta por juicio de expertos teniendo en cuenta al plan de negocio permitirá la exportación de frijol castilla hacia EE.UU.

En lo referido a dichos objetivos, se deduce que el diseño de un plan de exportación genera nuevas oportunidades para la empresa que desea expandir su negocio, por ende, un plan debe estar debidamente validado, debido que, ello permitirá que este tenga más posibilidades de ser ejecutado si la empresa así lo requiera para obtener más ganancias, ser reconocidos internacionalmente, entre otros más.

Se determinó que diseñar un plan de negocio es un ejemplo claro de llevar a cabo acciones estudiadas y planificadas que tienen como rol guiar a una empresa hacia el desarrollo de su bienestar empresarial y económico, por ello, el plan elaborado para la empresa Export Import Candres S.A.C se desarrolló teniendo en cuenta la estructura de un plan de negocios en marcha de Karen Weinberger, en donde se analizó a la industria nacional e internacional, se definió a la población objetiva y se determinó la viabilidad del aspectos financiero del mismo, obteniendo un VAN y TIR de S/. 576,578 y 46.3% respectivamente, lo cual hace referencia a que el plan de negocio es aceptable y rentable para su posterior

ejecución.

#### **4.7. Recomendaciones**

**Objetivo Específico 1:** Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.

Las áreas de gerencia y administración de la empresa Candres debe enfocar sus acciones en llevar a cabo estrategias de promoción y marketing que contribuyan al mejor posicionamiento de la marca no solo en Perú, sino también internacionalmente en EE.UU, debido que, ello abrirá múltiples oportunidades comerciales para la empresa y de esa manera ser reconocida poco a poco por importadores y/o consumidores finales, así mismo, todos los actos realizados para dicho fin, deberán ir de la mano con la calidad que muestre el producto y la responsabilidad de la empresa en cuanto a acuerdos y demás requerimientos que el importador o comprador solicite en cuánto al tiempo de entrega, presentación del producto, entre otros más.

**Objetivo específico 2:** Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.

Las áreas de gerencia, contabilidad y finanzas de la empresa Candres deberán analizar y debatir acerca de la inversión y gastos que lleva consigo la ejecución de un plan de exportación hacia EE.UU, puesto que, todo el proceso que se deberá realizar requiere de una gran exigencia y estudio, claro está, que guardando concordancia en todo instante con la condición económica de la empresa y de esa forma examinar todas las oportunidades, crecimiento y beneficios que generaría para la organización la incursión en el mercado americano.

**Objetivo específico 3:** Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.

El área de Gerencia y administración de la empresa Candres, debe enfocar sus acciones a poder reconocer a profundidad cual son los beneficios que ofrece estar suscrito en el TLC Perú- EE.UU, debido a que este permitirá gozar de múltiples oportunidades, como el libre acceso, mejores oportunidades de crecimiento y mayor empleo, lo cual generará una expansión más grande para

Candres y de esta forma ayudará a incrementar el número de empleados, generando nuevos puestos de trabajo, todo estos actos contribuirán al desarrollo y expansión de la empresa en sí, siendo una gran oportunidad para la internacionalización en nuevos mercados.

**Objetivo específico 4:** Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.

Con respecto al área de Gerencia y producción deben tener en cuenta lo importante que es poder conocer cuál será todo el proceso de exportación del frijol castilla hacia el mercado estadounidense, debido a que si un proceso falla, este puede ocasionar pérdidas incontables de dinero y una mala reputación frente al comprador, es por eso que cada proceso debe realizarse minuciosamente y con expertos que le den el seguimiento requerido para que pueda cumplirse según lo establecido en el plan de exportación, por eso es de suma relevancia el darle la importancia del caso al conocer los factores que permitirán a la empresa Candres la internacionalización.

**Objetivo específico 5:** Diseñar un plan de negocios para la exportación de frijol castilla a EE.UU para la empresa Export Import Candres S.A.C.

Los investigadores deben diseñar y proponer un plan de negocio que pueda aportar al envío internacional de frijol castilla de la empresa Candres y de esa forma, contribuir al desarrollo comercial de la industria alimentaria para que posteriormente sean reconocidos por su excelente credibilidad, reputación y calidad en el exterior, así mismo, dicho plan también debe contener información actualizada, la cual pueda servir como guía para futuras investigaciones.

**Objetivo específico 6:** Validar la propuesta por juicio de expertos teniendo en cuenta al plan de negocio permitirá la exportación de frijol castilla hacia EE.UU.

Los investigadores deben cerciorarse que la estructura de dicho plan cuente con el esquema adecuado a través de la validación de un experto en el tema y con experiencia en comercio exterior, debido que, la aprobación de un plan de negocio de exportación adecuado permitirá que la empresa pueda realizar con éxito la ejecución del mismo en el momento que ellos así lo requieran y de

esta forma llegar a cumplir con el objetivo de exportar su producto hacia EE.UU.

El área gerencial y de administración de la empresa Candres deberá tener en cuenta las certificaciones que requiere el mercado estadounidense y demás requisitos para el ingreso de productos alimenticios como es el caso del producto frijol castilla, además de ello, es fundamental su participación en ferias internacionales de alimentos, puesto que, de esa forma, podrá obtener una cartera de clientes variada y amplia que permita la expansión, crecimiento y posicionamiento de la empresa.

## REFERENCIAS

- Agencia Agraria de Noticias. (20 de octubre de 2020). *Perú exportó frijol castilla por US\$ 7.3 millones entre enero y septiembre.* <https://agraria.pe/noticias/peru-exporto-frijol-castilla-por-us-7-3-millones-entre-enero-22768>
- Agencia Agraria de Noticias. (21 de febrero de 2022). *Perú exportó frijol castilla por casi US\$ 18 millones en 2021.* <https://agraria.pe/noticias/peru-exporto-frijol-castilla-por-casi-us-18-millones-en-2021-27037#:~:text=Estados%20Unidos%20concentr%C3%B3%20el%2031,por%20US%24%2012.913.666.>
- Agencia EFE. (4 de octubre de 2021). *La población latina en EEUU creció en una década en 11,6 millones de personas.* <https://www.efe.com/efe/usa/sociedad/la-poblacion-latina-en-eeuu-crecio-una-decada-11-6-millones-de-personas/50000101-4644781>
- Aguirre, C. (2017). *Distribución Física Internacional.* Fundación Universitaria del área Andina. Fondo Editorial Areandino. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1499/Distribuci%C3%B3n%20F%C3%ADsica%20Internacional.pdf?sequence=1>
- Alarcon, J. (2019). *Políticas públicas para la agricultura familiar: El caso de Perú.* Confederación de Organizaciones de Productos Familiares del Mercosur Ampliado. [https://coprofam.org/wp-content/uploads/2019/06/PPAFCI-PER%C3%9A\\_web.pdf](https://coprofam.org/wp-content/uploads/2019/06/PPAFCI-PER%C3%9A_web.pdf)
- Altamirano, F., Espinoza, L. y Raez, L. (2021). Gestión de la procedencia y la trazabilidad de productos orgánicos de exportación en Perú. *Revista Anales Científicos*, 82(1), 1 – 10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8165245>
- Arbaiza, L. (2015). *Cómo elaborar un plan de negocios.* Lima, Perú: ESAN. Obtenido de <https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/como-elaborar-un-plan-de-negocio?location=19>
- Asociación de Exportadores. (12 de noviembre de 2021). *Tendencia saludable en el mundo favorece despachos de frijol castilla del Perú.*

- <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/tendencia-saludable-en-el-mundo-favorece-despachos-de-frijol-castilla-del-peru/>
- BBVA Continental. (2021). BBVA Research prevé que la economía peruana podría alcanzar un crecimiento del 10% en 2021. <https://www.bbva.com/es/pe/bbva-research-preve-que-la-economia-peruana-podria-alcanzar-un-crecimiento-del-10-en-2021/#:~:text=BBVA%20Research%20prev%C3%A9%20que%20la,crecimiento%20del%2010%25%20en%202021&text=Una%20situaci%C3%B3n%20propiciada%20gracias%20a,del%20aumento%20de%20los%20contagios.>
- Cabrera, A. (2020). *Manual de uso de las reglas Incoterms 2020*. Marge Books. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/130338?page=55>
- Cárdenas Antúnez, R. J. (2014). *Análisis del consumidor*. Editorial Digital UNID. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/41181?page=4>
- Carmen, C., Marquez, J. y Rivas, J. (2020). *Propuesta para la Exportación de Banano Orgánico (musa paradisiaca) del Centro Poblado de Carrasquillo – Morropon al Mercado Europeo* [tesis de Pregrado]. Repositorio Institucional UNP. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2480/IAIA-CAR-MAR-RIV-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrillo, S. L. (2020). *Plan de Negocios para la Producción y Comercio de Sombreros de Paja Toquilla para Asociación de Mujeres Artesanas de Pedregal Grande 2019* [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio Institucional UNP. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2229/ECO-CAR-EST-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro, D. E. (2019). *Plan de Negocio para la Exportación de Frijol Canario a México de la Empresa Food Export Norte S.A.C, Chiclayo 2018 – 2021* [tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6355/Castro%20Silva%20Deyli%20Esther.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Castro, R. (2013). Introducción a la FDI “*Distribución Física Internacional*”.  
 Repositorio Institucional PromPerú.  
[https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/505/Introduccion\\_dfi\\_distribucion\\_fisica\\_internacional\\_2013\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/505/Introduccion_dfi_distribucion_fisica_internacional_2013_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Centro de Especialización en Gestión Pública. (24 de febrero de 2021). *El ciclo de abastecimiento*.  
<https://cegepperu.edu.pe/2021/02/24/el-ciclo-de-abastecimiento/>
- Chanta, G. A. (2018). *Plan de Negocio para la Exportación de Frijol Caupí a Estados Unidos en la Empresa Molisam S.A.C. Lambayeque, 2017 – 2021* [tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5471/Chanta%20Castillo%20Germ%C3%A1n%20Alexander.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- COFACE For Trade. (2022). *Estudios económicos*. <https://www.coface.com/>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2009). *Ficha de requisitos técnicos de acceso al mercado de EE.UU.*  
<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Frijol%20Castilla.pdf>
- Cue Mancera, A. (2016). *Negocios internacionales en un mundo globalizado*. Grupo Editorial Patria.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/40424?page=350>
- Cueva , M. (3 de enero de 2018). *La tecnología y el manejo del cambio climático en la agricultura peruana*. CropLife Latin America.  
<https://www.croplifela.org/es/actualidad/articulos/la-tecnologia-y-el-manejo-del-cambio-climatico-en-la-agricultura-peruana>
- D’olivares, N. y Casteblanco, C.L. (2015). Un acercamiento a los enfoques de investigación y tradiciones investigativas en educación. *Revista Humanismo y Sociedad*, 3(1-2), 24-34. doi: 10.22209/rhs.v3n1.2a04
- Datosmacro. (2022). *Economía y demografía de Estados Unidos*. Expansión.  
<https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>

- Diario del Exportador. (14 de febrero de 2017). *La demanda: definición y tipos*. <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>
- Diario del Exportador. (20 de noviembre de 2017). *Conoce los beneficios de la exportación*. <https://www.diariodelexportador.com/2017/11/conoce-los-beneficios-de-la-exportacion.html>
- Domínguez, A. (2010). *La determinación de los precios de exportación*. GAFI. <https://www.empresaglobal.es/EGAFI/descargas/1056176/1601149/la-determinacion-de-los-precios-de-exportacion.pdf>
- Dueñas Noguerras, J. (2017). *Gestión de proveedores*. MF1004\_3. Antequera, Málaga, Spain: IC Editorial. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/59187?page=94>.
- Dulzaides, M. y Molina, A. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *ACIMED*, 12(2). 1-4.
- El Tiempo. (23 de abril de 2018). *Más de mil agricultores del Bajo Piura se benefician con frijol caupí*. <https://eltiempo.pe/mas-mil-agricultores-del-piura-se-benefician-frijol-caupi/>
- El Tiempo. (27 de octubre de 2017). *Unas 2,500 familias dependen de la producción del caupí*. <https://eltiempo.pe/unas-2-500-familias-dependen-la-produccion-del-frijol-caupi/>
- Escuela de Negocios. (8 de septiembre de 2020). Análisis de Producto. *Business Revista Digital*. <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/marketing-ventas/analisis-de-producto/>
- Eslava Sarmiento, L. A. (2017). *Canales de distribución logístico comerciales*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/70308?page=75>
- Estupiñán, R. (2009). *Estado de flujos de efectivo y de otros flujos de fondo* (2a. ed.). Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/69106?page=24>
- Expansión. (2020). *Exportaciones de Mercancías*. Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones>
- Font, J. (2016). *Las encuestas de opinión*. Editorial CSIC Consejo Superior de

<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/41846?page=14>

- Fort, R. (2020, 16 de octubre). Más allá de los transgénicos: tecnología e innovación para una nueva revolución verde en el Perú, por Ricardo Fort Perú. *Grade*. <https://www.grade.org.pe/novedades/mas-alla-de-los-transgenicos-tecnologia-e-innovacion-para-una-nueva-revolucion-verde-en-el-peru-por-ricardo-fort/>
- García Trius, A. (2015). *Guía documental para exportar e importar: los 12 documentos clave*. Marge Books. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/43758?page=7>
- Garzón, A. E. (2020). Oportunidad de exportación de aguacate Hass a Francia. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 2(1), 78-102. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/172408?page=2>.
- Gaucín, D. (28 de marzo de 2019). *El mercado mundial y nacional del frijol*. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/opinion/El-mercado-mundial-y-nacional-del-frijol-20190328-0088.html>
- González, C. (27 de diciembre de 2021). *El sueldo medio anual que necesita un hispano para vivir en USA*. Diario AS. [https://us.as.com/us/2021/12/28/actualidad/1640650080\\_477324.html](https://us.as.com/us/2021/12/28/actualidad/1640650080_477324.html)
- Guía del AgroExportador. (15 de noviembre de 2021). *Exportación de frijol astilla crece 117% en agosto de 2021*. <https://www.guiadelagroexportador.com.pe/exportacion/exportacion-de-frijol-castilla-crece-117-a-agosto-2021/#:~:text=En%20septiembre%20del%202021%2C%20los,una%20presentaci%C3%B3n%20de%20500%20gr.>
- Gutiérrez, G. (2013). *La competencia empresarial y su aplicabilidad*. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11038/1/La%20competencia%20empresarial%20y%20su%20aplicabilidad.pdf>
- Hernández, J. (2020). Oportunidades de exportación de la feijoa en el mercado francés. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 2(1), 26-39.

Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/172405?page=2>.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. McGRAW - Hill Interamericana De México, S.A. de C.V. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39330312/metodologia-investigacion-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1634077472&Signature=OC~zDBrCqGE7nPAS7qFxlAd3I-yADxIE7hWKF~xzGNar1XWJXtQFt6GnihZmbdDInviYVNz~XHKa-gHctZ1MH~22o-iA~0q6XgvlA3cVx0bOAJF50IkC-aMhRQoPWmgCbv-HvUBYiu1NGdr8BZ0v4T-12SssjyV2~gicjw3LgYWxM8dDHQlrmxRjdR0fONYmW2OH9TNdGNo6mgtSHKEtTks3PrrgOJUdvbbLuJKSfWYhgXC8DYgH12vHxD4SR07fHbuZqmCsbIGI~9qgYD85Us3FqikFahly9oCKeVyg3S0x-OR7fEtXvjSPV8vGqvnxiAF1vNZmJWMtwkI7ZGTw\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39330312/metodologia-investigacion-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1634077472&Signature=OC~zDBrCqGE7nPAS7qFxlAd3I-yADxIE7hWKF~xzGNar1XWJXtQFt6GnihZmbdDInviYVNz~XHKa-gHctZ1MH~22o-iA~0q6XgvlA3cVx0bOAJF50IkC-aMhRQoPWmgCbv-HvUBYiu1NGdr8BZ0v4T-12SssjyV2~gicjw3LgYWxM8dDHQlrmxRjdR0fONYmW2OH9TNdGNo6mgtSHKEtTks3PrrgOJUdvbbLuJKSfWYhgXC8DYgH12vHxD4SR07fHbuZqmCsbIGI~9qgYD85Us3FqikFahly9oCKeVyg3S0x-OR7fEtXvjSPV8vGqvnxiAF1vNZmJWMtwkI7ZGTw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6. a Ed.). McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. De C.V. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

INENKA Business School. (Enero de 2020). *Partida arancelaria: la clasificación del comercio exterior*. <https://escuelainenka.com/que-es-partida-arancelaria/>

Infotrade. (2020). *Exploración por partidas*. <https://infotrade.promperu.gob.pe/expExploracionPartSearch>

Instituto de Comercio Exterior. (2020). *Información del Mercado de Estados Unidos, canales de distribución, estructura y marco legal de la distribución comercial*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=US#indice>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2013). *Metodología de Cálculo Mensual de los Índices de Precios de Comercio Exterior*. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/metodologias/metodologia->

- de-indice-de-precios-de-comercio-exterior.pdf
- Instituto Peruano de Economía. (4 de agosto de 2021). ¿Por qué sube el dólar?.  
<https://www.ipe.org.pe/portal/por-que-sube-el-dolar/>
- Joanidis, C. (2017). *Plan de negocios: la película*. Pluma Digital Ediciones.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/77367?page=40>
- Kvale, S. (2014). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Ediciones Morata, S. L.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/51837?page=24>
- Laos, J. A. (2017). *Plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a exportar*. Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/102136?page=11>
- Lavalle, A. C. (2017). *Análisis financiero*. Editorial Digital UNID.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/41183?page=4>
- Lengua, C. (2021, 14 de abril). Subsidio a la planilla: los puntos a favor y en contra del programa del Ministerio de Trabajo. *El Comercio*.  
<https://elcomercio.pe/economia/peru/subsidio-a-la-planilla-los-puntos-a-favor-y-en-contra-del-programa-del-ministerio-de-trabajo-mtpe-empleo-formal-ncze-noticia/>
- Liu, T. (2018). *Las exportaciones de uva como estrategia de negocios internacionales con la República Popular de China* [Tesis de Posgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM.  
[https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11437/Liu\\_t.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11437/Liu_t.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Mancilla, G. (2020). *Proyecto para la exportación de frutos secos* [Tesis Magister, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio institucional de la Universidad de La Plata.  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/124022/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/124022/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Market Access Map. (2022). *Condiciones de acceso a los mercados*.  
<https://www.macmap.org/es>
- Martínez, D. (2013). *Pymes: rutas para la exportación*. Universidad del Norte.

- <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/69896?page=21>
- Martínez, E. (2020). *Estadística*. Universidad Abierta para Adultos (UAPA).  
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/175596?page=18>
- Mendoza Roca, C. Paternina-Arboleda, C. y Mendoza Roca, C. (2016). *Manual práctico para gestión logística: envase y embalaje, transporte y cadena de frío, preservación de productos del agro*. Universidad del Norte.  
<https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/69974?page=15>
- Mendoza, L., Castillo, M., y Gonzalez, K. (2020). Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de banano orgánico ecuatoriano a Rusia. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 3, 1 – 23.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8313046>
- Menéndez, S., Ramírez, H. y Ortigosa U. (1 de septiembre de 2020). *Guía de Estado California Estados Unidos*. ICEX España Exportaciones e inversiones. [https://www.ivace.es/Internacional\\_Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/Estados\\_Unidos/Californiaguialcex2020.pdf](https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/Estados_Unidos/Californiaguialcex2020.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2006). *Guía Comercial y Crediticia para el Usuario del Comercio Exterior: Serie Pepe MYPPE*. Siicex.  
<https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (25 de febrero de 2018). *¿Qué beneficios obtengo al ser exportador formal?*.  
<https://www.mincetur.gob.pe/que-beneficios-obtengo-al-ser-un-exportador-formal/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Enero de 2013). *El ABC del Comercio Exterior. Guía práctica del Exportador Volumen III*.  
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/lecturas\\_complementarias/03\\_GUIA\\_DEL\\_EXPORTADOR.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/03_GUIA_DEL_EXPORTADOR.pdf)
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (12 de julio de 2017). *Exportaciones de legumbres alcanzarán los US\$ 80 millones al cierre del 2017*.  
<https://www.midagri.gob.pe/portal/noticias-antteriores/notas-2017/19591->

exportaciones-de-legumbres-alcanzaran-los-us-80-millones-al-cierre-del-2017

- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2015). *Definición de oferta exportable*. <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio del Ambiente. (2011, 14 de julio). *Plan Nacional de Acción Ambiental* (2.ª ed.). [https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/08/plana\\_2011\\_al\\_2021.pdf](https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/08/plana_2011_al_2021.pdf)
- Montes, C., Pantaleón, A., Medina I. y Palacios R. (2021). Niveles de exportación de productos tradicionales y no tradicionales del Perú 2011 – 2020. *Revista Epistemia*, 5(2), 1 – 8. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/2023/2576>
- Nava, N. y Monroy, M. D. L. Á. (2018). *Metodología de la investigación*. México, D.F: Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/172512?page=104>
- Oviedo, H. y Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4). 572-580.
- Pardina, M. P. (2017). *Internacionalización de pymes*. Ministerio de Educación y Formación Profesional de España. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/49430?page=64>
- Patiño, W., Paz, J. y Rodríguez J. (2019). *Plan de negocio para la producción y exportación de uva de mesa variedad Sweet Globe de la empresa Sociedad Agrícola Rapel S.A.C. a Estados Unidos. Propuesta de ampliación de línea productiva en un terreno agrícola en Piura* [Tesis de Maestría, Universidad ESAN]. Repositorio institucional de la Universidad ESAN. [https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1729/2019\\_MATP-PIU\\_16-1\\_04\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1729/2019_MATP-PIU_16-1_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez, A. (2021). *VAN y TIR, dos herramientas para la viabilidad y rentabilidad de una inversión*. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/van-y-tir-dos-herramientas-para-la->

viabilidad-y-rentabilidad-de-una-inversion

- Posada, C. (20 de junio del 2022). *Tendencias de consumo en EE.UU. podrían cambiar por la inflación*. La cámara. <https://lacamara.pe/tendencias-de-consumo-en-ee-uu-podrian-cambiar-por-la-inflacion/>
- PromPerú. (18 de diciembre de 2020). *¿Cuáles son las tendencias alimentarias en Estados Unidos para el 2021?*. <https://boletines.exportemos.pe/704/cuales-son-las-tendencias-alimentarias-en-estados-unidos-para-el-2021>
- PromPerú. (2015). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos*. Repositorio Digita PromPerú. <https://recursos.exportemos.pe/guia-requisitos-acceso-alimentos-estados-unidos-2015.pdf>
- Publishing, M. (2007). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/52867?page=89>
- Pulido, R. (2018). *6 ejemplos de penetración de mercado para expandir tu negocio*. Geoblink. <https://www.geoblink.com/es/blog/ejemplos-penetracion-de-mercado/>
- Quintanilla, A. (2018). *Plan de Exportación de Arándano Deshidratado* [Tesis Licenciatura, Universidad Internacional de Piura]. Repositorio institucional de la Universidad Internacional de Piura. <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1679>
- Redagricola, (2017, mayo). *Agricultura interconectada en la era digital*. Perú. <https://www.redagricola.com/pe/agricultura-interconectada-la-digital/>
- Rodriguez, J. J. (2015). *Muestreo y preparación de la muestra*. Cano Pina. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/43107?page=13>
- Rodriguez, M. (18 de diciembre de 2020). *¿Cuáles son las tendencias alimentarias en Estados Unidos para el 2021?*. <https://boletines.exportemos.pe/704/cuales-son-las-tendencias-alimentarias-en-estados-unidos-para-el-2021>
- Rozas, S. (2012). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/69856?page=180>

- Ruiz Bolívar, C. (2002). *Instrumentos de Investigación Educativa*. Editorial Fedeupel. Venezuela.
- Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing*. COMM025PO. IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/124250?page=34>
- Sangri Coral, A. (2016). *Administración de compras: adquisiciones y abastecimiento*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/39375?page=14>
- Sangri, A. (2016). *Administración de compras: adquisiciones y abastecimiento*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/39375?page=16>
- Sanguinetti, I. (10 de agosto de 2016). *Envases y Embalajes para Exportación*. Comisión de Promoción del Perú para la exportación y Turismo. Repositorio Institucional PromPerú. [https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1535/envases\\_embalajes\\_exportacion\\_2016\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1535/envases_embalajes_exportacion_2016_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (2019, 17 de agosto). *Examen de las políticas comerciales. Informe de Perú*. [http://www.sice.oas.org/ctyindex/PER/WTO/ESPANOL/g393\\_s.pdf](http://www.sice.oas.org/ctyindex/PER/WTO/ESPANOL/g393_s.pdf)
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (2018). *Memoria Anual 2018*. [https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/memoria/Memoria\\_COMEXPERU\\_2018.pdf](https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/memoria/Memoria_COMEXPERU_2018.pdf)
- Solana, G. (2020): *Internacionalización empresas gourmet*. Ed. Universidad Nebrija. [https://www.nebrija.com/catedras/nebrija-santander-internacionalizacion-empresas/pdf/libro\\_GOURMET.pdf](https://www.nebrija.com/catedras/nebrija-santander-internacionalizacion-empresas/pdf/libro_GOURMET.pdf)
- Soler, D. *Guía práctica de las reglas Incoterms 2020: derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional*. Marge Books, 2021. p. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/176793?page=27>
- Solórzano, C. (2018). *Análisis de las Exportaciones Ecuatorianas de los productos tradicionales a la Unión Europea dentro del nuevo cuadro del Acuerdo*

- Multipartes* [Tesis Magister, Universidad Internacional del Ecuador]. Repositorio institucional de la Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2678/1/T-UIDE-1916.pdf>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2022). *Información detallada de exportación definitiva*. <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informgest/ExpoDef.htm>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2016). *Definición*. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (10 de enero de 2020). *Exportación definitiva*. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/expor tac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (18 de noviembre de 2020). *Exportación Temporal para Reimportación en el mismo Estado y Exportación temporal para perfeccionamiento Pasivo*. <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exTe mporal/procGeneral/despa-pg.05.htm>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s.f.). *Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional*. <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- Tapia, J. (2004). *El producto*. Innovación y Cualificación, S.L. [http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material\\_didactico/especialidades/materialdidactico\\_admon\\_y\\_gestion/admon\\_comercial/m5/ud2.a.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_admon_y_gestion/admon_comercial/m5/ud2.a.pdf)
- Thompson, I. (2019). *El Mercado Meta*. Promonegocios. Recuperado el 24 de septiembre de 2021 de <https://www.promonegocios.net/mercado/meta-mercado.html>
- Torres, J. (2015). *Proyectos de negocios: método práctico para emprendedores*. Editorial Universidad de Santiago de Chile. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/68417?page=214>

- Trade Map. (2020). *Comercio bilateral entre Perú y Estados Unidos de América. Producto: 071335 "Alubias secas ""Vigna unguiculata""*, aunque estén mondadas o partidas". TRADEMAP. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_10D\\_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c842%7c%7c071335%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c842%7c%7c071335%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1)
- Trade Map. (2021). *Inicio & Búsqueda*. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Trade Map. (2021). *Lista de los exportadores para el producto seleccionado Producto: 071335 "Alubias secas ""Vigna unguiculata""*, aunque estén mondadas o partidas". [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Trade Map. (2021). *Lista de los importadores para el producto seleccionado Producto: 071335 "Alubias secas ""Vigna unguiculata""*, aunque estén mondadas o partidas". [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Trade Map. (2021). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú Producto: 071335 "Alubias secas ""Vigna unguiculata""*, aunque estén mondadas o partidas". [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Trade Map. (2021). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América Producto: 071335 "Alubias secas ""Vigna unguiculata""*, aunque estén mondadas o partidas". [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7c071335%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

- United States Census Bureau. (2021). *California*.  
<https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/CA/INC110220#INC110220>
- Universidad ESAN. (24 de enero de 2017). *Fundamentos financieros. El valor actual neto (VAN)*. Conexiónesan. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- Universitat de Barcelona. (18 de abril de 1979). *El Informe Belmont*. Observatori de Bioética i Dret.  
<http://www.bioeticayderecho.ub.edu/archivos/norm/InformeBelmont.pdf>
- Valdez, M. (7 de abril de 2021). *Venezuela exportará 3.650 toneladas de frijol chino a Vietnam y China*. YVKE Mundial.  
<http://www.radiomundial.com.ve/article/venezuela-exportar%C3%A1-3650-toneladas-de-frijol-chino-vietnam-y-china>
- Valero, G., Rodenes, M., Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Revista Le Bret*, 8. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 127 – 147. ISSN: 2145-5996
- Velasco Gutiérrez, J. (2019). *Plan de Exportación de Filete de Trucha Arcoíris hacia el mercado Estadounidense* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Piura. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1681/ADM-VEL-GUT-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vergara, M. (2020). Las Restricciones al Comercio Internacional: Barreras. *Revista digital INESAM*.  
<https://revistadigital.inesem.es/juridico/restricciones-al-comercio-internacional/>
- Veritrade. (2022). *Comercio Exterior importaciones y exportaciones de Export Import Candres S.A.C*.  
<https://www.veritradecorp.com/es/peru/importaciones-y-exportaciones-export-import-candres-sac/ruc-20440256474>
- Yate, A. (2016). *El empaque, factores para el diseño de empaques*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/70284?page=31>

## ANEXOS

### Anexo 01: Matriz de consistencia

#### Plan de Negocios para la Exportación de Frijol Castilla de la Empresa Export- Import Candres S.A.C, Piura, 2021

Tabla 57

*Matriz de Consistencia*

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO METODOLÓGICO
<p>¿De qué manera un Plan de negocios permitirá la exportación de frijol castilla al mercado de Estado Unidos de la empresa Export Import Candres S.A.C de Piura, 2021?</p>	<p>Proponer un Plan de Negocios para la exportación de frijol castilla a Estados Unidos para la empresa Export Import Candres S.A.C de Piura, 2021.</p>	<p><b>Hipótesis de la investigación (Hi):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El plan de negocios permitirá evaluar la viabilidad de la exportación de frijol castilla a Estados Unidos de la Empresa</li> </ul>	<p><b><u>Variables de Estudio</u></b></p> <p><b>Variable Dependiente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Exportación</li> </ul> <p><b>Variable Independiente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Plan de Negocios</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b><u>Indicadores</u></b></p> <p><b>Exportación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Monto y volumen de las exportaciones.</li> <li>○ Precio de exportación.</li> <li>○ Envase, empaque y</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mixto</li> </ul> <p><b>Nivel:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Descriptivo</li> </ul> <p><b>Diseño:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ No experimental, transversal</li> </ul>

Export Import  
Candres  
S.A.C, Piura,  
2021.

- embalaje.
- Incoterms.
- Transporte internacional.
- Documentos.
- Medios de pago.
- Barreras arancelarias.
- Barreras no arancelarias.

<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>
○ ¿Cuál es el diagnóstico actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura?	○ Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.	---
○ ¿Cómo se encuentra económica y financieramente la	○ Evaluar económica y financieramente la exportación de	

**Plan de negocios**

- Producto.
- Capacidad de abastecimiento.
- Proveedores nacionales.
- Precio de compra.
- Partida arancelaria.
- Oferta exportable.

- 
- |   |  |   |
|---|--|---|
| <p>exportación de frijol castilla?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Cuáles son los beneficios del TLC entre Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla?</li> <li>○ ¿Cuáles son los factores que inciden en el proceso de exportación al mercado de Estados Unidos?</li> </ul> | <p>frijol castilla.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Identificar los beneficios del TLC entre Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.</li> <li>○ Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Demanda insatisfecha.</li> <li>○ Canal de distribución.</li> <li>○ Perfil del consumidor.</li> <li>○ Beneficios de acuerdos comerciales.</li> <li>○ Posicionamiento.</li> <li>○ Estrategias de ingreso al mercado.</li> <li>○ Flujos de efectivo.</li> <li>○ Préstamos.</li> <li>○ VAN.</li> <li>○ TIR.</li> </ul> |
|---|--|---|
- 

*Fuente:* Elaboración propia

## Anexo 02: Encuesta



### ENCUESTA: EXPORT – IMPORT CANDRES S.A.C

#### Título del Informe de Investigación: Plan de negocios para la Exportación de Frijol Castilla de la Empresa Export Import Candres S.A.C, Piura, 2021

#### Objetivos específicos:

- Analizar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura

**Instrucciones:** a continuación se muestran una serie de preguntas elaboradas por los investigadores de la Universidad Señor de Sipán, por ello debe marcar con la alternativa que más se ajuste a su opinión, teniendo en cuenta los siguientes intervalos.

Escala	Definición
1	Totalmente de acuerdo
2	De acuerdo
3	Ni de acuerdo – Ni en desacuerdo
4	En desacuerdo
5	Totalmente en desacuerdo

#### Items: Plan de negocios

N°	Items	Escala				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera importante que el frijol castilla cuente con todas las certificaciones para ser exportado e ingresar al mercado de destino sin traba alguna?					
2	¿Cree usted que la calidad es un factor importante para la exportación de frijol castilla hacia el mercado americano?					
3	¿Cree usted importante que el frijol castilla sea exportado con la humedad adecuada para llegar al consumidor					

	objetivo sin inconveniente alguno?					
4	¿Para usted es importante que el frijol castilla sea exportado libre de insecticidas para asegurar el bienestar del consumidor final?					
5	¿Está de acuerdo con que la frecuencia de abastecimiento de frijol castilla en la empresa Candres sea de forma semanal?					
6	¿La frecuencia de abastecimiento de frijol castilla en la empresa Candres se adquiere de forma semanal?					
7	¿Actualmente la empresa Candres se dedica a la exportación de Frijol Castilla hacia Colombia?					
8	¿Considera que el frijol castilla debe ser comercializado como producto de consumo masivo en EE.UU?					
9	¿Considera que la página web de la empresa Candres contribuye a la promoción y venta del producto de frijol castilla para el mercado de EE.UU?					

**¡Gracias por su participación!**

### Anexo 03: Entrevista (exportación)



#### ENTREVISTA: EXPORT – IMPORT CANDRES S.A.C

##### Guía de Entrevista

#### PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C, PIURA, 2021

##### Objetivo:

- Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.

##### Guía de entrevista dirigida al gerente general de la empresa Export Import Candres S.A.C

##### Variable dependiente: Exportación

1. ¿Considera que la presentación de 25 kg (55 libras) para la exportación de frijol Castilla hacia EE.UU es el adecuado?
2. ¿Considera que la presentación de 50 kg (110 libras) para la exportación de frijol castilla hacia EE.UU es el adecuado?
3. ¿Cree usted que las bolsas o sacos de polipropileno es el envase más adecuado para exportar el producto de Frijol Castilla hacia EE.UU?
4. ¿Qué tipo de Incoterms utiliza para el envío del producto de Frijol Castilla?
5. ¿Qué tipo de transporte utiliza Candres para la exportación de sus productos?
6. ¿Cuentan con la documentación necesaria para que el producto de Frijol Castilla pueda ingresar al mercado Estadounidense sin inconveniente alguno? Mencione los documentos  
¿Cuál es el medio de pago que la empresa Candres utiliza en sus ventas internacionales?

## **Anexo 04: Entrevista (plan de negocio)**



### **ENTREVISTA: EXPORT – IMPORT CANDRES S.A.C**

#### **Guía de Entrevista**

#### **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C, PIURA, 2021**

##### **Objetivo:**

- Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.
- Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.
- Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.

##### **Guía de entrevista dirigida al gerente general de la empresa Export Import Candres S.A.C**

##### **Variable independiente: Plan de negocios**

1. ¿Cuál es la estacionalidad del producto frijol castilla en el Perú?
2. ¿Por qué considera usted que el frijol castilla es un producto con potencial exportador? ¿Por qué?
3. ¿Cuál es la capacidad de abastecimiento de la empresa Candres con respecto al producto de Frijol Castilla?
4. ¿Cuál es la capacidad con la que cuenta la planta de la empresa Candres para el procesamiento y selección del frijol castilla?
5. En épocas de temporada alta ¿Cuánto produce Candres al día de frijol castilla?

6. ¿Cuál es el orden de importancia de los proveedores nacionales de Candres según el aporte que le otorgan a la empresa?
7. ¿Cuál es precio de compra que Candres les paga a sus proveedores por el producto de frijol castilla?
8. ¿Qué beneficios conoce que tienen los productos peruanos a través del TLC entre Perú – EE.UU?
9. ¿Cree que la empresa Candres pueda abarcar entre 3% a 5% del mercado Estadounidense?
10. ¿Cómo impactaría al crecimiento de la empresa el hecho de que diversifique sus mercados internacionales?
11. ¿Qué medios de difusión conoce para promocionar el producto frijol castilla en EE.UU?
12. ¿Qué estrategia de promoción para el frijol castilla conoce para el mercado americano?
13. ¿La empresa Candres cuenta con flujos de efectivos favorables para su continuidad y expansión en un futuro?
14. ¿La empresa Export Import Candres S.A.C ha requerido de apoyo financiero para continuar con sus actividades empresariales?

**Anexo 05: Guía de Análisis documentario (Exportación)**



**GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTARIO: EMPRESA EXPOR – IMPORT  
CANDRES S.A.C**

**Objetivo:**

- Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.

**Variable dependiente: Exportación**

1. ¿Cuál fue el valor y volumen exportado de frijol castilla del Perú hacia EE.UU entre el periodo 2016 – 2020?
2. ¿Cuál es el precio promedio de exportación de frijol castilla del Perú hacia el exterior?
3. ¿Cuáles son las barreras arancelarias que se aplican a la exportación de frijol castilla de Perú hacia EE.UU?
4. ¿Cuáles son las barreras no arancelarias que se aplican a la exportación de frijol castilla peruano hacia EE.UU?

## Anexo 06: Guía de Análisis documentario (plan de negocios)



### GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTARIO: EMPRESA EXPOR – IMPORT CANDRES S.A.C

#### Objetivo:

- Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.

#### Variable independiente: Plan de negocios

1. ¿Conoce cuál es la partida arancelaria del producto frijol castilla?  
Mencione la partida arancelaria.
2. ¿Cuál es la oferta exportable mínima para ingresar al mercado estadounidense?
3. ¿Cuáles son los canales de distribución más utilizados para el envío de frijol castilla a EE.UU?
4. ¿Cuál es el perfil del consumidor al cual irá dirigido el producto de frijol castilla?
5. ¿Cuáles son los principales países que exportan frijol castilla hacia el mercado de EE.UU?
6. ¿Cuáles son las empresas peruanas que exportan frijol castilla hacia el mercado estadounidense?

## Anexo 07: Cartillas de validación

Figura 29

Cartilla de Validación – Encuesta 01

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
<b>CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>			
Nombre del instrumento:	Encuesta		
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura</li><li>• Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.</li></ul>		
Dirigido a:	A los colaboradores de la empresa Export-Import Candres S.A.C		
<b>JUEZ EXPERTO</b>			
Apellidos y Nombres:	Rocero Salazar Cesar Ricardo		
Documento de Identidad:	44308266		
Grado Académico:	Maestro en Administración de Negocios - MBA		
Especialidad:	Negocios Internacionales		
Experiencia Profesional (años):	9 años		
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>			
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable	
X			
Sugerencia:			
 ..... MBA. Cesar Ricardo Rosero Salazar			

Figura 30

Cartilla de Validación – Entrevista 01

		<b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b>	
<b>CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>Nombre del instrumento:</b>		Entrevista	
<b>Objetivo:</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.</li> <li>• Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.</li> <li>• Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.</li> <li>• Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.</li> </ul>	
<b>Dirigido a:</b>		Gerente General de la Empresa Export Import Candres S.A.C	
<b>JUEZ EXPERTO</b>			
<b>Apellidos y Nombres:</b>		Rocero Salazar Cesar Ricardo	
<b>Documento de Identidad:</b>		44308266	
<b>Grado Académico:</b>		Maestro en Administración de Negocios - MBA	
<b>Especialidad:</b>		Negocios Internacionales	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>		9 años	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>			
Aplicable		Aplicable después de corregir	No Aplicable
x			
<b>Sugerencia:</b>			
			
MBA. Cesar Ricardo Rosero Salazar			

Figura 31

Cartilla de Validación – Encuesta 02

		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
<b>CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>Nombre del instrumento:</b>		Encuesta	
<b>Objetivo:</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura</li> <li>• Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.</li> </ul>	
<b>Dirigido a:</b>		A los colaboradores de la empresa Export-Import Candres S.A.C	
<b>JUEZ EXPERTO</b>			
<b>Apellidos y Nombres:</b>		Carrión Mezones Jean Michell	
<b>Documento de Identidad:</b>		41609079	
<b>Grado Académico:</b>		Magister Finanzas Corporativas	
<b>Especialidad:</b>		Comercio y Negocios Internacionales	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>		8 años	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>			
<b>Aplicable</b>		<b>Aplicable después de corregir</b>	<b>No Aplicable</b>
x			
<b>Sugerencia:</b>			
			
..... <b>Mg. Jean Michell Carrión Mezones</b>			

Figura 32

Cartilla de Validación – Entrevista 02

		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
<b>CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>Nombre del instrumento:</b>		Entrevista	
<b>Objetivo:</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.</li> <li>• Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.</li> <li>• Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.</li> <li>• Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.</li> </ul>	
<b>Dirigido a:</b>		Gerente General de la Empresa Export Import Candres S.A.C	
<b>JUEZ EXPERTO</b>			
<b>Apellidos y Nombres:</b>		Carrión Mezones Jean Michell	
<b>Documento de Identidad:</b>		41609079	
<b>Grado Académico:</b>		Magister Finanzas Corporativas	
<b>Especialidad:</b>		Comercio y Negocios Internacionales	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>		8 años	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>			
<b>Aplicable</b>		<b>Aplicable después de corregir</b>	<b>No Aplicable</b>
x			
<b>Sugerencia:</b>			
			
..... <b>Mg. Jean Michell Carrión Mezones</b>			

Figura 33

Cartilla de Validación – Encuesta 03

		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
<b>CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>Nombre del instrumento:</b>		Encuesta	
<b>Objetivo:</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura</li> <li>• Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.</li> </ul>	
<b>Dirigido a:</b>		A los colaboradores de la empresa Export-Import Candres S.A.C	
<b>JUEZ EXPERTO</b>			
<b>Apellidos y Nombres:</b>		ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB	
<b>Documento de Identidad:</b>		18138285	
<b>Grado Académico:</b>		DOCTOR	
<b>Especialidad:</b>		MARKETING	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>		20 ANOS	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>			
<b>Aplicable</b>		<b>Aplicable después de corregir</b>	<b>No Aplicable</b>
X			
<b>Sugerencia:</b>			
(Empty space for suggestions)			
			
..... <b>Dr. Hugo Redib Espinoza Rodríguez</b>			

Figura 34

Cartilla de Validación – Entrevista 02

		FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	
<b>CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>DATOS DEL INSTRUMENTO</b>			
<b>Nombre del instrumento:</b>		Entrevista	
<b>Objetivo:</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar la condición actual de la Empresa Export Import Candres S.A.C de Piura.</li> <li>• Evaluar económica y financieramente la exportación de frijol castilla.</li> <li>• Identificar los beneficios del TLC Perú – EE.UU para la exportación de frijol castilla.</li> <li>• Determinar los factores que inciden en el proceso de exportación.</li> </ul>	
<b>Dirigido a:</b>		Gerente General de la Empresa Export Import Candres S.A.C	
<b>JUEZ EXPERTO</b>			
<b>Apellidos y Nombres:</b>		ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO	
<b>Documento de Identidad:</b>		18138285	
<b>Grado Académico:</b>		DOCTOR	
<b>Especialidad:</b>		MARKETING	
<b>Experiencia Profesional (años):</b>		20 ANOS	
<b>JUICIO DE APLICABILIDAD</b>			
<b>Aplicable</b>		<b>Aplicable después de corregir</b>	<b>No Aplicable</b>
X			
<b>Sugerencia:</b>			
			
.....			
<b>Dr. Hugo <u>Redib</u> Espinoza Rodriguez</b>			

## Anexo 08: Permiso de recolección de datos

Figura 35

Permiso de Recolección de datos



**AUTORIZACIÓN PARA BRINDAR INFORMACIÓN**

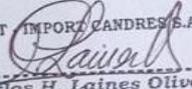
Chiclayo, 08 de diciembre de 2021

Quien suscribe:  
Sr. Carlos Humberto Laines Oliva  
Representante Legal – Empresa Export Import Candres S.A.C

**AUTORIZA:** Brindar la información pertinente en función del proyecto de investigación denominado: Plan de negocios para la exportación de frijol castilla de la empresa Export Import Candres S.A.C, Piura, 2021

Por el presente, el que suscribe, señor Carlos Humberto Laines, representante legal de la empresa: Export Import Candres S.A.C, AUTORIZO a los alumnos: Álvarez Samillán Jordy Jean Paul., identificado con DNI N° 74736492 y Alvarado Farfán Mirla Romina, identificada con DNI N° 75225855, estudiantes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, y autores del proyecto de investigación denominado: Plan de negocios para la exportación de frijol castilla de la empresa Export Import Candres S.A.C, Piura, 2021, así mismo, toda información que sea proporcionada por la empresa tendrá efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de pregrado, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información.

Atentamente.

  
EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C.  
-----  
Carlos H. Laines Oliva  
GERENTE GENERAL  
Carlos Humberto Laines Oliva  
DNI N°: 02674103  
Gerente General de Export Import Candres S.A.C.

**Oficina Principal :** Mz. 01 Lote 7 Urb. Miraflores - Castilla - Piura - Piura - Perú - Teléfono: +51(73)403041  
**Sucursal:** Calle B N° 177 A.H. Salamanca - Tumbes - Tumbes - Perú - Teléfono: +51(72)524157  
**Planta de Producción:** Jr. Las Mercedes N° 214 - Chulucanas - Morropón - Piura - Perú - Teléfono: +51(73)207625  
**Depósito:** Calle 6 de Agosto N° 194 - Chulucanas - Morropón - Piura - Perú  
**Depósito:** Calle Salas N° 831 C.P.M Nuevo S. Lorenzo I Etapa - José Leonardo Ortiz - Chiclayo - Lambayeque - Perú  
[www.candres.com.pe](http://www.candres.com.pe) e mail: [negocios@candres.com.pe](mailto:negocios@candres.com.pe)

## Anexo 09: Reporte de similitud turnitin

Figura 36

Reporte de similitud de turnitin

Reporte de similitud	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
<b>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CASTILLA DE LA EMPR ESA EXPORT IMPORT CANDRES S.A.C, P</b>	<b>Mirla Romina Alvarado Farfán</b>
RECUENTO DE PALABRAS	RECUENTO DE CARACTERES
<b>32926 Words</b>	<b>174727 Characters</b>
RECUENTO DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
<b>135 Pages</b>	<b>2.6MB</b>
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
<b>Jul 22, 2022 6:53 PM GMT-5</b>	<b>Jul 22, 2022 7:06 PM GMT-5</b>
<hr/>	
<b>● 9% de similitud general</b>	
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos	
<ul style="list-style-type: none"><li>• 8% Base de datos de Internet</li><li>• 2% Base de datos de publicaciones</li><li>• Base de datos de Crossref</li><li>• Base de datos de contenido publicado de Crossref</li><li>• 6% Base de datos de trabajos entregados</li></ul>	