



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

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE
MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE. UU, PARA
LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autor:

Bach. Carranza Arrascue Oswald Luis Miguel

<https://orcid.org/0000-0001-5347-2077>

Asesor:

Mg. Reyes Arroyo Carlos Andre

<https://orcid.org/0000-0002-0395-2950>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel-Perú

2023

APROBACIÓN DEL JURADO

TESIS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE. UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023

Aprobación del informe de investigación

Asesor (a) _____

Mg. Reyes Arroyo, Carlos Andre.

Presidente (a) _____

Mg. Reyes Arroyo, Carlos Andre.

Secretario (a) _____

Dr. Espinoza Rodríguez, Hugo Redib.

Vocal _____

Mg. Rocero Salazar, Cesar Ricardo.



Universidad
Señor de Sipán

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Negocios Internacionales** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACION DE MAIZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU., PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023

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:

CARRANZA ARRASCUE OSWALD LUIS MIGUEL	DNI: 71574114	
---	---------------	---

Pimentel, 12 de Febrero de 2024.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi madre quien me ha apoyado en todo momento, sin importar los altos y bajos que hubiera, siempre estuvo y estará presente para mí en todos mis proyectos y logros. A mi abuelo Luis Arrascue que en paz descansa, ya que siempre fue una figura paterna para mí y me enseñó el valor del esfuerzo y me inculco siempre la importancia del estudio y la dedicación. A mi abuela que también me apoya siempre, quien reza siempre por mí y por mi bienestar, me ha criado desde pequeño y siempre le estaré eternamente agradecido por todo. A mi padre, quien sin importar la distancia en la que se encuentre, me apoya siempre y está pendiente de mí. A mi novia, Ines Garcia quien me brinda el soporte emocional necesario, para poder sobrellevar distintos problemas que se me presentaron a lo largo de la carrera, también a mis amigos más cercanos quienes me ayudan siempre a seguir en un correcto camino profesional y me ayudan cada día a crecer como persona.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a mi madre por permitirme estudiar una carrera profesional, quien me apoyó económica y emocionalmente siempre, a la gerente de la empresa Inca Invest, Aurelie Nalet, quien me abrió las puertas a poder recolectar la información necesaria plasmada en este proyecto, a los colaboradores de la empresa quienes a pesar del poco tiempo que tenían disponible, me apoyaron brindándome su opinión y enseñanzas para enriquecer este proyecto. A mis profesores de la universidad quienes me han transmitido sus conocimientos profesionales y experiencias personales las cuales me servirán para mi crecimiento como persona y profesional.

RESUMEN

La investigación tiene como objetivos, analizar la situación de la empresa Inca Invest, teniendo en cuenta los parámetros que se necesitan para una correcta exportación, para posteriormente realizar un plan de negocio de exportación para el producto elegido, maíz morado en presentación de polvo ya que es un producto milenario y con alto potencial a explotar, ello permitirá a la empresa, ingresar al mercado estadounidense ya que, en principio, se encuentra exportando a países europeos, y a países en Latinoamérica como Panamá, y esto le brindará a la empresa un crecimiento a largo plazo.

El mercado elegido fue Estados Unidos ya que según Trademap, Perú es uno de los principales exportadores de maíz morado en el mundo, y reforzando esta idea tenemos que, el maíz morado ayuda a mantener una dieta saludable, aporta a la reducción de los azúcares lo cual en consecuencia permite reducir los porcentajes de obesidad, el cual es un motivo muy importante y por lo cual el mercado americano se preocupa. Toda la información recolectada para la presente investigación ha pasado por la revisión de expertos en análisis y temas de exportación, del mismo modo se entrevistó a expertos que laboren en empresas exportadoras o ligadas al rubro exportador, se tomó sus opiniones y se discutió al respecto.

Como conclusiones, Inca Invest es una empresa con capacidad de exportar grandes y pequeñas cantidades ya que tiene una cartera de proveedores con los cuales lleva años trabajando, además de experiencia en el rubro exportador siendo este uno de sus principales pilares y sustentos económicos. De igual modo participaron en programas de apoyo del gobierno (PAI), el cual postularon y ganaron en el año 2018, siendo muy competitiva, con excelente calidad en sus productos y sobre todo buenas referencias con sus clientes internacionales.

PALABRAS CLAVE

Plan de negocios, exportación, maíz morado, Estados Unidos

ABSTRACT

The research has as objectives, to analyze the situation of the Inca Invest company, taking into account the parameters that are needed for a correct export, to later carry out an export business plan for the chosen product, purple corn in powder presentation since It is an ancient product with high potential to exploit and this will allow the company to enter the US market since, in principle, it is exporting to European countries, and to Latin American countries such as Panama, and this will provide the company with growth long-term.

The chosen market was the United States since according to Trademap, Peru is one of the main exporters of purple corn in the world, and reinforcing this idea we have that purple corn helps maintain a healthy diet, contributes to the reduction of sugars which consequently allows reducing the percentages of obesity, which is a very important reason and for which the American market is concerned. All the information collected for the present investigation has gone through the review of experts in analysis and export issues, in the same way experts who work in exporting companies or linked to the export sector were interviewed, their opinions were taken and discussed about it.

As conclusions, Inca Invest is a company with the capacity to export large and small quantities since it has a portfolio of suppliers with which it has been working for years, as well as experience in the export sector, this being one of its main pillars and economic livelihoods. In the same way, they participated in government support programs (PAI), which they applied for and won in 2018, being very competitive, with excellent quality in their products and, above all, good references with their international clients.

KEYWORD:

Business Plan, export, purple corn, United States

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	11
Realidad problemática:.....	11
1.2. Trabajos previos:.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema:.....	16
1.4. Formulación del problema:	43
1.5. Justificación e importancia del estudio:	43
1.6. Hipótesis:	44
1.7. Objetivos:	44
1.7.1. Objetivo General:	44
1.7.2. Objetivos Específicos:	44
II. MATERIAL Y MÉTODO	45
2.1. Tipo y diseño de la investigación:.....	45
2.2. Variables, Operacionalización	46
Operacionalización.....	46
2.3. Población y muestra	47
Población	47
Muestra	47
Criterios de inclusión	48
Criterios de exclusión	48
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	48
Validez	50
2.5. Procedimiento de análisis de datos	51
2.6. Criterios éticos.....	51
III. RESULTADOS	52
Entrevista a la gerente general de Inca Invest S.A.C.:.....	52
Entrevista a dirigida a expertos en la exportación	56
3.2 Aporte	69
Plan de negocio de exportación de maíz morado en polvo para la empresa Inca Invest. 70	
Plan administrativo:	70
Plan marketing	72
Relación con clientes	78
Promoción y publicidad	79
Plan financiero:	80
IV. CONCLUSIONES.....	84
V. RECOMENDACIONES.....	85
VI. REFERENCIAS.....	85
ANEXOS.....	89

Anexo N° 1: Autorización para el recojo de información	89
Anexo N° 2: Instrumentos aplicados.....	90
Entrevista dirigida a la gerente	90
Entrevista dirigida a expertos	91
Anexo N° 3: Cartillas de validación de los instrumentos	92
Anexo N° 4: Matriz de consistencia	97
Anexo N° 5: Evidencia de Entrevistas	97
Anexo N° 6: Evidencia de reporte de similitud	98
Anexo N° 7: Evidencia de acta de originalidad	99

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Figura 1	19
Modelo de estructura FODA	20
Figura 2	21
Ejemplo de Canales de distribución	21
Figura 3	22
Estructura para planes.....	22
Figura 4	23
Modelo de plan financiero de inversión en Excel	23
Figura 5	25
Obligaciones para el comprador y vendedor según los Incoterms 2020	25
Figura 6	26
Modelo de Factura comercial.....	26
Figura 7	27
Modelo de Packing List.....	27
Figura 8	27
Modelo de Guía de Remisión.....	28
Figura 9	29
Modelo de Instructivo de Embarque.....	29
Figura 10	30
Modelo de carta de temperatura	30
Figura 11	31
Modelo en Físico de una Declaración Única de Aduanas	31
Figura 12	32
Modelo de Póliza de Seguro	32
Figura 13	33
Modelo de Carta de Crédito.....	33
Figura 14	34

Modelo de Certificado de Origen	34
Figura 15	35
Modelo de Certificado Sanitario de un Producto Alimenticio, DIGESA	35
Figura 16	36
Ficha técnica del Maíz morado	36
Figura 17	36
Precio FOB Referenciales en Kilogramos (USD \$/ KG)	36
Figura 18	37
Figura 19	38
Figura 20	38
Figura 21	39
Figura 22	39
Figura 23	40
Figura 24	40
Figura 25	41
Figura 26	42
Muestra.....	48
Entrevista a la gerente de Inca Invest S.A.C.....	53
Pregunta 1	56
Pregunta 2.....	57
Pregunta 3.....	58
Pregunta 4.....	59
Pregunta 5.....	60
Pregunta 6.....	61
Pregunta 7.....	62
Pregunta 8.....	63
Pregunta 9.....	64
Pregunta 10.....	64
Pregunta 11.....	66
Pregunta 12.....	67
Pregunta 13.....	68
Pregunta 14.....	69
Figura 28	71
FODA de la empresa INCA INVEST	72
Figura 29	73
Página web de la empresa Peruvian Nature, producto maíz morado en polvo y en extracto.....	74
Figura 29	74

Exportación de productos de la empresa Peruvian Nature, hacia el mercado estadounidense, en el período de marzo del 2022.....	74
Figura 30	74
DUA de exportación de la empresa Peruvian Nature para el producto maca orgánica en polvo, dirigida a los estados unidos, año 2022.....	75
Figura 31	75
Producto purple corn powder en la página web de la empresa Suncorefoods.	76
Figura 32	76
DUA de exportación de la empresa Universal, para el producto mazamorra morada en polvo, dirigida a los estados unidos, marzo del 2022.	76
Figura 33	78
DUA de exportación de la empresa Universal, para el producto mazamorra morada en polvo, dirigida a los estados unidos, julio del 2022.....	78
Figura 34	80
Proyección de ventas y gastos	80
Figura 35	81
Presupuesto de Caja	81
Figura 36	82
Presupuesto de resultados	82
Figura 36	83
Flujo de caja económico financiero del año 1 al 5.....	83
Figura 37	84
VAN Y TIR.....	84
Tabla 1: Muestra.....	47
Tabla 2: Entrevista a la gerente de Inca Invest S.A.C	53
Tabla 3: Pregunta 1	56
Tabla 4: Pregunta 2	57
Tabla 5: Pregunta 3	57
Tabla 6: Pregunta 4	59
Tabla 7: Pregunta 5	60
Tabla 8: Pregunta 6	61
Tabla 9: Pregunta 7	62
Tabla 10: Pregunta 8	63
Tabla 11: Pregunta 9	63
Tabla 12: Pregunta 10	64
Tabla 13: Pregunta 11	66
Tabla 14: Pregunta 12	67
Tabla 15: Pregunta 13	68
Tabla 16: Pregunta 14	69

I. INTRODUCCIÓN.

Realidad problemática:

Internacional

Teniendo en cuenta que el maíz morado tiene muchos años exportándose, no se le ha dado gran importancia o visibilidad como en estos tres últimos años, puesto que, en España, por ejemplo, según ABC Sevilla, un importante diario español, señaló que el maíz morado es uno de los superalimentos peruanos con grandes propiedades naturales, antiinflamatorias y antioxidantes, así como también gran cantidad de nutrientes vitaminas y minerales (ABC, 2022).

Del mismo modo en Estados Unidos el US. Department of Agriculture USDA, indicó que el maíz morado no solamente es muy sabroso y llamativo a ojos del consumidor, sino que también científicos de la universidad de Illinois encontraron algunos niveles elevados de una sustancia natural que podría combatir la obesidad, la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y ciertos tipos de cáncer. Así como también la capa exterior de los granos se puede usar como colorante alimenticio natural, adicional a ello el color natural del maíz morado podría ser utilizado como sustituto del colorante rojo n.º 40, siendo este uno de los principales colorantes utilizados en los Estados Unidos. (USDA, 2021).

A inicios de la pandemia covid-19, el 42% de los adultos en los estados unidos, experimentaron un aumento de peso según los datos de la encuesta de "Harris" empresa estadounidense de análisis e investigación de mercado, esto se debe al cambio drástico de estilo de vida lo cual ha sucedido de un momento a otro, por lo cual ha llevado a las personas a regresar a una vida más sedentaria esto sumado al estrés y preocupaciones se ha volcado en un avance considerable de distintas enfermedades ligadas a la obesidad como por ejemplo: la diabetes, enfermedades cardíacas, derrames cerebrales, apnea o falta de sueño, artritis y distintos tipos de cáncer. Pero no solo es un problema reflejado en adultos, ya que a su vez afecta a los jóvenes y niños, según un informe de la National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES), se obtuvo que durante el periodo del 2017-2018, el 19.3% de los niños estadounidenses en un rango de edad de 2 a 19 años son obesos (TFAH, 2022).

Es por ello que es de gran importancia mantener una dieta saludable y reducir los azúcares y colorantes o consumir productos sustitutos que sean ricos, nutritivos y a la vez sean de gran ayuda para reducir estos porcentajes tan preocupantes y que son un problema no sólo para los Estados Unidos, sino también para el mundo en general, ya que esta pandemia ha sido un duro golpe para el mundo no sólo en los cambios drásticos de nuestros hábitos alimenticios y vida cotidiana sino también en nuestros niveles de estrés y preocupación lo cual ha llevado a la aceleración del desarrollo de distintos tipos de enfermedades.

Nacional

En los últimos años, en el Perú y a pesar de los tiempos tan difíciles que nos tocó atravesar por la pandemia del COVID-19, se ha tomado bastante en cuenta el potencial exportador agrícola, el cual es de vital importancia para la sostenibilidad de la economía peruana. De tal manera que las exportaciones se han mantenido o se han direccionado a un crecimiento sostenido en el tiempo.

En el año 2020, según la agencia agraria de noticias (AGRARIA, 2021), periódico digital que informa de manera diaria y objetiva la actividad agro del país, destacó que Perú exportó la cantidad de 6.755.647 kg con respecto al 2019 de 798.810 kg esto refleja un crecimiento gigantesco de la demanda exportadora del maíz morado.

Durante la pandemia covid-19 el comercio exterior peruano nunca se detuvo, el transporte de productos desde o hacia Perú siguió en operando mediante puertos, aeropuertos y puestos en las fronteras, con los debidos protocolos de bioseguridad dictaminados por las autoridades. Asimismo, se permitió que las empresas de transporte de carga y mercancías fluyeran de manera normalizada, incluyendo también a todas aquellas empresas que brindaban los diferentes servicios ligados a todo tipo de operaciones que estén ligadas al transporte mercancías (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020)

Esto nos brinda una perspectiva de lo importante que fue mantener siempre activo, el comercio exterior y toda la cadena de operación ligada a este rubro ya que brinda el soporte económico del Perú.

Local

Para la empresa Inca Invest, según la entrevista que se tuvo con la gerente y el jefe de packing, ha sido un reto volver a poner en marcha sus exportaciones, debido a que los países de destino en los que estaban enfocados en Europa, se volvieron más rigurosos con respecto a los controles de sanidad de los productos frescos que enviaban, esto los llevo a exigir a sus proveedores controlar y certificar su producción de manera más minuciosa para poder cumplir con los requerimientos de la unión europea y así poder ingresar sus productos. Todo ello sumándole los costos de envío (aéreo), el cual es necesario para evitar la degradación del producto y la pérdida de calidad.

1.2. Trabajos previos:

Nivel Internacional

Según Averos Monar (2018) en su tesis "Plan de exportación de la bebida Sariv a base de maíz morado de la asociación "Sariv" hacia el mercado alemán" estableció que el aroma y sabor del maíz morado es a nivel internacional muy recomendado, y gracias al clima ecuatoriano favorece la producción del maíz morado; además posee propiedades medicinales y nutricionales, lo cual permite el bloqueo y reducción del colesterol malo, asimismo permite una mejor circulación de la sangre. La investigación es de tipo descriptiva y se utilizó el enfoque cualitativo, enfocándose principalmente en entrevista, observación y discusión. Su objetivo principal fue realizar un plan de exportación de una bebida llamada Sariv que está hecha con base en el maíz morado con rumbo al mercado alemán para el año 2017. Como conclusión de su investigación obtuvieron que es bastante rentable, el cual obtendrá 0.93 centavos de ganancia por cada dólar invertido por los socios.

De acuerdo con Águilar Hernández et al. (2019) en su publicación en la revista mexicana de ciencias agrícolas indican que hubo un aumento del interés por productos libres o con poco colorante artificial, ya que muchos colorantes son dañinos, los cuales generan hiperactividad en algunas personas. De este modo, las antocianinas existen y pueden ser extraídas del maíz morado, que contienen cantidades grandes de pigmentos naturales que pueden sustituir a los colorantes artificiales utilizados. En Perú y Ecuador es bastante común encontrar maíz

morado, el cual principalmente se utiliza para la alimentación y de manera comercial también. Señalaron que a pesar de que en México exista gran variedad de maíz con antocianinas, es preferible utilizar maíz exótico (Perú) que sea donado para que el proceso de la obtención de antocianinas sea más acelerado. En conclusión, con su investigación se dio que el crecimiento de la variedad cultivada en Jalisco tuvo un gran incremento de contenido en antocianinas.

En la investigación de Macías Conforme & Reyes Pincay (2021) se elaboró natilla a base de maíz morado que fue enriquecida con naranjilla para así brindarle al producto final más nutrientes y energía para la población elegida para su aceptación, que en este caso fue Mapasingue Guayaquil, dicha investigación utilizó el método experimental de enfoque cualitativo. Se tuvo como conclusión que, de 839 muestras sensoriales, 542 fueron aceptadas por el consumidor, la cual fue basada en maíz morado y naranjilla, del mismo modo analizaron en laboratorio corroborando que su producto es muy nutritivo y beneficioso para sus consumidores.

Nivel Nacional

De acuerdo con Estrada Guerrero, et al. (2020) en su tesis titulada "Exportación de Cápsulas de maíz morado y uña de gato" determinaron que existe una actual tendencia de consumo de alimentos y suplementos, en su mayoría de composición natural o saludable, por lo cual encontraron oportunidades en el mercado chileno, en personas que realizan ejercicio o requieran mantenerse saludables sin restarle a su cuerpo nutrientes valiosos y necesarios, así como también en deportistas de alto rendimiento y a su vez personas que se caracterizan por llevar una vida estresada y agitada. Con su propuesta de producto de nombre Regeneration mezclaron productos de nuestra naturaleza peruana, el maíz morado y la uña de gato en polvo. Determinaron que ambos productos brindan capacidades antiinflamatorias porque la presencia de la antocianina del maíz morado es un antioxidante poderoso y natural, así como también anticancerígeno.

En su investigación concluyeron que existe una viabilidad potencial del consumo de su producto "Regeneration", basado en maíz morado y uña de gato, ya que su

producto posee excelentes propiedades naturales que previenen enfermedades, además que analizaron un incremento de la tendencia a consumir productos tanto naturales como saludables lo cual es una oportunidad que no se debe desaprovechar.

De acuerdo con Tello Portocarrero & Vasquez Atalaya (2020) en su tesis titulada "Barreras de exportación para el maíz morado: una revisión sistemática de literatura", señalaron que a lo largo de los años en el Perú las exportaciones de maíz morado han sido realmente exitosas, esto se debe a distintos factores tanto externos como internos del país y en la actualidad con los tratados y convenios que ha obtenido el Perú, el maíz morado se han transformado en una importante alternativa exportadora tradicional, el cual ha aumentado el volumen y valor exportado anualmente de tal manera que está posicionando este producto nuevamente en el mercado internacional. Mencionan que se debe dar importancia al estudio de las barreras, ya que permitirá identificar los problemas que generan retraso en el proceso de la exportación y también conocer cómo aumentar competitividad en el producto, brindando valor agregado para de esta manera ser más competitivos en el mercado internacional.

Del mismo modo, el Perú cuenta con capacidad suficiente para producir maíz morado; lo que garantiza abastecimiento tanto interno como externo, pero son pocas las empresas que exportan este producto, la cual puede ser incrementada dado el crecimiento de la demanda internacional y el crecimiento productivo del maíz morado.

Según Romero Ortega & Scamarone Cornejo (2020) en su tesis titulada "Factores asociados a la comercialización de colorante de maíz morado en la industria alimentaria y su relación con las exportaciones a Estados Unidos", indicaron que las exportaciones de maíz morado se volvieron muy relevantes, esto ha generado una oportunidad para derivar el producto lo cual ha generado un incremento del volumen y valor exportable por año, de tal manera que el maíz morado se ha posicionado en el mercado internacional de manera dominante. La producción ha incrementado y se debe al aumento de la demanda, esto refleja grandes oportunidades de negocio para medianos y pequeños productores. Gracias al

incremento de la producción, el producto se ha posicionado en mercados internacionales, como Estados Unidos, Europa y Asia.

Nivel Local

Según Rojas Menor & Vergara Leython (2018) en su tesis titulada "Plan de negocio de exportación de la antocianina de maíz morado de la empresa industria y comercio Lambayeque (INCOLAM) para el mercado nutracéutico de Estados Unidos 2016". Su objetivo principal fue establecer si su investigación permite la exportación de dicho producto al mercado estadounidense, el estudio es de naturaleza descriptiva, simple, no experimental. Se llegó a la conclusión de que la antocianina del maíz morado está muy bien aceptada en los EE. UU. Asimismo, con respecto a los requerimientos de exportación establecidos por EE. UU se encontró que al no existir aranceles esto juega a favor del producto, lo cual genera una disminución del costo final y brinda la posibilidad de llevar a cabo dicho plan. Como recomendación se debe tener en cuenta el cumplimiento de la normativa del país comprador para distribuir el producto de manera correcta.

Según el aporte de Carranza Carrasco & Sánchez Cajo (2019) en su tesis "Determinación de la aceptabilidad de galletas elaboradas con diferentes concentraciones de harina de coronta de maíz morado", señalaron que la coronta del maíz morado se compone principalmente de la antocianina que proporciona beneficios tales como la desintoxicación del cuerpo, rechazan sustancias generadoras de cáncer. Permiten también el fortalecimiento del sistema inmunológico y mantienen al cuerpo protegido de desarrollar enfermedades degenerativas, adicional es incluido en el tratamiento del glaucoma. Del mismo modo, indicaron que al incorporar en los colorantes alimentarios a la antocianina se mejora la apariencia en general del producto por su color llamativo sin dejar de ser beneficiosa, por lo cual apertura otra perspectiva de la obtención de productos finales, siendo estos más coloridos y con mucho valor agregado para el consumo.

1.3 Teorías relacionadas al tema:

Plan de Negocios:

Definición:

Según Castillejo (2015) el plan de negocios es un documento ayuda, que sirve para planificar actividades de negocio, a tener un horizonte, tener claros los objetivos, cómo y en cuanto tiempo lograrlos. Del mismo modo, permite hacer modificaciones o correcciones de las actividades para generar ganancia. Por otro lado, también el plan de negocios es de gran importancia, ya que permite en un futuro ponerlo en marcha, ya que este documento puede ser presentado a inversionistas, organizaciones y asociaciones extranjeras. El plan de negocios contiene una serie de planes internos para distintas actividades, por ejemplo, un plan de marketing, producción (si se requiere manufactura), así como también un plan logístico.

Plan administrativo

a) Propuesta de valor

Define por qué motivos el consumidor elegirá y pagará el producto o servicio ofrecido. Para realizarlo podemos hacernos las siguientes preguntas: ¿Qué ofrecemos al mercado?, ¿Qué atributos generan valor a nuestra propuesta? Y ¿Qué necesidades están siendo satisfechas por nuestra propuesta de valor?

(Dominguez Bocanegra, 2019)

b) Actividades Clave

Son iniciativas que se llevan a cabo de manera personal, son fundamentales para el negocio porque de esta manera ofrecemos a los clientes nuestro producto o servicio de manera eficiente (Dominguez Bocanegra, 2019)

Producción

Actividades que están relacionadas con la producción, diseño y posterior distribución del producto, las actividades de producción son las que dominan en el caso por ejemplo de empresas manufactureras o que fabrican productos

Solución de problemas

Estas actividades plantean la búsqueda de soluciones a las distintas problemáticas que presenten los clientes como es el caso de empresas consultoras, hospitales, o también empresas que brindan servicios. El modelo de negocio se basa en actividades como gestión de información y formación continuada.

Plataforma/Red

Su recurso o actividad clave está basada en una plataforma o red que permite la ejecución de diversas actividades o aplicaciones en un mismo entorno, brindando la posibilidad de acceso a usuarios por medio de internet.

c) Resumen ejecutivo

Es la presentación de un plan de negocios, y es fundamental, ya que es lo primero que visualiza el posible inversionista, dónde está comprendido el alcance del proyecto, del mismo modo permite identificar si el proyecto es rentable o no y en cuanto tiempo se recupera la inversión. (Dominguéz Bocanegra, 2019)

Por ello es importante detallar los elementos que comprende el resumen ejecutivo, los cuales son:

d) Misión

Es la razón de ser de una empresa o negocio y se da a conocer la manera en la que espera crecer o trascender.

e) Visión

Expresa la dirección que tomará a futuro la empresa, son las metas que se proponen y hacia donde se espera llegar, así como también como se ve la empresa y como se expresarán los clientes o usuarios del servicio o producto que se brinda

f) Valores

Son la esencia filosófica de la empresa usada para llegar al éxito. Se determina mediante la opinión de los miembros en la organización el cual crea un ambiente de compromiso común; es llegar a la mente y corazón de los colaboradores e incitarlos a ser parte del propósito de la empresa.

g) Ventaja competitiva

Hace referencia a una ventaja única en la empresa que la diferencia de su competencia, la cual permite tener resultados mucho mejores y por ende brinda una posición superior en el mercado competitivo.

Tipos de ventajas competitivas

Liderazgo en costo

Facilita disminuir el costo de producción sin afectar la calidad.

Diferenciación

Dispone y refleja características que la competencia no posee en sus productos, el cual permite elevar el valor de venta, siempre y cuando teniendo en cuenta la apreciación del cliente.

h) Objetivos

Es trazar algo que se necesita lograr en un periodo determinado de tiempo el cual sea beneficioso para la empresa; en dicho caso este facilita identificar dónde debe ser dirigido los refuerzos o recursos para así hacer cumplir la misión respectiva

Objetivos generales

Comprende a la empresa en su totalidad y se trazan a largo plazo

Objetivos tácticos o departamentales

Hacen referencia a un área específica de la empresa están ligados a los objetivos generales

Objetivos específicos u operacionales

Se establecen en áreas específicas de la empresa, son las actividades a corto plazo que responden directamente con los objetivos departamentales.

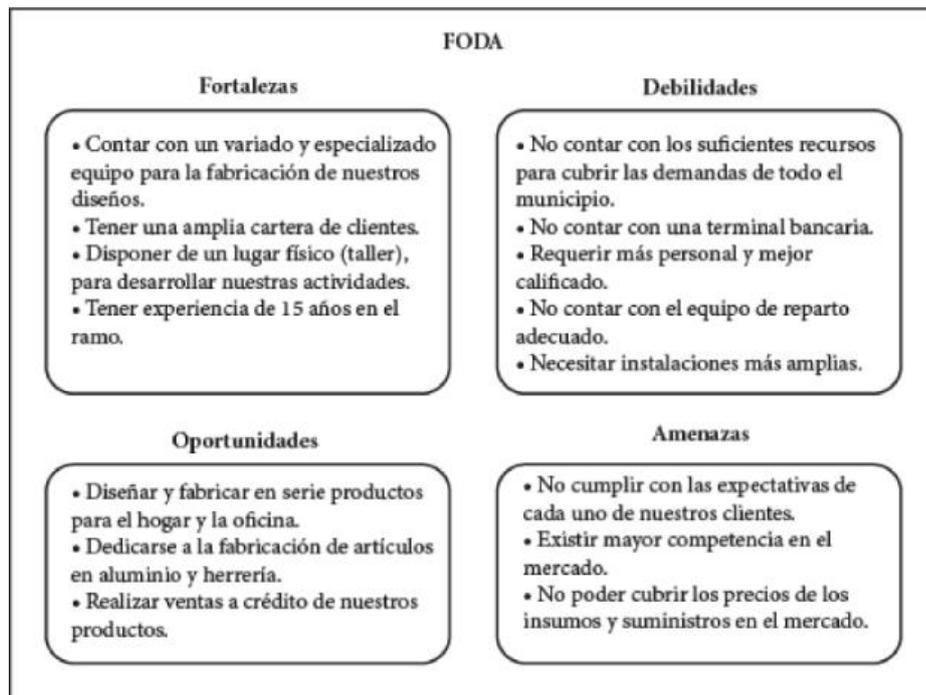
i) Estrategias

Está compuesta por acciones que son planificadas y que ayudan a la toma de decisiones asimismo permiten conseguir mejores resultados. La estrategia está dirigida a llegar a un objetivo siguiendo determinadas pautas.

j) FODA

Figura 1

Modelo de estructura FODA



Nota: Obtenido de Domínguez Bocanegra (2019)

K) Marco legal

Comprende las normas y reglamentos, que se deben cumplir para no tener inconvenientes a la hora de actuar en el mercado empresarial.

Plan de marketing

a) Cliente

Se refiere a aquellas personas que requieren de ciertos productos o servicios con la cual la empresa pueda satisfacer sus necesidades. (Domínguez Bocanegra, 2019)

b) Tamaño del mercado

Es una variable necesaria para comprender la potencia de un proyecto y el impacto del mismo. Sin embargo, existen grandes dificultades ya que su cálculo contiene un margen de error.

c) Segmentación del mercado

Hace referencia a dividir el mercado en grupos específicos con necesidades y características similares lo cual permite ofertar un producto que se ajuste a cada

grupo objetivo, por lo cual esto permita optimizar y ser eficaz en el plan de marketing.

d) Ubicación

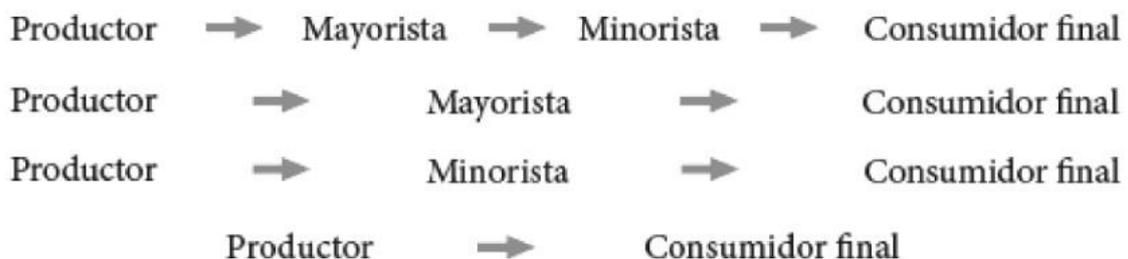
Determina el número de clientes a los que se espera llegar, para ello se debe tener en cuenta el medio de transporte, costos, así como también los insumos y la disponibilidad de la mano de obra. De este modo se elige una ubicación del negocio que vaya acuerdo a las necesidades y disponibilidad de la empresa.

e) Canales de distribución

Son las distintas vías que se eligen por la empresa para que los productos lleguen a la mano de los consumidores. Los agentes implicados en un canal de distribución en su mayoría suelen ser el productor, mayorista, minorista y el usuario o consumidor final.

Figura 2

Ejemplo de Canales de distribución



Nota: Obtenido de Dominguéz Bocanegra (2019)

f) Análisis de la competencia

Es una parte muy importante del estudio de mercado de un negocio o empresa, y se plantea analizando las fortalezas y debilidades de los competidores. A su vez permite conocer en qué situación están las empresas competidoras con más tiempo en el mercado.

g) Relación con clientes

Significa estar enfocado en de qué manera el cliente se beneficiará del producto que ofreces, es también atender y entender que valora el cliente del producto o

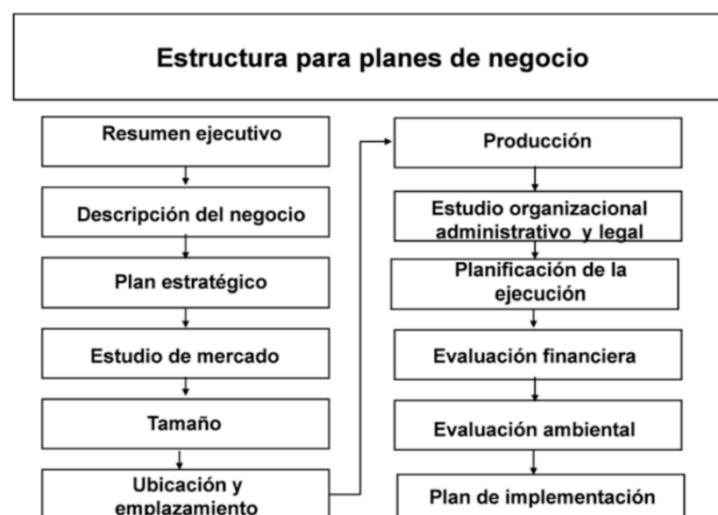
servicio ofrecido. Del mismo modo se debe dar buena atención, estar pendiente de los detalles y estar atentos a las nuevas necesidades y feedback del cliente.

h) Promoción y publicidad

Son las estrategias que permiten seguir con el plan de acción establecido a seguir y se deben desarrollar sólo al terminar los demás pasos del plan de marketing. La promoción y publicidad brinda la oportunidad de dirigirse a clientes específicos por lo cual impulsan las ventas de una empresa o negocio utilizando la web, anuncios o las redes sociales de la empresa.

Figura 3

Estructura para planes



Nota: Obtenido de Cosio (2011)

Importancia de realizar un plan de negocios para la exportación:

Es importante debido a que organiza las ideas y las direcciona para una correcta ejecución de las actividades del plan, permite plantear estrategias para llevar el futuro del negocio. Facilita la identificación del FODA.

Permite también identificar oportunidades de mercado, disminuye riesgos, así como también permite presentar alternativas para una posible expansión. (Sulser, 2004)

Plan Financiero

Recopila datos que permite identificar si es viable la economía de un proyecto en su totalidad, del mismo modo verifica si es necesario la financiación. (Li, 2012)

Figura 4

Modelo de plan financiero de inversión en Excel

Cuadro N°12: Inversión Total				
Inversiones	Rubros de Inversiones	Inversión desagregada	Inversiones Parciales (Nuevos Soles)	Total de Inversiones (Nuevos Soles)
Inversión Fija	Inversión Tangible	Maquinaria y equipamiento	150,000.00	361,720.00
		Equipo de oficina seguridad y limpieza	5,480.00	
		Muebles, equipos y artículos de cocina	3,120.00	
		Muebles en general	3,120.00	
		Artículos complementarios	0.00	
		Infraestructura (construcción)	200,000.00	
	Inversión Intangible	Gastos de organización	3,000.00	7,300.00
		Gasto de constitución	1,200.00	
		Gastos en capacitación	2,600.00	
		Gastos en promoción	500.00	
Capital de Trabajo	Capital de Trabajo	Gastos en materiales e insumos básicos	410,760.00	477,324.00
		Pago de sueldos y salarios	41,118.00	
		Gastos de operación	25,446.00	
Inversión Total (Nuevos Soles)				846,344.00

Nota: Obtenido Charles Portilla Illescas (2013)

a) Balance general

Comprende todos los activos, pasivos y patrimonio de la empresa o negocio. (ULAB, 2020)

b) Estado Ganancias y pérdidas

En él se colocan los ingresos, las ventas y también gastos, así como también los tiempos estimados de cobros. Se le conoce de igual manera como estado de resultados. Permite analizar si es rentable o no un proyecto o negocio.

c) Ventas

Es un proceso que necesita seguir pasos de manera concreta y ordenada, ya sean lógicos y ordenados para finalmente llegar a un objetivo concreto en ambas partes participantes del proceso (Vendedor y Comprador) (García Bobadilla, 2007)

d) Costos

Es el conjunto de las inversiones que se han realizado que incurren en el proceso productivo y en la venta de un producto o servicio para su posterior venta. (Cardenas y Napoles, 2016)

Exportación

Significa la incursión de una empresa o negocio a un nuevo mercado, diferente al nacional en el cual actúa de manera natural, ya que al desarrollarse en un determinado país. Permite que los productos o mercancías salgan del territorio nacional ya sea para consumo o uso de manera final, por lo cual no están obligadas a pagar impuestos en su país de origen. (PROMPERU, 2010)

Conceptos importantes en la exportación

a) Partida arancelaria

Es el código numérico que se encarga de clasificar mercancías, se debe ser muy cauteloso ya que, una mala clasificación puede generar multas o penalidades que son impuestas por SUNAT.

b) Arancel

Es el impuesto pagado por el agente importador al ingresar productos a un determinado mercado. Son establecidos por el arancel de aduanas.

c) Preferencias arancelarias

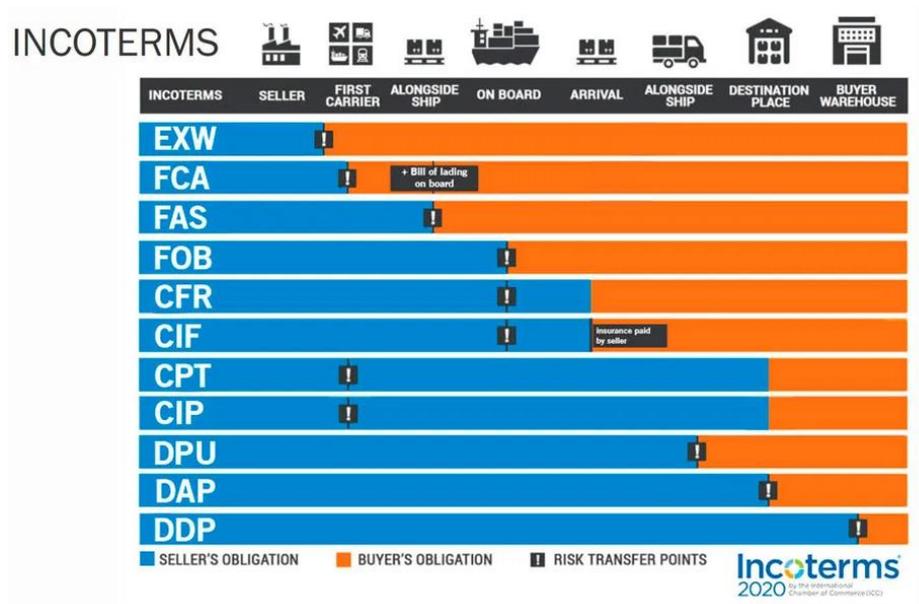
Son beneficios aplicados por países regidos por convenios internacionales (Tratados o acuerdos de libre comercio) y pueden ser unilaterales, bilaterales y multilaterales. (PROMPERU, 2010)

d) Incoterms

Términos legales de comercio internacional obligatorios tanto para exportadores, importadores, navieras o bancos para poder comercializar sus productos o servicios. Son también usados para establecer los precios internacionales. (PROMPERÚ, 2019)

Figura 5

Obligaciones para el comprador y vendedor según los Incoterms 2020



Nota: Obtenido de MadeIn (2020)

Documentos para exportar

a) Factura proforma

Documento expedido por el agente exportador puede ser reemplazado por la Cotización u oferta comercial, se usa cuando existe fluidez en la relación entre comprador y vendedor. También puede ser usado para generar un Crédito Documentario o un préstamo bancario. Asimismo, para negociar el seguro de las mercancías. (SIICEX, 2016)

b) Contrato compra-venta internacional

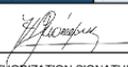
De acuerdo con el profesor Sidney Bravo Melgar, como se citó en (SIICEX, Modelos de contratos internacionales, 2012) internacional, es una modalidad de contrato, que permite a una persona natural o jurídica en un país, comprar mercaderías a otra persona jurídica o natural de un país ajeno al suyo, a cambio de un precio establecido previamente.

c) Factura comercial

Documento de compra/venta generada por el exportador que guardan relación con las mercancías brindadas, en la cual se detallan todos los importes cobrados. (Diario del Exportador, 2018)

Figura 6

Modelo de Factura comercial

<h1>Invoice</h1>						Invoice number : 0295671 Date : 04/02/2020									
Ship From: Company : LANAFIT S.A CAPITAN RAFAEL RAMOS E5- 841 Y GONZALO ZALDUMBIDE C.P 0059, QUITO, ECUADOR N.I.F.: LTM890104KJ8			Ship To : Customer : 000534 Company : FABRICA DE CAMISAS FERRUCHE S.A DE C.V REPÚBLICA DE URUGUAY NO. 123- PRIMER PRISO, COL. CENTRO C.P 06060 CDMX, MEXICO N.I.F.: FMS990104KN5												
Payment: TRANSFERENCIA 60 DIAS Bank: 000 000000000 000		Tipo de cambio: \$ peso mexicano		Date for pay: 4/04/2020											
Item Code	Goods Description	Quantity	Unit Price	UM	Amount										
000001	Date 04/02/2020 Your Order: 10686 Our Order: 190039435 Fracción arancelaria de producto: 51052101 LANA PEINADA A GRANEL LK8 - 2 870 MHZ TK0201TF0 Weight Unit: 0.500 kg Terms of Delivery: CIP - PUERTO DE MANZANILLO DELIVERY TERMS: CARRIAGE & INSURANCE PAID TO (CIP)	2,000	\$ 150.00	PZ	\$ 300,000.00										
MADE IN ECUADOR															
Carrier: Due Logística. Portes pagados y cargar en factura		Parcel: 1	Weight: 1 ton: 40 X8 X 9.6'												
<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th colspan="2">EXPENSAS CARRY</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>INSURANCE</td> <td style="text-align: right;">\$ 20,000.00</td> </tr> <tr> <td>MANOBRAS</td> <td style="text-align: right;">\$ 7,000.00</td> </tr> <tr> <td>EMBALAJE</td> <td style="text-align: right;">\$ 3,000.00</td> </tr> <tr> <td>TOTAL AMOUNT</td> <td style="text-align: right;">\$ 330,000.00</td> </tr> </tbody> </table>						EXPENSAS CARRY		INSURANCE	\$ 20,000.00	MANOBRAS	\$ 7,000.00	EMBALAJE	\$ 3,000.00	TOTAL AMOUNT	\$ 330,000.00
EXPENSAS CARRY															
INSURANCE	\$ 20,000.00														
MANOBRAS	\$ 7,000.00														
EMBALAJE	\$ 3,000.00														
TOTAL AMOUNT	\$ 330,000.00														
				 AUTHORIZATION SIGNATURE											
LANAFIT S.A CAPITAN RAFAEL RAMOS E5- 841 Y GONZALO ZALDUMBIDE C.P 0059, QUITO, ECUADOR				Tel: 55392047 Correo: ventas@lanafit.com											

d) Packing list

Brinda datos del embalaje de las mercancías, peso y dimensión de los bultos, de tal modo que la autoridad aduanera en el país destino pueda realizar las inspecciones correspondientes, es un documento de carácter obligatorio. (Diario del Exportador, 2018)

Figura 7

Modelo de Packing List

KUNOF S.A. IMPORTADOR EXPORTADOR R.U.C.: 20511596751 Jr. José Manuel Ugarteche 373 (antes Tupac) Pueblo Libre - LIMA 21 - PERU Telfs.: 261-5106 / 462-2897 / 461-7443 Fax: 4 E-mail: kunof@terra.com.pe / kunof2005@gn	
LISTA DE EMBALAJE	
Factura No. 001-006140 y Factura No. 001-006141 de fecha 27.09.2014 + Factura No. 001-006143 del 30.09.2014 A nombre de la firma SIGRID PAWLOWSKI	
CILINDRO No. 01 (P.B. 154.00 kgs) Caja No. 01 Caja No. 02,03 Caja No. 04 Caja No. 05 Caja No. 06 Caja No. 07 Caja No. 08 Caja No. 09 Caja No. 10 Bolsa de plastico No. 1 Bolsa de plastico No. 2 Bolsa de plastico No. 3,4,5 Bolsa de plastico No. 6 al 13	Medida 93 x 61 cms. Diám. 300 pzas. Nacimientos - Miniaturas de piedra Alabaster (P.N. 6.90 kgs.) 180 pzas. Nacimientos chicos lida de piedra Alabaster (P.N.27.00 kgs.) 5 pzas. Nacimientos grande de piedra Alabaster (P.N. 3.00 kgs.) 15.00 kg. Figuras irregulares de piedra Pirita (410 pzas.) 8.00 kg. Figuras irregulares de piedra Manganocalcita (310 pzas.) 10.00 kg. Figuras irregulares de piedra Crisocola (400 pzas.) 10.00 kg. Figuras irregulares de piedra Aragonita (370 pzas.) 10.00 kg. Figuras irregulares de piedra Angelita (280 pzas.) 4.00 kg. Bolas de piedra crisocola (14 pzas.) 100 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 2 (P.N. 0.60 kgs.) 52 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 3 (P.N. 0.91 kgs.) 120 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 4 (P.N. 3.60 kgs.) 176 pzas. Figuras de animales de piedra jabón No. 7 (P.N. 22.00 kgs.)
CILINDRO No. 02 (P.B. 40.50 kgs) Caja No. 11 Caja No. 12	Medida 57 x 39 cms. Diám. 20.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IA 14.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIA
CILINDRO No. 03 (P.B. 186.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 181.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (1-3mm)
CILINDRO No. 04 (P.B. 186.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 181.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (1-3mm)
CILINDRO No. 05 (P.B. 184.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 179.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (3-6mm)
CILINDRO No. 06 (P.B. 184.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 179.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (3-6mm)
CILINDRO No. 07 (P.B. 175.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 170.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (10-15mm)
CILINDRO No. 08 (P.B. 175.50 kgs) Suelto:	Medida 63 x 42 cms. Diám. 170.00 kgs. Pirita de hierro sin tostar IIE (10-15mm)
PESO NETO TOTAL: 1,215.01 kgs. PESO BRUTO TOTAL: 1,287.50 kgs.	
KUNOF S.A.C. RUC 20511596751 F. Kote FERDINAND ZATSCHE RUC 201324707	

Nota: Obtenido de Diario del Exportador (2018)

e) Guía de remisión

Documento que avala el traslado de las mercancías, documento con el cual se puede ingresar la carga al almacén lo cual garantiza la procedencia de la misma (Diario del Exportador, 2018)

Figura 8

Modelo de Guía de Remisión



L y S
FORWARDERS S.A.C.
AGENCIA DE CARGA INTERNACIONAL

Marte 581 Lima 1, LIMA - PERU
Telefax: (511) 337-5043 / 337-5282

R.U.C. 20509045632

GUIA DE REMISION - REMITENTE

001- N° 000097

Punto de Partida: **IR. ARAGON 279, LA VICTORIA** **TALCA, SRE. / FAUCETT CDRA. 30 S/N CALLAO**

Fecha de inicio del Traslado: **20 / 09 / 2006** Costo Minimo

DESTINATARIO: **THE FACTORY HOUSE / ENGLAND** UNIDAD DE TRANSPORTE / CONDUCTOR

N° DE R.U.C. VEHICULO MARCA Y PLACA N° **VOLVO WQ 5758**
CONSTANCIA DE INSCRIPCION N°

EMPRESA DE TRANSPORTES R.U.C. M(PS) LICENCIA DE CONDUCTOR **025806768**

Tipo y numero de Comprobante de Pago:

L Y S FORWARDERS SAC.

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PESO TOTAL
808	ESPEJOS ENMARCADOS	80	57 x 42	
267	ESPEJOS ENMARCADOS	30	85 x 65	
567	ESPEJOS ENMARCADOS	17	101 x 72	
777	ESPEJOS ENMARCADOS	14	20 x 85	
876	ESPEJOS ENMARCADOS	04	80 x 66	

MOTIVO DE TRASLADO

1.- VENTA <input type="checkbox"/>	5.- TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE LA MISMA EMPRESA <input type="checkbox"/>	10.- TRASLADO ZONA PRIMARIA <input type="checkbox"/>
2.- VENTA SUJETA A CONFIRMACION DEL COMPRADOR <input type="checkbox"/>	7.- TRASLADO DE BIENES PARA TRANSFORMACION <input type="checkbox"/>	11.- IMPORTACION <input type="checkbox"/>
3.- COMPRA <input type="checkbox"/>	8.- RECLAMO DE BIENES TRANSFORMADOS <input type="checkbox"/>	12.- EXPORTACION <input type="checkbox"/>
4.- DEVOLUCION <input type="checkbox"/>	9.- TRASLADO POR EMISOR / INTERANTE DE COMPROBANTE DE PAGO <input type="checkbox"/>	13.- OTROS <input type="checkbox"/>

.....

FIRMA

Conformidad del Cliente

Legajo Lima Tel: 332-6907 Dir: Mario Luis Quiroga Lopez Serie: 001 Del 001 al 100 Fl. 17/08/2004 Aut. N° 3750239223 Emisión valida hasta: 17-08-2005
 R.U.C. 1006128613

DESTINATARIO

Nota: Obtenido de Diario del Exportador (2018)

f) Instrucciones de embarque

Se da cuando el agente aduanero y el consignatario de las mercancías se comunican para que posteriormente se pueda realizar el BL o Bill of Lading. (Diario del Exportador, 2018)

Figura 9

Modelo de Instructivo de Embarque

Nota:
de

LOGO DEL TRANSPORTISTA				
INSTRUCCIÓN DE EMBARQUE EXPORTACIÓN				
dia/mes/año	Página 1 de 2			
Nuestra Cotización: <input style="width: 150px;" type="text"/>	Fecha: <input style="width: 80px;" type="text"/>			
DATOS DEL EXPORTADOR:				
Nombre: _____	<input type="radio"/> Aéreo <input checked="" type="radio"/> Marítimo			
Dirección: _____				
Teléfono: _____	R.U.C. _____			
Fax: _____	Nextel: _____			
Email: _____				
Contacto: _____				
DATOS DEL CONSIGNATARIO:				
Nombre: _____				
Dirección: _____				
Teléfono: _____ Fax _____				
Email: _____				
Contacto: _____				
NOTIFICAR:				
Nombre: _____				
Dirección: _____				
Teléfono: _____ Fax _____				
Email: _____				
Contacto: _____				
TRAMITES:	FLETE CC: PP			
<input type="checkbox"/> Corte de Guía <input type="checkbox"/> Certificado de Origen <input type="checkbox"/> Visa Textil <input type="checkbox"/> Certificado Fitosanitario <input type="checkbox"/> Trámite de Aduana Expo <input type="checkbox"/> Embalaje <input type="checkbox"/> Consularización <input type="checkbox"/> Otros _____	<input type="checkbox"/> EXW <input type="checkbox"/> FCA <input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> CPT <input type="checkbox"/> CIP <input type="checkbox"/> DAT <input type="checkbox"/> DAP <input type="checkbox"/> DDP			
Mercancías Peligrosas: <input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No UN _____ CLASE _____ GRUPO DE EMBALAJE _____				
Aeropuerto/Puerto de Origen: _____ Destino Final: _____ Fecha de Embarque: _____ Carta de Crédito N°: _____				
N° de Bultos:	Tipo de Embalaje	Descripción	Dimensiones	Peso Bruto
Transporte Local con Schenker: <input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No		Fecha: _____	Hora: _____	
		Dirección: _____		

Obtenido
Diario del

Exportador (2018)

g) Carta de temperatura

Documento generado por el exportador donde se indica la temperatura y ventilación adecuada con la que debe transportarse la carga refrigerada. Puede ser emitido al recibir el booking note, pero en algunos escenarios en simultaneo.

Figura 10

Modelo de carta de temperatura

 Hapag-Lloyd AG. AGENCY: _____

BKG NO _____

LETTER OF TEMPERATURE FOR REEFER CONTAINERS.
CARTA DE TEMPERATURA PARA CONTENEDORES REFRIGERADOS.

1.- VESSEL/VOY (NAVE/VIAJE) : _____

2.- SHIPPER (EMBARCADOR) : _____

3.- CONSIGNEE (CONSIGNATARIO) : _____

4.- COMMODITY (PRODUCTO) : _____

5.- PORT OF LOADING (PTO.DE EMBARQUE) : _____

6.- PORT OF DISCHARGE (PTO.DE DESCARGA) : _____

7.- PLACE OF DELIVERY (DESTINO FINAL) : _____

8.- EQUIPO CON ATMOSFERA CONTROLADA SI NO

TEMPERATURE INSTRUCTIONS
INSTRUCCIONES DE TEMPERATURA

AIR INLET (DELIVERY) SPECIFICATIONS (IN DEGREES CELSIUS): _____
TEMPERATURA AIRE SUMINISTRO (GRADOS CELSIUS)

TOLERANCE RANGE/RANGO DE TEMPERATURA _____

HUMIDITY/HUMEDAD _____ %

VENTILATION/VENTILACION _____ %

CO2 LIMITATION _____ %

NITROGENO _____ %

HUMIDITY CONTROL _____ %

CONTAINER PREFIX, NUMBER AND WEIGHT
PREFIXO, NUMERO Y PESO DE CONTENEDORES

1.- _____ WEIGHT (PESO) _____ TONS. (TONELADAS)
2.- _____ WEIGHT (PESO) _____ TONS. (TONELADAS)

THE ABOVE INSTRUCTIONS MUST ALSO BE STATED ON THE BILL (S) OF LOADING.
LAS INSTRUCCIONES INDICADAS TAMBIEN DEBEN ESTAR INCLUIDAS EN LOS CONOCIMIENTOS DE EMBARQUE.

ISSUED (EMITIDO) _____ RECEIVED (RECIBIDO)
DATE (FECHA): _____ DATE (FECHA): _____

SHIPPER'S SIGNATURE _____ VESSEL'S COMMAND
FIRMA DEL EMBARCADOR COMANDO DE LA NAVE

NOMBRE DE EMERGENCIA: _____

Nota: Obtenido de Hapag-Lloyd (2022)

h) DUA o DAM

Formato oficial electrónico de la toda la información que la autoridad aduanera requiere, asimismo debe coincidir la información expedida tanto de manera física como electrónica, sino la mercancía podría ser retenida. (Diario del Exportador, 2018)

Figura 11

Modelo en Físico de una Declaración Única de Aduanas

DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)										REGISTRO DE ADUANA	
ADUANA: AREQUIPA										Nº Orden de Embarque: 233-2012-41-053672-01-2-00	
Nº Orden de Embarque: 2012-124785										Fecha Presentación: 20/07/2012	
IDENTIFICACION: PARQUE INDUSTRIAL I.MIA. C.LOTE. 07 INCCO-LA AMENESA ZONA C.										Código: 150103	
TRANSPORTE: AMERICAN AIR LINES										Código: 5	
ALMACEN: DELIVERY PERU S.A.										Código: 1	
VALOR ADUANA: 38 040.000										Código: 1	
DECLARACION DE MERCANCIAS: 0001/0001										Código: 1	
DECLARANTE: DHL EXPRESS ADUANAS PERU S.A.C.										Código: 0014	
DEPOSITO ADUANERO: ZONA FRANCA										Código: 1	
VALIDACION DE DATOS: 19/06/2012										Código: 1	

Nota: Obtenido de Diario del Exportador (2018)

i) Póliza de seguro

Es el documento que se encarga de certificar que la mercancía esté asegurada (Diario del Exportador, 2018)

Figura 12

Modelo de Póliza de Seguro



Certificado de seguro de transporte

Póliza Flotante No: 547

Certificado No: 1830

Fecha: 12/18/2013 2:00 PM

Este certificado de seguro, es una declaración a la Póliza Flotante indicada anteriormente, y su emisión deberá ajustarse en todo momento a las condiciones generales, particulares, adicionales, alternativas y opcionales de esta, acordadas y aceptadas entre el Asegurado y la Compañía de Seguros.

Asegurado:	GLORIA S.A.	RUC: 20100190797
A favor de/por cuenta de:		Ref Ci: 958204
Vigencia:	Fecha de Salida: 12/7/2013	Tipo de Transporte: Marítimo / Terrestre / Aéreo
Medio de Transporte:	MV: CAP PALMERSTON	
Origen:	ESTADOS UNIDOS	Destino: ALMACEN DEL IMPORTADOR
Via:	MARITIMA	Guía: LAX0012489
Transbordo:	Fecha:	Nave:

De conformidad a las condiciones establecidas en la Póliza Flotante indicada anteriormente la Compañía de Seguros asegura los intereses que se detallan a continuación:

MATERIA ASEGURADA Y EMBALAJE	Monto Asegurado	Moneda
Materia: MATERIAS DEL RUBRO DEL ASEGURADO	Us\$ 1.457.120,78	Dólar U.S.A.
Embalaje: Adecuados para el tipo de mercadería		
Cobertura: Importación		
JG/ MAT: INSUMOS LACTEOS / 16 CONTENEDORES X 20 PIES / PB: 310,819 KGS / PROV: DAIRY AMERICA INCORPORATED / IP: 4500070338		

Prima Neta	Us\$ 692,13
Derechos de Emisión	Us\$ 10,3819855575
IGV	Us\$ 126,45
Prima Total	Us\$ 828,97

Deducible según póliza: 547

En caso de daños o pérdidas dar aviso inmediato a:
ACE SEGUROS S.A.
 Calle Amador Morino Reyna 267 of. 402 San Isidro
 Tel: 417-5000 (anexos 5034 ó 5014) Fax: 221-3313

Este Certificado será válido si es firmado por un representante debidamente autorizado por la Compañía de Seguros.

Corredor: 357 DETEC S.A.



Representante Autorizado del Asegurado



Representante Autorizado de la Compañía

Fecha de Emisión: 12/18/2013 2:00 PM Folio: 5471830 Comisión: 0.00%
 One of the Ace Group of Insurance & Reinsurance Companies.

Nota: Obtenido de Diario del Exportador (2018)

j) Carta de Crédito

Documento expedido por el banco por petición del comprador que garantiza el pago del vendedor. Cuenta con una pequeña descripción de las mercancías, la fecha de emisión y vencimiento, así como de los documentos. (SIICEX, 2016)

Figura 13

Modelo de Carta de Crédito

CIUDAD, DÍA de MES de AÑO

Señores
BANCO DEL EXPORTADOR
Comercio Exterior
Presente

Nuestra ref. :
Ref. Banco Emisor:
Embarque N°:

Estimados señores:

De acuerdo con lo requerido por la carta de crédito de la referencia, presentamos a ustedes los siguientes documentos:

ORIG / COPIA

(00) (00) Letra N.º _____ por el importe de: _____

(00) (00) Factura comercial N.º _____ por el importe de: _____

(00) (00) Documento de embarque Marítimo Aéreo Terrestre Charter party

(00) (00) Lista de empaque

(00) (00) Certificado de origen N.º _____

(00) (00) Certificado de análisis

(00) (00) Certificado de calidad

(00) (00) Póliza de seguro

(00) (00)

(00) (00)

(00) (00)

Los mismos que agradeceremos revisar de acuerdo con las condiciones de la L/C de la referencia y al amparo de las reglas y usos de la Cámara de Comercio Internacional relativas a créditos documentarios vigentes a la fecha.

INSTRUCCIONES ESPECIALES:

Avisar discrepancias al teléfono _____ Fax: _____

E-mail At: _____

Autorizamos a remesar los documentos arriba indicados con las discrepancias encontradas.

Enviar documentos vía courier utilizando los servicios de la Cia. _____

A la llegada del pago, abonar a nuestra cuenta corriente N.º _____

Los gastos que ocasione la presente operación deben ser cargados en nuestra cta. cte. N.º: _____

Nota: Obtenido de Diario del Exportador (2018)

k) Certificado de origen

Acredita la procedencia u origen de las mercancías transportadas, de modo que las mismas sean beneficiadas de la reducción o preferencias arancelarias necesarias en cada país. (Diario del Exportador, 2018)

Figura 15

Modelo de Certificado Sanitario de un Producto Alimenticio, DIGESA

Nota:

01256-2010
No: [REDACTED]

**MINISTERIO DE SALUD
PERU
DIGESA**
DIRECCION GENERAL DE
SALUD AMBIENTAL

CERTIFICADO SANITARIO
Relativo a los productos Alimenticios

Pais Expedidor : PERU
Autoridad Competente : Ministerio de Salud, Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA)

1. Identificación del Producto Alimenticio

Descripción : 24,990 TM DE GOTAS SABOR A CHOCOLATE BITTER K-600
Marca del producto : GOTAS SABOR A CHOCOLATE
Tipo de embalaje : BOLSA DE POLIETILENO X 5KG EMPACADO EN CAJAS DE CARTON CORRUGADO
CONTENIENDO 3 UNIDADES C/U
Unidades de embalaje : 1666 CAJAS
Peso Neto : 24,950.00 KG.

2. Nombre y Dirección del Establecimiento

NEGUSA CORP S A
CALLE CARBONO N° 213 – 215 – URB. INDUSTRIAL GRIMANESA – CALLAO - PERU

3. Destino de los Productos

Puerto de envío : CALLAO - PERU
Puerto de Destino : LA GUAIRA - VENEZUELA
Medio de transporte : MARITIMO
Nombre y dirección del Expedidor : MACHU PICCHU TRADING S.A.C. - RUC: 20500985322
AV. GUILLERMO PRESCOTT N° 226 URB. SAN FELIPE - SAN ISIDRO - LIMA - PERU
Nombre y dirección del Destinatario : CACAO INDUSTRIAS 2010 C.A
CALLE MARIA LIONZA CASA 30 URB. HACIENDA - LA CANDELARIA - VENEZUELA

4. Certificado Sanitario

LA DIGESA CERTIFICA QUE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS DESCRITOS EN EL ITEM 1:

a) Han sido elaborados por un establecimiento cuyas instalaciones, operaciones y procesos cumplen sanitariamente.
b) Son aptos para el consumo humano.
c) La Empresa donde se procesó el alimento cuenta con buenas prácticas de manufactura (GMP), tiene implementados los procesos estandarizados de operaciones sanitarias (SSOP) incluyendo programas de limpieza y desinfección, y el plan de control de plagas, conforme las directrices del comité del Codex Alimentarius.

GOTAS DE CHOCOLATE: 07550409N / NKNGCR
LIMA, JULIO 07, 2010

Obtenido de PROMPERÚ (2011)

Producto

a) Partida arancelaria

La partida arancelaria del producto maíz morado es 1005904000 según (SUNAT, 2022)

b) Ficha técnica y precio

Figura 16

Ficha técnica del Maíz morado



Cereales, Granos y Semillas

Nombre comercial en Español:	Maíz Morado
Nombre comercial en Inglés:	Peruvian Purple Corn
Nombre científico:	<i>Zea mays</i>
Familia:	<i>Poaceae</i>
Partida arancelaria:	1005.90.40.00
Descripción arancelaria:	Maíz Morado

Nota: Obtenido de ADEX (2009)

Figura 17

Precio FOB Referenciales en Kilogramos (USD \$/ KG)

	2020												2019											
	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
KG	1.15	1.32	1.05	1.24	1.19	1.04	1.26	0.99	1.19	1.89	1.74	1.66	1.81	1.59	1.54	1.40	1.32	1.36	1.64	1.62	2.05	1.48	2.09	1.83

Nota: Obtenido de SIICEX (2022)

c) Beneficios

Según la investigación de Mario Carhuapoma, como se citó en (Andina, Agencia Peruana de Noticias, 2021) comprobó que las antocianinas existentes en el maíz morado ayudan a la prevención del cáncer de colon y en otros órganos del cuerpo, además de contener importantes minerales tales como el hierro, el cual nivela la hemoglobina y puede combatir la anemia y desnutrición. Posee además calcio y fósforo, lo cual facilita la generación de proteínas.

Adicional a ello brinda una mejor circulación de la sangre, lo cual ayuda a las personas con problemas de hipertensión, asimismo reduce el colesterol malo, lo cual es recomendado en pacientes con diabetes u obesidad.

d) Crecimiento de las exportaciones de maíz morado

Figura 18

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú, año 2018

Unidad : miles de dólares americanos

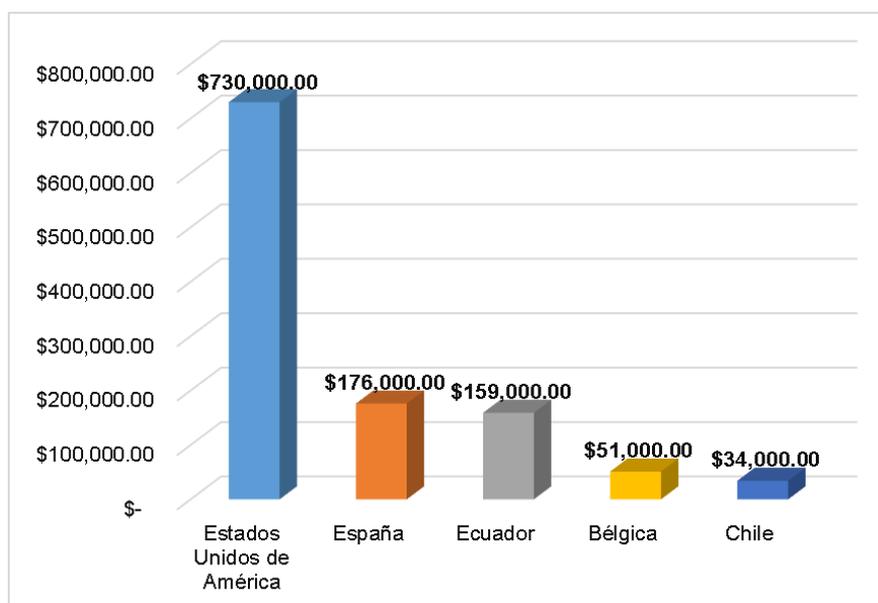
Producto: 1005904000 Maíz (exc. las de siembra para siembra) : Morado (Zea mays amilacea cv. morado)	
Importadores	Valor exportado en 2018
Estados Unidos de América	\$ 730,000.00
España	\$ 176,000.00
Ecuador	\$ 159,000.00
Bélgica	\$ 51,000.00
Chile	\$ 34,000.00

Nota: Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración: Propia

Figura 19

Valor exportado por Perú expresado en miles de dólares en el año 2018 y sus principales mercados para el producto maíz morado

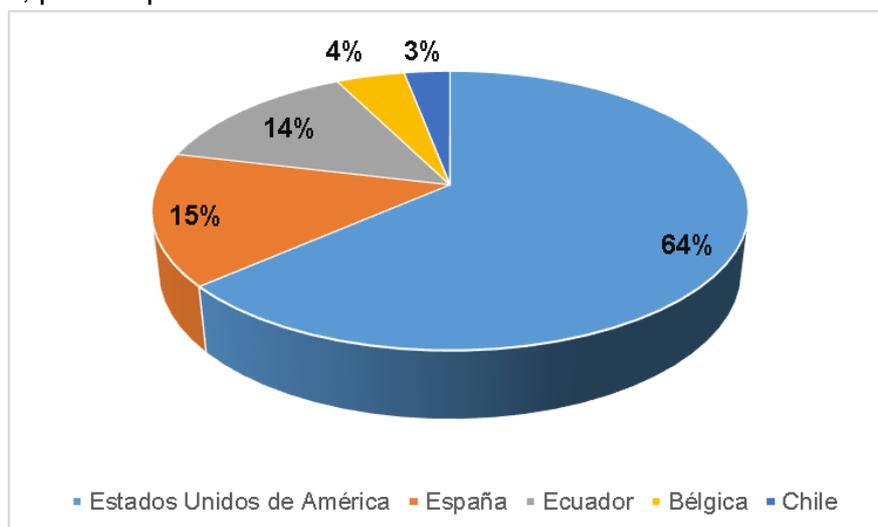


Nota: Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración Propia

Figura 20

Porcentaje de participación de mercados en el año 2018 de las exportaciones peruanas, para el producto maíz morado



Nota: Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración: Propia

De tal manera que el mercado estadounidense se encontraba para el año 2018 con un porcentaje de participación del 64% de mercado, lo cual indica que es el favorito de las exportaciones peruanas de maíz morado

Figura 21

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú, año 2019

Unidad : miles de dólares americanos	
Producto: 1005904000 Maíz (exc. ??las de siembra para siembra) : Morado (Zea mays amilacea cv. morado)	
Importadores	Valor exportado en 2019
Estados Unidos de América	\$ 794,000.00
España	\$ 148,000.00
Ecuador	\$ 85,000.00
Chile	\$ 82,000.00
Bélgica	\$ 49,000.00

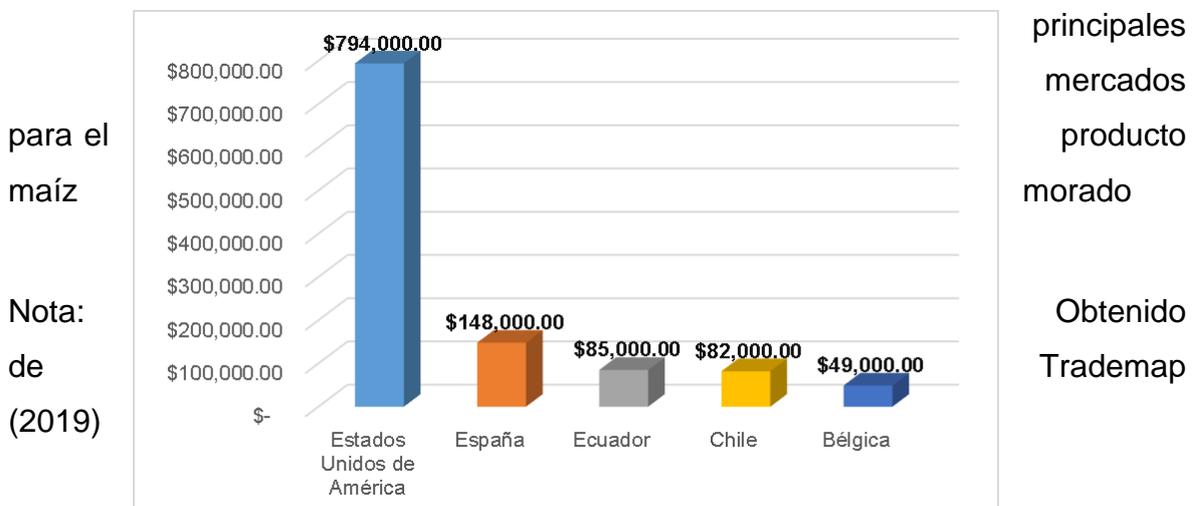
Nota:

Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración: Propia

Figura 22

Valor exportado por Perú expresado en miles de dólares en el año 2019 y sus principales mercados para el maíz morado



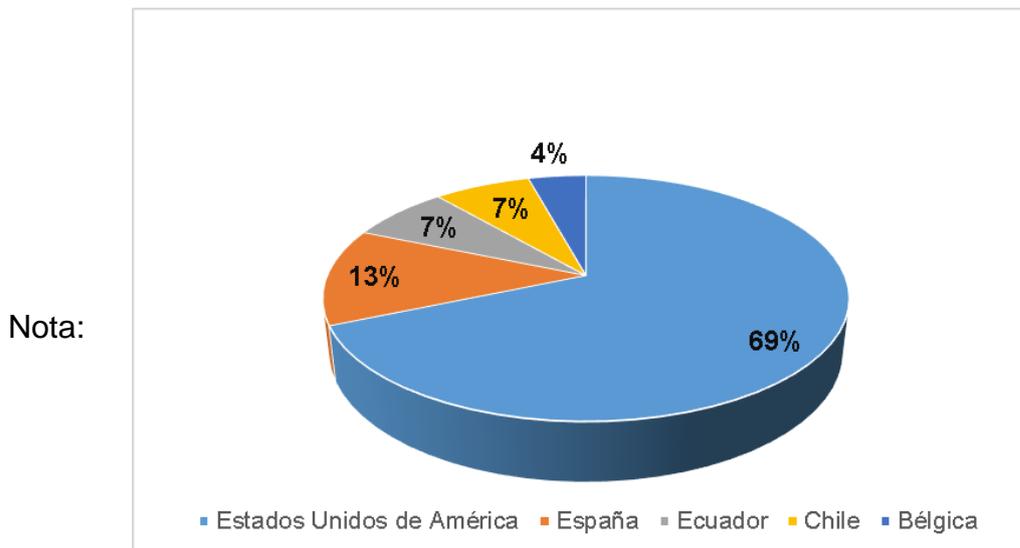
Elaboración: Propia

En el año 2019 hubo un ligero incremento en el valor exportado, con un valor de 794 mil dólares hacia el mercado estadounidense.

Por lo tanto, esto indica que las exportaciones del maíz morado peruano mantuvieron su demanda exportable en el mercado americano reafirmando su posición como importador favorito.

Figura 23

Porcentaje de participación de mercados en el año 2019 de las exportaciones peruanas, para el producto maíz morado



Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración: Propia

La participación del mercado americano en la importación del maíz morado peruano, mantuvo el primer lugar como mercado de destino con un 69% de participación.

Figura 24

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú, año 2020

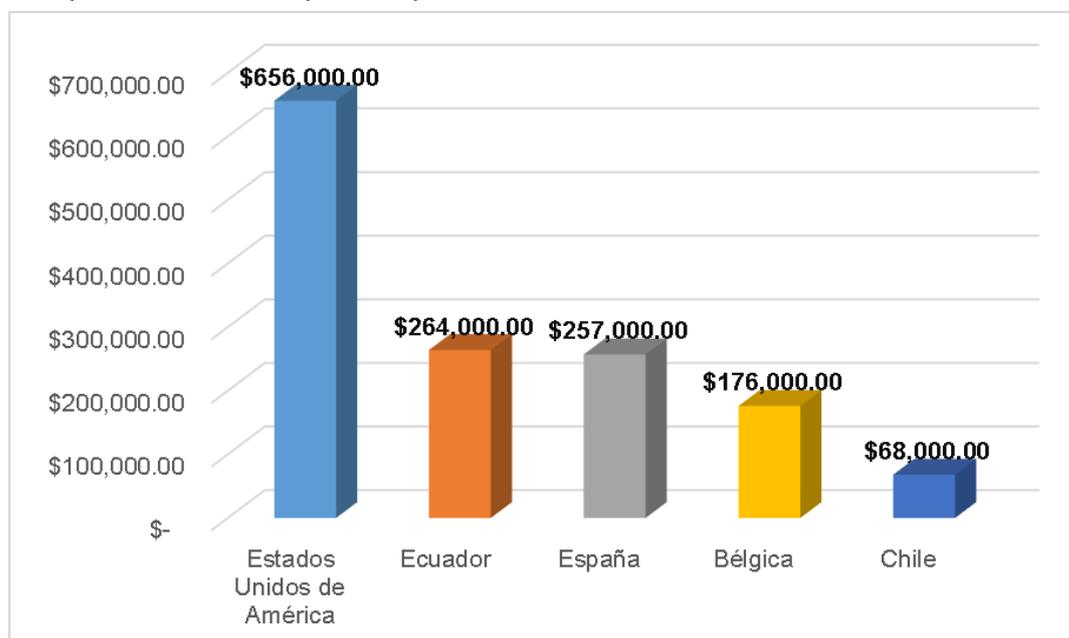
Unidad : miles dólares americanos Americano	
Producto: 1005904000 Maíz (exc. ??las de siembra para siembra) : Morado (Zea mays amilacea cv. morado)	
Importadores	Valor exportado en 2020
Estados Unidos de América	\$ 656,000.00
Ecuador	\$ 264,000.00
España	\$ 257,000.00
Bélgica	\$ 176,000.00
Chile	\$ 68,000.00

Nota: Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración: Propia

Figura 25

Valor exportado por Perú expresado en miles de dólares en el año 2020 y sus principales mercados para el producto maíz morado



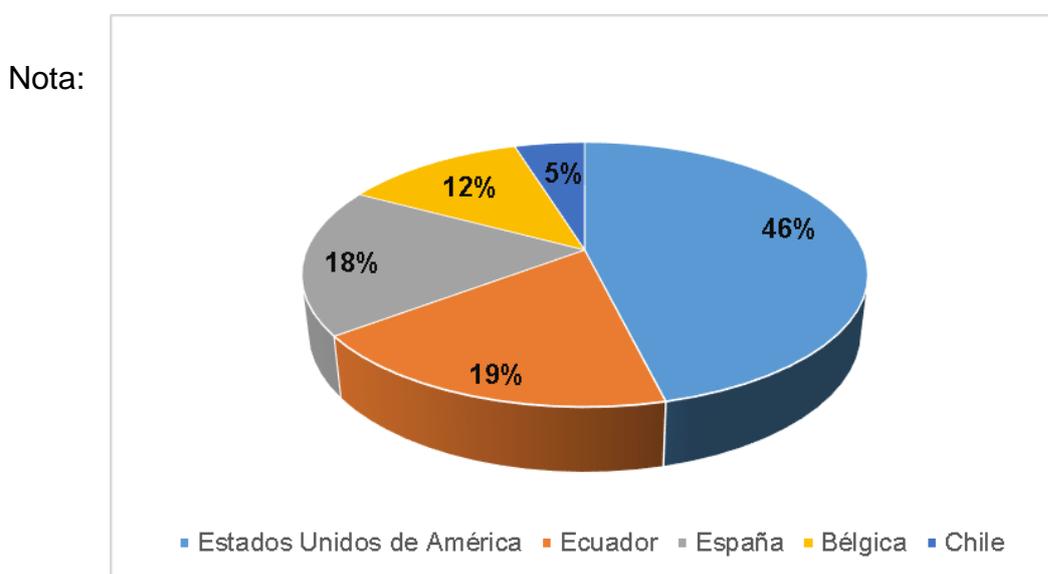
Nota: Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración: Propia

Para el año 2020 el Perú exportó a los Estados Unidos una cifra de 656 mil dólares americanos por lo cual hubo una reducción ligeramente significativa en comparativa con el año 2019, lo cual puede deberse a muchos factores, uno de ellos podría ser efectos de la pandemia covid-19. Sin embargo, el mercado americano mantuvo el primer lugar como mercado importador favorito del maíz morado.

Figura 26

Porcentaje de participación de mercados en el año 2020 de las exportaciones peruanas, para el producto maíz morado



Obtenido de Trademap (2019)

Elaboración: Propia

En la siguiente gráfica se puede apreciar que para el año 2020, Estados Unidos comprendió el 46% de participación de mercado, liderando los mercados de destino por encima de Ecuador y España, lo cual indica que es un mercado bastante atractivo y con mucha demanda para el producto maíz morado.

e) Sondeo de mercado

Importancia de realizar un plan de negocios, para la exportación:

Es importante debido a que organiza las ideas y las direcciona para una correcta ejecución de las actividades del plan, orienta también el negocio y permite mirar al

futuro y plantear estrategias para llevarlas a cabo. Facilita la identificación del FODA.

Permite también identificar oportunidades de mercado, disminuye riesgos, así como también permite presentar alternativas para una posible expansión. (Castillejo, 2015)

1.4. Formulación del problema:

¿De qué manera la presente propuesta permitirá la exportación de maíz morado en polvo de la empresa Inca Invest hacia EE. UU?

1.5. Justificación e importancia del estudio:

La investigación, permite conocer los beneficios esenciales del maíz morado, producto peruano emblemático y milenario. Es por esta razón que se ha estado investigando en años anteriores acerca del mismo, para brindar una mejor calidad y rendimiento a este cultivo.

La propuesta del plan de negocio de exportación se proyectará a los Estados Unidos, Alabama. Ya que se determinó que es uno de los doce estados con tasa de obesidad bastante elevada en adultos (35%), seguidos de Arkansas, Kentucky, Michigan, Mississippi, Carolina del Sur, Tennessee y Virginia Occidental. Sufrir de obesidad es un factor importante de riesgo para la salud, lo cual con el tiempo tiene serias consecuencias que desencadenan en la diabetes, presión alta, y varios tipos de cáncer, del mismo modo la obesidad generada también un aumento en gasto de atención médica que asciende en \$149 millones de dólares al año. (TFAH, 2020).

Por lo tanto, es de gran importancia erradicar el problema principal que es la obesidad en los estados unidos, lo cual a su vez engloba a distintos problemas de salud en general que afectan a su población, el cual busca con el tiempo reducirse. Es por ello que el maíz morado en polvo podría ser una de las alternativas de solución alimenticia para combatir tan importante problema.

Asimismo se optó por realizar la investigación en torno a la variedad INIA 601, ya que se determinó que la variedad INIA 601 posee gran cantidad de antocianina, lo cual le otorga su color característico, y a su vez permite que no sólo los granos del

maíz cuenten con propiedades antioxidantes sino también la coronta y la panca lo cual indica que esta variedad del cultivo en especial, contiene más beneficios y características que mejoran la rentabilidad del pequeño y mediano productor hasta siendo esto clave para el crecimiento de la economía del país.

Perú tiene una riqueza climática para cultivar productos agroexportables con una gran facilidad de realizarlo en diferentes periodos de tiempo a lo largo del año, y en diferentes zonas del país. En un futuro el maíz morado será tendencia como uno de los productos altamente requeridos, para la prevención del cáncer, además de regular la presión alta y el colesterol.

La empresa Inca Invest exporta maíz morado en calidad de fresco, al mercado español y al mercado holandés, los cuales son sus principales clientes, por lo tanto, optaron por la modalidad del transporte aéreo por un tema de calidad, y a pedido del cliente ya que el maíz morado tiende a ser de muy fácil degradación. Por lo tanto, exportarlo como un producto transformado (en polvo), puede permitir acceder y acoplarse a enviarlo por vía marítima disminuyendo el costo de fletes y alargando de manera significativa la vida útil del maíz morado, y del mismo modo permite que mantenga sus propiedades y beneficios.

1.6. Hipótesis:

Un plan de negocio permitirá la exportación de maíz morado en polvo a los EE. UU de la empresa Inca Invest SAC, 2022-2023

1.7. Objetivos:

1.7.1. Objetivo General:

Proponer un plan de negocio para la exportación maíz morado en polvo a los EE. UU para la empresa Inca Invest, 2022-2023

1.7.2. Objetivos Específicos:

Analizar la situación de la empresa Inca Invest SAC en el periodo del 2020 al 2022

Determinar la viabilidad de un plan de negocio para la exportación de maíz morado en polvo, en base a la variedad INIA 601, con destino al mercado estadounidense.

Realizar un plan de negocio de exportación de maíz morado en polvo INIA 601 a los Estados Unidos y plan financiero.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación:

La presente investigación es propositiva y descriptiva con enfoque cualitativo

Descriptiva:

Son investigaciones que se relacionan con la descripción de las características de un grupo concreto, o un individuo

Y es limitada a la recopilación, observación y análisis de datos, los cuales permiten detectar qué es lo que causa el problema y sus causas, del mismo modo también se describen las características de una población en específico. (Herbas Torrico & Rocha Gonzales, 2018) La investigación está enfocada en la población estadounidense.

Propositiva:

La investigación es propositiva ya que tiene que surge en base a la necesidad dentro de la empresa, después de analizar la información descrita, se procederá a dar una propuesta de plan de negocios de exportación, permitiendo alcanzar el objetivo general de estudio el cual a su vez permitirá solucionar parte de la problemática.

2.1.2. Diseño de la investigación

Se ha determinado que el estudio es no experimental, ya que es limitado a observar fenómenos y situaciones que ya existen, sin la alteración de variables, las cuales son exportación y plan de negocios puesto que no posee control de ellas

2.2. Variables, Operacionalización

Operacionalización

Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores		Técnicas e instrumentos		
Variable Independiente	Plan de Negocio	Plan Administrativo	Propuesta de valor	Actividades clave	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista		
			Resumen ejecutivo	Misión			
			Visión	Valores			
			Objetivos	Ventaja competitiva			
			Estrategias	FODA			
		Plan de Marketing	Cliente			Tamaño del mercado	
			Segmentación del mercado				
			Ubicación				
			Canales de distribución				
			Análisis de la competencia				
			Relación con clientes				
			Promoción y Publicidad				
		Plan Financiero	Balance general			Estado Ganancias y pérdidas	
			Ventas y Costos				
Variable Dependiente	Exportación	Conceptos Importantes en la Exportación	Arancel	Técnica: Revisión documentaria Instrumento: Análisis de datos			
			Preferencia Arancelaria				
			INCOTERMS				
			Factura Proforma				
		Documentos para exportar	Contrato compra-venta internacional			Factura comercial	
			Packing list				
			Guía de remisión				
			Instrucciones de embarque				
			Carta de temperatura				
			DUA o DAM				
			Póliza de seguro				
			Carta de Crédito				
			Certificado de origen				
			Certificado sanitario				
		Producto	Partida arancelaria			Ficha técnica y Precio	
			Beneficios				
			Crecimiento de las exportaciones de maíz morado				
			Sondeo de mercado				

Elaboración: Propia

2.3. Población y muestra

Población

Según Arias Gómez y otros (2016) Son las personas u objetos de los que se planea conocer algo determinado en una investigación, a su vez sirve de referencia para determinar la muestra y asimismo si se cumple con criterios predeterminados de estudio. Del mismo modo el término puede hacer referencia tanto a humanos como animales, familias, organizaciones.

Población 1

Se eligió en este caso a los encargados del área de exportación de la empresa Inca Invest SAC, expertos en la exportación y comercialización de maíz morado. Además de expertos en el rubro exportador, quienes se encuentran laborando o colaborando en empresas relacionadas al rubro de la exportación.

Población 2

Asimismo, se eligió a la gerente en Inca Invest SAC, ya que podrá brindarnos un vistazo general de la situación de la empresa.

Muestra

Es una parte de la población de la cual se dará a cabo la investigación. Comprende procedimientos ya sean lógicos o mediante fórmulas que dan pie a obtener los componentes de muestra. (Luis López, 2004)

En la investigación se ha utilizado muestreo no probabilístico puesto que no se conocen del todo los distintos elementos de la población estudiada para ser elegida, ya que la elección de la población dependerá de la investigación y las características de la misma. Se eligió la muestra basada en información de conveniencia y competente puesto que será recolectada por personas capaces de dar información relevante para elaborar el plan de negocios, por lo cual fueron seleccionados, y detallados en la siguiente tabla

Tabla 1

Muestra

Colaboradores	Sub total
Empresa: INCA INVEST S.A.C	
Gerente General: Aurelie Zahia Mireille Nalet	6
Exp 1:	
Walter José Temoche Verona (Jefe de producción y packing en Inca Invest SAC.)	1
Exp 2:	
Omar Sánchez Albanil (General Manager en Amazon Andes Export S.A.C)	1
Exp 3:	
Mg. Nestor Meza Falla (Oficial de Aduanas SUNAT con 9 años de experiencia)	1
Exp 4:	
Mg. Alberto Pantaleon Santamaria (Especialista en planes de negocio - Docente universitario)	1
Exp 5:	
Evelyn Gómez Sucari (Encargada de Procesos y Documentación en Inca Invest SAC.)	1

Criterios de inclusión

Conocer el producto

Análisis del conocimiento en el proceso de exportación y comercialización del maíz morado

Criterios de exclusión

Conocimiento del mercado objetivo, que es en este caso Estados Unidos.

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

Técnicas

a. Entrevista

Según (Sanchez y otros, 2021) Se entiende como la interacción de personas, planificada que sigue un objetivo, en la que el entrevistado brinda opinión sobre un tema y, el entrevistador, recolecta e interpreta esa opinión en particular. (Campoy A. y Gomes E. 2009, p.288 citado en Sanchez y otros, 2021, p.5).

Se desarrolló entrevistas dirigida a expertos en el desarrollo de los procesos en la exportación de maíz morado, con la finalidad de obtener información acerca de los procesos y requerimientos. Del mismo modo se entrevistó a la Gerente de la empresa Inca Invest SAC, para tener conocimiento de la situación actual de la misma, y de los procesos internos.

b. Revisión Documentaria

Es el punto de inicio en la investigación, y en ocasiones origina el tema o problema a investigar. La fuente de los documentos suele ser de distinta naturaleza (Quintana 2006, p.34 como se citó en Sanchez et al. 2021)

Se obtuvo información sobre el proceso de exportación del maíz morado, sus variedades, y cuál es la más rentable tanto a nivel micro como macro, del mismo modo también los precios en el mercado Internacional y el crecimiento exponencial de la demanda en los mercados internacionales, a través de revistas, boletines, y bibliotecas virtuales.

Instrumentos

Son nombrados también como instrumentos para acopio de datos, los cuales permiten medir variables, compilar información u observar el comportamiento.

De igual modo permiten medir características en las variables las cuales son nombradas como pruebas o tests, las cuales llevan a medir variables de conducta. Los datos que proporcionan los instrumentos tratan de recopilar información que se acerque o mida de manera exacta los fracasos o éxitos en una investigación (Mejía Mejía, 2005).

Los instrumentos utilizados fueron:

1. Guía de entrevista: Fueron utilizados guías de entrevista (*ver anexo N° 2*) previamente validados, para llevar a cabo la entrevista a los expertos en el área de comercialización y/o exportación de maíz morado en la empresa Inca Invest SAC y empresas ligadas al rubro exportador. Las cuales se realizaron a través de la plataforma de Zoom, y grabadas con el consentimiento de cada participante en cuestión.

2. Guía de archivo documental:

Es un esquema que engloba descripción de los documentos, que a su vez esta contenida en series documentales, de los archivos de una institución o empresas. Elaborar este instrumento de manera adecuada permite obtener buena visibilidad de los archivos y la información contenida en los archivos, porque a través de ello se refleja la descripción del contenido y el contexto de los documentos de archivo. Dichos documentos pueden ser de varios tipos, como fuentes de bibliotecarias, revistas o información de la organización que se está estudiando. (Instituto Morelense de Información Pública y Estadística, 2022)

3. Memorando Integrador: De acuerdo con (De la Cuesta Benjumea & Arredondo González, 2014, como se citó en Glaser, 1998; Strauss, 1987; Charmaz, 2006) También llamados memorandos teóricos, plasman pensamientos por escrito, se detallan sólo para uno mismo, y no para ser evaluados, y se reflexiona sobre los pensamientos y temas tratados. Del mismo modo contiene las ideas, ya sea de manera teórica o conceptual, que suceden durante la obtención de datos.

Validez

De acuerdo con Mejía Mejía (2005) la validez se basa en que se mida lo que pretende medirse en las pruebas, deben medirse características de las variables por las que se diseñaron. Aquellas pruebas que no tengan validez, carecen de utilidad. También se le conceptúa a la validez como la autenticidad, solidez, exactitud de las pruebas o a los resultados, y la validez de los resultados de una prueba sólo tiene sentido dentro del contexto en el que ocurre.

Se procedió a validar los instrumentos utilizados en la recopilación y análisis de datos bajo criterio de tres expertos, dos especialistas en comercio y negocios internacionales, con un metodólogo.

El primer experto se ha seleccionado al Magíster en Negocios Internacionales César Ricardo Rocero Salazar, quien cuenta con más de 10 años de experiencia en el rubro del comercio exterior. Quien ha procedido con la revisión total de los instrumentos utilizados, en base a la variable dependiente “plan de negocios” y a la variable independiente “exportación”

Como segundo experto seleccionado se tuvo al Dr. Hugo Redib Espinoza Rodríguez, quien cuenta con más de 10 años en la gerencia y dirección de importantes empresas ligadas al rubro de los negocios internacionales, además cuenta con experiencia en la docencia a nivel superior, universitario en negocios internacionales y administración en importantes universidades de la región Lambayeque y del Perú.

Se eligió como tercer experto al metodólogo y magíster Jean Michell Carrión Mezones, quien cuenta con seis años, ejerciendo la carrera de negocios Internacionales y comercio, asimismo con experiencia en la docencia universitaria en el área de metodología de investigación para los negocios internacionales, análisis de datos y proyecciones a nivel nacional e internacional.

2.5. Procedimiento de análisis de datos

La recopilación de información se trabajará mediante la investigación y análisis de información, así como también las entrevistas que se realizarán a los expertos quienes son directivos y colaboradores de la empresa Inca Invest SAC.

Después de haber recopilado y analizado los datos mediante los instrumentos de recolección, dicha información será tratada mediante los programas EXCEL y WORD para así ordenarla y mostrarla mediante cuadros o gráficos para así adicionarle su descripción.

2.6. Criterios éticos

De acuerdo con la Universidad Tecnológica Intercontinental (2022) señala que todo investigador debe tener en cuenta que, en su estudio, todo participante es una persona libre y autónoma quienes deben poner en primer lugar los intereses personales por encima de la investigación, la cual es vista como un servicio al bien común. Dicho esto sostiene que se debe hacer cumplir 3 principios clave tales como la confidencialidad, ya que la información debe mantenerse de manera privada y dicha información debe ser utilizada solo para la investigación, del mismo modo el principio de no coacción, el cual hace referencia a que no se debe obligar a ninguna persona a participar de la investigación o estudio y por último el consentimiento

informado, el cual debe ser tomado de los participantes antes de proceder con su participación en la investigación.

Criterios de rigor científico

Según (Scott, 1991, como se citó en Erazo Jiménez, 2011) señala que se debe tener en cuenta los 4 principios identificados como: Sistemática, consistencia, optimización de procedimientos y comunicabilidad.

Sistemática

Debe existir orden y lógica en los procesos de la investigación realizada.

Consistencia

La investigación debe tener concordancia y no puede existir la contradicción entre los componentes estudiados, sin una justificación previa.

Optimización de procedimientos

En la investigación se puede hacer uso de información no tan sofisticada en las primeras fases de estudio, sin embargo, a medida que va progresando la investigación se debe utilizar información más relevante y actualizada con el fin de complementar y añadir más peso y credibilidad a la investigación.

Comunicabilidad

Posteriormente la investigación debe hacerse pública para así generar un criterio colectivo en el área trabajada y a su vez en los procedimientos que se usaron.

III. RESULTADOS

Entrevista a la gerente general de Inca Invest S.A.C.:

Tabla 2

Entrevista a la gerente de Inca Invest S.A.C

PREGUNTA	RESPUESTA
<p>1. ¿Qué funciones realiza usted en la empresa?</p>	<p>La gerente indica que, al no ser una empresa muy grande, realiza distintas actividades dentro de la empresa, pero principalmente se centra en el aprovisionamiento y trato con los proveedores (casi siempre tratan de trabajar con comunidades de productores), también realiza las negociaciones con los clientes, y además en el área contable y RR.HH.</p>
<p>2. ¿Con cuánto personal cuenta la empresa?</p>	<p>En el área administrativa son 2 colaboradores, y en el área de procesos (packing) son 2 colaboradores. En total son 4 personas ligadas directamente.</p>
<p>3. ¿Qué valores considera usted que son importantes y que deben tener presente los colaboradores? ¿Por qué?</p>	<p>La gerente considera que la honestidad es clave, también la ética la considera muy importante y del mismo modo ser una persona proactiva.</p>
<p>4. ¿Qué políticas o lineamientos sigue la empresa en sus operaciones financieras?</p>	<p>La empresa se centra en 3 rubros, siendo estos el mercado local (SODEXO), y al ser una empresa grande han optado por utilizar el factoring. Para el rubro de exportación, antes de la pandemia, se solía pactar con el cliente que el pago se diera 15 días después de la fecha de llegada de las mercancías, pero posterior al Covid-19, los clientes optaron por pagar 30 días después de la llegada de la mercancía. Asimismo, en algunas operaciones de comercio exterior, la empresa se apoya en brokers para facilitar los procesos de exportación.</p>
<p>5. ¿De los productos que brinda la empresa, con cual se identifica más?</p>	<p>La empresa se identifica, con los productos del género capsicum, siendo estos: Ají amarillo, rocoto, ají limo y como segundo producto tiene al maíz choclo y el maíz morado.</p>
<p>6. ¿Cuál es la principal fuente de ingresos de la empresa actualmente?</p>	<p>La empresa al atender mercado local y extranjero, tienen dos principales fuentes de ingreso, siendo proveedores de SODEXO, y en la exportación se sostiene mediante la comercialización en el extranjero de los productos de género capsicum y el maíz morado y maíz choclo.</p>

7. ¿A qué régimen tributario pertenece la empresa?
- Según la gerente, la empresa se encuentra dentro del género PYME, siendo una pequeña empresa, por ende, se encuentra en el régimen tributario general.
8. ¿Qué objetivos tiene a largo plazo, tanto de manera externa como interna en la empresa?
- Seguir creciendo con las exportaciones de los productos peruanos, volviendo a reactivar lo que el covid 19 paralizó. Asimismo, también buscar nuevos productos y nuevos clientes e ir renovando en cuanto a la gama de productos que tiene
9. Para lograr dichos objetivos, ¿Qué estrategias utilizaría?
- De acuerdo con la gerente, la principal estrategia que utilizaría sería el PAI (Programa de apoyo a la internacionalización), ya que en el año 2018 postularon al programa y ganaron generando esto un gran apoyo para la exportación de ají amarillo en la empresa. Así que su estrategia sería apoyarse en las facilidades que brinda el estado peruano y sus distintos programas de apoyo al exportador.
10. ¿Qué estrategias utilizaría para posicionar su producto en un mercado internacional?
- La gerente suele utilizar informes estadísticos, analizando la demanda y poder así llegar a posibles clientes potenciales. También utiliza su red de contactos, y su cartera de clientes que suelen apoyar con su recomendación. Asimismo, también otra estrategia que utiliza es apoyarse en los agentes de carga (Marketing boca a boca). Del mismo modo utilizaría como estrategia las ferias internacionales.
11. ¿Qué empresas nacionales conoce que exporten el maíz morado?
- Las empresas que conoce la gerente son AgroMaria, Noval,
12. ¿Qué empresas extranjeras conoce que exporten el maíz morado?
- La gerente desconoce que empresas extranjeras exporten maíz morado, indica que la mayoría de países alrededor del Perú, exportan frutas y verduras más exóticas.
13. ¿En qué se diferencia su producto de las demás empresas?
- Los productos de Inca Invest se diferencian de manera competitiva, y se centran en brindar una buena calidad a sus clientes ya sea nacionales o internacionales.

14. En el caso de realizar la exportación, ¿Qué INCOTERMS consideraría adecuado utilizar?
- Utilizan FOB si es el caso de transporte marítimo, y CPT en la modalidad de transporte aéreo.
15. ¿Con qué modalidad de pago cree usted que convendría trabajar?
- Con un nuevo cliente siempre es mejor que pague de manera rápida, en Inca Invest nos basamos en la confianza, y en la afinidad con los clientes, cuando trabajamos con la modalidad de transporte marítimo solemos hacerlo 50 y 50, es decir con un adelanto del 50% se trabaja y otro 50% es abonado al llegar la mercancía a destino. Antes de poder trabajar con un cliente, se es muy cuidadoso y primero obtenemos referencias del mismo y también se investiga al cliente financieramente.
16. ¿A qué mercados se encuentra exportando actualmente?
- Nos encontramos trabajando actualmente con los países de Holanda, Suecia, Dinamarca, Francia y Panamá
17. ¿Qué estrategias de promoción utilizó para ingresar su producto, a un mercado nuevo?
- Utilizo como promoción las redes sociales, marketing digital, la referencia de sus clientes y también el envío de catálogo digital a potenciales clientes.
18. ¿Qué tipo de publicidad utiliza actualmente para generar captación de nuevos clientes?
- En un primer momento estuvimos en las redes sociales, haciendo marketing digital y estaban en la red Facebook, Linkedin. Pero obtuvimos mejores resultados con Linkedin ya que es una red más seria, dejo de lado las redes sociales y me centré en crear un catálogo digital de los productos que manejábamos y procedimos a enviarlo a su cartera de clientes.
19. ¿Qué estrategias cree conveniente usted utilizar para ingresar al mercado estadounidense?
- Creo conveniente utilizar el marketing digital y también las ferias internacionales, para poder llegar a clientes potenciales en el mercado americano.

Elaboración: Propia

Entrevista a dirigida a expertos en la exportación

Tabla 3

Pregunta 1

¿Qué opinión tiene acerca del maíz morado en polvo, cree posible su exportación?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Te comento que el producto maíz morado en polvo ya se viene exportando, pero indica que es importante darle un valor agregado al producto para poder destacar de entre las demás empresas.
EXP 2	He tenido la oportunidad de exportar algunos lotes de maíz morado y según su experiencia, precisa que el producto tiene un potencial increíble, por el contenido de antocianinas, antioxidantes. Llegando incluso a poseer mayor concentración de antocianinas que los blueberrys, pero se necesita una gestión de marketing, y una inversión importante para hacer destacar al producto en los mercados internacionales. Ya que la tendencia de consumo en alimentos funcionales indica que se busca productos con alto contenido vitamínico y antioxidante, lo cual es una oportunidad para el producto (maíz morado)
EXP 3	Cualquier mercancía que no se considere como prohibida está en la capacidad de ser exportada, y el maíz morado siendo un producto atractivo del Perú. Pero indica que en sus años de servicio no se ha encontrado con maíz morado en polvo siendo que trabajó en las fronteras de Tacna, Paita.
EXP 4	No creo que se pueda exportar el maíz morado en polvo ya que las propiedades del maíz morado (antocianinas), se encuentran mayormente en la coronta. Recomienda centrarse en maíz y coronta.
EXP 5	Me parece un producto interesante ya que normalmente el maíz morado se consume en fresco, pero en polvo sería una presentación diferente y más rápido de usar.

Memorando integrador:

Con la opinión recolectada de los 5 expertos, casi en su totalidad indican que el maíz morado se puede exportar en calidad de procesado (polvo), ya que el producto tiene un gran potencial y tiene años exportándose en otras presentaciones, pero se debe tener en cuenta lo que indica el experto 4. Que la concentración de

propiedades está en la coronta y el maíz, reforzando así la justificación e importancia del estudio de esta investigación. Por lo cual se podría centrar en moler tanto los granos como parte de la coronta y determinar si existe una aceptación y si se mantiene un sabor agradable al gusto.

Tabla 4:

Pregunta 2

¿Qué producto cree usted que tiene la capacidad de sustituir al maíz morado?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Según el experto, no existe un producto sustituto o similar al maíz morado con respecto a las propiedades del mismo.
EXP 2	El experto indica que el producto que más se asemeja al maíz morado en cuanto a propiedades (antocianina) es el acaí.
EXP 3	El experto indica que no se encuentra un producto similar, producto alternativo o sustituto al maíz morado. Es único en sus propiedades.
EXP 4	El experto indica que la beterraga contiene características similares pero el consumo este ligado a un tema de costumbres, pero no existe otro producto que pueda sustituir al maíz morado.
EXP 5	Actualmente creo que no se encuentra ningún producto sustituto para el maíz morado ya que es el único fresco que contiene ese colorante morado y ese le da el plus a ese producto, y creo que ningún otro producto lo tiene.

Memorando integrador:

En el contexto de encontrar un producto sustituto, encontramos que los expertos coinciden en sus opiniones, no existe un producto con la capacidad de sustituir al maíz morado y sus propiedades. Pero según el experto 2, el Acaí es quizá el único producto que se asemeja al maíz morado.

Tabla 5

Pregunta 3

¿Qué impacto genera los acuerdos comerciales en la exportación de productos?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Es beneficioso, sin los acuerdos comerciales no se conocería a los potenciales clientes, y a través del mismo se puede conocer el entorno en el que se encuentra de tal manera que se pueda ofertar productos atractivos a los clientes.
EXP 2	Es bastante importante, las preferencias arancelarias en cuanto a competitividad internacional, lo cual permite al Perú sobresalir frente a otros países exportadores mediante los convenios o tratados comerciales, pagando menos o cero aranceles.
EXP 3	El impacto generado es muy alto ya que desde años atrás el Perú viene teniendo políticas que promueven e impulsan la exportación ya que tiene convenios con diferentes países abarcando a grandes empresas y también a las pymes. (Exporta fácil)
EXP 4	La opinión del experto nos indica que, de acuerdo con estudios no ha sido positivo en algunos casos los acuerdos comerciales o TLC, ya que en temas de negociación están desproporcionados en cuanto a los beneficios para los países, siendo solo aprovechados por algunos países y no para todos. Asimismo, indica que en el mundo se están incrementando las barreras no arancelarias.
EXP 5	Considero que las preferencias arancelarias en la exportación, tienen un impacto positivo ya que nos permiten aprovechar, las exportaciones en condiciones favorables, por ejemplo, eliminar las barreras arancelarias y mejorar la competitividad de los productos.

Memorando integrador:

Para el tema de los acuerdos comerciales, todos los expertos coinciden en que tienen un alto impacto en la comercialización internacional ya que permiten ingresar a otros mercados y dar a conocer productos con de alto valor y con mucho potencial a explotar, asimismo brindan una fuerte competitividad en los productos por el tema de los precios. De igual modo tener en cuenta que en algunos casos, hay acuerdos que solo benefician a uno de los dos lados en los tratados, entonces deberían

replantear esos acuerdos y establecer los beneficios en un punto medio para ambas naciones.

Tabla 6

Pregunta 4

¿Qué características esenciales cree usted que debería tener el producto para competir en el mercado estadounidense?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Inca invest aún no se encuentra en el mercado estadounidense, por el momento se encuentra trabajando con los países de España, Holanda, Panamá, Abu dabhi
EXP 2	Estados Unidos viene tiempo consumiendo productos funcionales, y con propiedades con altos beneficios, ya que la salud en el mercado americano es muy costosa, entonces existe una cultura preventiva y la tendencia de consumo de productos se inclina por lo natural y funcional.
EXP 3	El mercado americano prioriza mucho la calidad del producto, siendo muy selectivos en los cuidados y tratamientos de la mercancía, siendo rigurosos en aspectos como, mantener la cadena de frío durante todo el proceso de la exportación.
EXP 4	Indica el experto que se debe tener en cuenta la concentración de las propiedades del maíz morado en polvo (antocianina), de igual modo en el tema de la molienda del producto, debe estar controlado y contar con los certificados correspondientes y registros sanitarios. Asimismo, tener en cuenta los requisitos de envases y embalajes que rigen en EE. UU.
EXP 5	Considero que el mercado estadounidense es un mercado atractivo, ya que es grande y también ofrece diferentes oportunidades, para todos los gustos y presupuestos y ya que un exportador no sólo debería competir en precio, sino también en calidad.

Memorando integrador:

En el tema de características para la competencia en el mercado estadounidense, debemos tener en cuenta según los expertos, que el mercado americano es muy grande y brinda muchas oportunidades ya que engloba diferentes culturas, con gustos diferentes y presupuestos de compra variados, se centran mucho en la

calidad de los productos, son clientes muy selectivos y cuidan mucho el tratamiento que tuvo el producto antes de llegar a su mesa. Es un mercado que viene años consumiendo productos funcionales y con propiedades que generen beneficios a la salud.

Inca Invest, aun no se encuentra exportando a los Estados Unidos, lo cual es una oportunidad para poder expandirse e ingresar a este mercado.

Tabla 7

Pregunta 5

¿Qué requisitos debe cumplir el producto para ingresar y ser aceptado en Estados Unidos?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Estados Unidos busca siempre priorizar el consumo de productos orgánicos y naturales.
EXP 2	De acuerdo con el experto, los requisitos clave para el ingreso son que tanto la empresa como la planta exportadora tengan un correcto registro en la FDA, y de preferencia contar con algún certificado adicional lo cual vuelve aún más atractivo al producto.
EXP 3	Se necesita el control fitosanitario dependiendo del tipo de producto que se vaya a exportar, otro de los requisitos es que la carga vaya precintada y mantenga este precinto sin ninguna alteración hasta llegar a su destino. Adicional a ello tener la factura, manifiesto de carga y carga porte, y el documento autorizante de SENASA.
EXP 4	De acuerdo con el experto, se necesita los registros sanitarios de la planta la cual va a ser transformada (maíz morado), además de las certificaciones de la misma (indica también que es importante tener en cuenta la certificación HACCP, para poder ser aceptado por la FDA en los Estados Unidos.
EXP 5	He revisado en la página de consulta de requisitos y ósea el maíz morado en polvo o en fresco, en cualquier presentación no se puede ingresar a estados unidos, no existe la opción de considerar el país Estados Unidos.

Memorando integrador:

Como requisitos para la aceptación en Estados Unidos, tenemos que siempre priorizar que los productos sean orgánicos y naturales, asimismo mantener los cuidados desde la planta exportadora (tener un registro en FDA y como preferencia adicional tener un certificado internacional, como por ejemplo HACCP, adicional lo cual le da un plus al producto a exportar. De igual modo tener en cuenta el control fitosanitario, la carga debe ir precintada y no debe ser alterada durante el tránsito de las mercancías hasta llegar al mercado de destino.

Tabla 8

Pregunta 6

¿Cuáles son los estándares requeridos por el consumidor en los Estados Unidos?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Estados unidos tiene un problema grave con él debe combatir que es la obesidad, aproximadamente más del 50 % de su población sufre de ello, por lo tanto, buscan productos naturales y orgánicos, sin muchos pesticidas, insecticidas, ya que están centrados en disminuir el consumo de alimentos procesados y dañinos.
EXP 2	El consumidor estadounidense suele preferir los productos que brinden un beneficio para su salud y que sean naturales.
EXP 3	La calidad es muy priorizada por sus consumidores.
EXP 4	La tendencia de consumo en Estados Unidos, se centra en productos saludables, con certificados orgánicos, el comercio justo y el consumidor americano toma con bastante importancia el tema de la sanidad de los productos, los límites máximos residuales.
EXP 5	Una de las características es que sea un producto de calidad, ya que más del 50% de los consumidores realizan compras directas, también esta la tendencia del consumo de alimentos saludables y que también al ser maíz morado en polvo ayuda para que el consumidor lo pueda consumir fácilmente ya que la mayoría no disponen de tiempo.

Memorando integrador:

Como opinión general de los expertos, tenemos que los estándares del consumidor americano son centrados siempre en la calidad del producto que le ofrezcas, de

igual manera que sea un producto saludable, que brinde un beneficio para su salud en general y tienen muy en cuenta también la sanidad del producto las certificaciones.

Tabla 9

Pregunta 7

¿Cómo percibe usted el crecimiento de las exportaciones del maíz morado?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	El Perú a nivel nacional tiene una producción de maíz morado que aumenta con cada año, como la empresa INCA INVEST, indican que posterior a la pandemia aumentó la cantidad de demanda exportable y esto también les ha beneficiado de manera positiva en sus ingresos. No se está enviando maíz morado a Europa puesto mucho más riguroso con los cuidados con respecto al ingreso de la mercancía, por lo cual genera que se tenga muchos más controles lo cual lo hace un mercado no tan flexible para cerrar negocios con clientes potenciales.
EXP 2	El crecimiento de las exportaciones del maíz morado si bien es cierto no ha tenido un crecimiento muy grande en volúmenes, si se ha tenido un crecimiento en el valor del producto.
EXP 3	El experto indica que en la aduana de tumbes existe salida de maíz morado en grano, y los volúmenes de mantienen en un crecimiento sostenido.
EXP 4	No se ha tenido un crecimiento notable en las exportaciones de maíz morado, pero existe un gran crecimiento en la demanda interna en el Perú.
EXP 5	Las exportaciones de maíz morado actualmente se han reducido en volumen en un 18%, en comparación al año anterior, al 2021 pero han crecido en valor, en un 5% esto quiere decir que estamos exportando menos, pero a un precio más elevado

Memorando integrador:

Con respecto al crecimiento de las exportaciones de maíz morado, tenemos que su crecimiento se mantiene sostenido en el tiempo y tiende a bajar en cuanto al volumen exportable, sin embargo, si se ha tenido un crecimiento en el valor de la producción peruana de maíz morado, es decir exportamos menos cantidades, pero

a un mejor precio. Esto nos indica que el maíz morado está siendo mejor valorado tanto dentro del mercado nacional como en el mercado internacional.

Para Inca invest, según el experto 1, posterior a la pandemia aumentó la demanda exportable en general y esto los beneficios de manera muy positiva en sus ingresos. Tener en cuenta también que no se está exportando a Europa ya que se ha puesto muy riguroso en cuanto al tema del ingreso de mercancías, lo cual genera muchos más controles volviéndolo casi inaccesible.

Tabla 10

Pregunta 8

¿Qué empresas nacionales conoce usted que exporten maíz morado?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	El experto indica que conoce personas naturales que se asocian para exportar maíz morado. La empresa más grande que envía maíz morado en polvo es Universal en el mercado Nacional
EXP 2	Peruvian Nature, Ecoandino,
EXP 3	En Tacna la empresa que exporta maíz morado es Namuche.
EXP 4	Gandules estuvo en una época exportando maíz morado.
EXP 5	Tenemos a nosotros como Inca Invest, y también están Noval Company.

Memorando integrador:

Con la opinión de los expertos tenemos que las empresas nacionales que exportan maíz morado son Universal, Peruvian Nature, Ecoandino, Namuche, Gandules de igual modo exportó maíz morado, Noval company, y de igual manera la empresa Inca Invest exporta maíz morado.

Tabla 11

Pregunta 9

¿Qué empresas internacionales conoce usted que exporten maíz morado?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	No conozco empresas internacionales que exporten maíz morado, pero según tengo entendido el Perú se encuentra en el top de países exportadores de maíz morado.
EXP 2	Desconoce.
EXP 3	No maneja esa información.
EXP 4	No precisa esa información.
EXP 5	Desconozco algunas empresas internacionales, que exporten maíz morado, pero si tengo conocimiento que, nosotros exportamos maíz morado a Holanda y ellos, ósea mi cliente exporta a sus países cercanos, pero ya directamente como ellos. Pero directamente un exportador digamos como ejemplo Panamá que exporte a Holanda o Europa, desconozco cuales serían las empresas.

Memorando integrador:

Con respecto a las empresas internacionales que exportan maíz morado, los expertos no tienen información al respecto, no conocen empresas fuera de Perú que se dediquen o que tengan en su gama de productos al maíz morado, sin embargo, Inca Invest exporta maíz morado por ejemplo al mercado holandés, y en destino Holanda se encarga de re exportar a sus países cercanos, pero bajo su propio nombre comercial y no como Inca Invest.

Tabla 12

Pregunta 10

¿Cuál es el medio de pago que recomendaría usted para realizar la exportación?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Transacciones bancarias, cuando la empresa Inca Invest trabaja con un nuevo cliente, con clientes frecuentes, el cliente paga el 80% de la mercancía en su totalidad, ya que se trabaja por afinidad.
EXP 2	

	El experto recomienda, 30 % a la orden y 70 % al cumplimiento de documentos, pero para volúmenes pequeños, ya que a partir de un contenedor indica que sería ideal trabajar con carta de crédito.
EXP 3	Según la experiencia previa del experto, indica que mayormente las exportaciones se manejan bajo la modalidad de pago con depósitos a cuenta así que sería lo más recomendable para él, teniendo previamente un acuerdo o contrato.
EXP 4	El experto recomienda, la carta de crédito, pero en las negociaciones internacionales casi nadie te facilita este medio de pago, depende de la confianza y el tiempo de trabajo con tus clientes. Lo más utilizado para reforzar la negociación es el contrato de compra venta internacional.
EXP 5	Para realizar una exportación el medio de pago que yo recomendaría es, al ser un exportador nuevo, debería ser un pago por adelantado o un pago contra entrega de documentos para que uno como exportador también pueda asegurarse que el cliente va a pagar y también el cliente asegurarse que va a recibir el producto, por eso lo más recomendable es un pago contra documento.

Memorando Integrador:

Como opinión general de los expertos, y bajo recomendación de todos ellos las opiniones son variadas, y esto depende de la afinidad con el cliente, y el tiempo que se lleve trabajando con ellos. Pero generalmente se prioriza las transferencias bancarias, asimismo también otra modalidad que se podría utilizar es el pago adelantado o pago contra entrega de documentos de este modo se garantiza el cumplimiento por ambas partes en la negociación. Para la empresa Inca invest de acuerdo con el experto 1, con un cliente frecuente el medio de pago utilizado es transferencia y el cliente paga por adelantado el 80% de la mercancía, esto quiere decir que todo gira en torno a la confianza y años que se tenga trabajando juntos.

Tabla 13

Pregunta 11

¿Bajo qué medio de transporte recomendaría usted que se lleve a cabo la exportación del producto?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Inca Invest envía sus exportaciones vía aérea, ya que cuenta con clientes especiales, que necesitan que el producto llegue en las mejores condiciones de calidad y en menor tiempo. Recomiendo el aéreo
EXP 2	De acuerdo con la recomendación del experto, indica que el transporte por vía marítima sería lo ideal y utilizar FOB.
EXP 3	Depende que es lo que se vaya a priorizar, a donde irá dirigido el producto o mercancía, la distancia a la que se encuentra el país de destino, los costos, los tiempos de traslado y también tener en cuenta lo que el cliente pida o como lo necesite.
EXP 4	De acuerdo con la recomendación del experto, indica que la exportación del producto se debe llevar a cabo por vía marítima.
EXP 5	Depende, si es un producto en menor volumen recomendaría una exportación aérea ya que el flete es menor, pero si es una exportación en mayor volumen y el país de destino, es un país que esta más lejos, recomendaría también un medio de transporte marítimo. Generalmente los vuelos aéreos son para productos frescos y de bajo volumen y ya para los productos no perecibles, que tienen fecha de vencimiento podría ser el marítimo ya que los fletes son menores también esto depende del volumen

Memorando integrador:

Bajo las recomendaciones de los expertos entrevistados, indican que el medio de transporte dependerá el mercado hacia donde se está apuntando llegar, el volumen a exportar y los requerimientos de clientes, es decir el tiempo en el que necesita el producto y en que presentación. Es por ello que para este proyecto se está pensando llevarlo a cabo bajo la modalidad de transporte marítimo ya que, irá desde el puerto del Callao hacia el puerto de Mobile Alabama, pero ya dependerá de las solicitudes que indique el cliente, en tal caso y por temas de tiempo de traslado podría darse por transporte aéreo.

Inca invest utiliza para sus exportaciones, el transporte aéreo ya que sus clientes requieren la mercancía en el menor tiempo de traslado posible, y por qué se envían los productos en calidad de frescos, de tal modo que se necesita que la calidad no se altere.

Tabla 14

Pregunta 12

Según su recomendación, ¿Qué envase y embalaje serían los adecuados para la exportación de este producto?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Inca Invest utiliza cajas cartón corrugado para el envío del maíz morado, con respecto a su recomendación para el maíz morado en polvo cualquier envase o embalaje se adaptaría muy bien ya que el producto es transformado y ya dependería de los pedidos del cliente.
EXP 2	El experto indica que lo ideal sería el envasado en doble bolsa de 10 kilos de polipropileno, y en cajas de 20 o 25 kilos.
EXP 3	Dependerá del producto y para que se le dará uso, es decir si será para su venta directa al público o va a ser vendido a una empresa para su posterior comercialización, porque, si va a ser dirigido hacia los estados unidos, se debe tener en cuenta mucho la calidad y presentación del producto. Si va a ser para materia prima para otras empresas en los EE. UU, puede enviarse en sacos de 50kg o a granel (big bag), pero si va a ser comercializado directamente en mercados locales en los estados unidos, podría ser en presentación en bolsas de 1kg o de 500gr, teniendo en cuenta el costo y beneficio del empaque.
EXP 4	De acuerdo con el experto, precisa que la exportación sea realizada en bolsa plástica y reforzado con bolsa de papel o bolsa de polipropileno, para proteger el producto de la humedad del ambiente.
EXP 5	Podría ser una bolsa de polietileno y el peso ya, generalmente el peso debería ser 250gr o también puede ser una bolsa de medio kilo o depende del producto o de los requerimientos del cliente.

Memorando integrador:

Abordando el tema del posible envase y embalaje del producto tenemos diferentes opiniones de los expertos, esto va a depender del producto y para que se le dará uso, si será para consumo directo y será adquirido como materia prima para su posterior procesado en el mercado de destino. Para consumo directo el maíz morado en polvo sería ideal envasarlo en bolsas plásticas de polipropileno para proteger al producto de la humedad, y las presentaciones pueden variar dependiendo de las peticiones del cliente, pero las más utilizadas podrían ser en presentación de 250gr o de medio kilo. Y para venta en calidad de materia prima sería ideal enviarse en sacos de 50kg, esto dependerá de los requerimientos del cliente.

Tabla 15

Pregunta 13

¿Cuáles son los documentos necesarios para exportar al mercado estadounidense?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	Certificado fitosanitario, la factura comercial y la carta porte
EXP 2	El maíz morado en calidad de fresco requiere fitosanitario, pero si es pasa por el proceso de transformación (en polvo), no es requerido el fitosanitario. Los documentos necesarios serían factura, packing list, certificado de origen y el documento de embarque.
EXP 3	Depende de si el producto es fresco o ya transformado en este caso el maíz morado en polvo, debe ser autorizado con el documento de la entidad competente ya sea SENASA, DIGESA. El certificado de origen también es vital para que pueda ser aceptado en el extranjero.
EXP 4	Los documentos necesarios serían: Factura comercial, packing list, certificados sanitarios de la mercancía, como las plantas y producción y el certificado de origen.
EXP 5	Los documentos necesarios para exportar, primero necesitamos la factura comercial, el certificado de origen, también necesitamos un packing list, también necesitamos que el envasado y el etiquetado sea correcto y también la guía aérea, la carta porte dependiendo si es marítimo. Los documentos más principales es la factura, el certificado de

	origen y el packing list, para poder desembarcar allá y también hacer la exportación en el país de origen.
--	--

Memorando integrador:

De acuerdo con los expertos, los documentos que son estrictamente necesarios para exportar al mercado americano son, el certificado de origen, la factura comercial, packing list, los certificados sanitarios, la guía de transporte ya sea aérea o marítima. Asimismo, cabe resaltar que es importante realizar un correcto etiquetado y envasado de los productos que vayan de acuerdo a los reglamentos en los Estados Unidos.

Tabla 16

Pregunta 14

¿Según su experiencia, que INCOTERMS consideraría el más adecuado para establecer un nuevo vínculo comercial internacional?

N.º Experto	RESPUESTA
EXP 1	FOB para marítimo CPT Aéreo
EXP 2	El experto recomienda utilizar FOB.
EXP 3	El experto indica que el más adecuado para la exportación en este caso sería el CIF o FOB dependiendo la modalidad de transporte que se vaya a utilizar.
EXP 4	Generalmente al inicio el más utilizado según el experto es el FOB, y establecerlo con contrato a la vista o contra documentos, dependiendo la negociación.
EXP 5	Considero que podría ser utilizado el FOB, o el CPT dependiendo de la modalidad de transporte elegido

Memorando integrador:

3.2 Aporte

Plan de negocio de exportación de maíz morado en polvo para la empresa Inca Invest.

Plan administrativo:

Propuesta de valor:

Como propuesta de valor tenemos que, la empresa Inca Invest lleva 9 años en el rubro exportador, enviando mercancías de excelente calidad a mercados muy importantes tales como España, Holanda, Países Bajos y Panamá por lo cual busca expandirse e incursionar el mercado americano, ya que tiene la ventaja de la experiencia y de las buenas referencias de sus clientes lo cual es muy importante y muy valorado.

Actividades Clave:

Proveedores en el mercado nacional, para la empresa SODEXO

Exportación de productos frescos del género como los capsicum y Zea Mays a mercados europeos

Misión:

Lleva frutas y verduras peruanas de la más alta calidad a las mejores mesas y a los paladares más exigentes en cualquier lugar en el mundo.

Visión:

Convertirse en el principal socio comercial, cuando se trate de frutas y verduras frescas de Perú

Valores:

Uno de los valores internos clave de la empresa es la honestidad, también la ética la consideran muy importante, lo cual le ha permitido llevar sus productos a distintos países por la confianza y afinidad que tienen con los clientes.

Ventaja competitiva:

El equipo dedicado y altamente capacitado de especialistas, maneja los pedidos requeridos por el cliente, incluido los requisitos especiales que le pidan, brindando la calidad y servicio que el cliente necesita.

Objetivos:

Seguir creciendo con las exportaciones de los productos peruanos, volviendo a reactivar lo que la pandemia covid-19 en un momento paralizó y retrasó

Del mismo modo, buscar nuevos productos que ofrecer y nuevos clientes e ir renovando en cuanto a la gama de productos que se tiene a disposición.

Estrategias:

La principal estrategia a utilizar sería el PAI (Programa de apoyo a la internacionalización), ya que en el año 2018 la empresa INCA INVEST, postuló al programa, y ganaron generando esto un gran apoyo para su exportación de ají amarillo en la empresa. Así que su estrategia sería apoyarse en las facilidades que brinda el estado peruano y sus distintos programas de apoyo al exportador.

También utilizar informes estadísticos, analizando la demanda y poder así llegar a clientes potenciales. Asimismo, utilizar la red de contactos, y cartera de clientes de la empresa, que suelen apoyar con su recomendación. De igual manera, otra estrategia a utilizar es apoyarse en los agentes de carga (Marketing boca a boca). Y no descartan la posibilidad de asistir a ferias internacionales a exponer sus productos y la calidad de los mismos.

FODA:

Figura 28

FODA de la empresa INCA INVEST

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Contar con un equipo profesional y capacitado▪ Buenos contactos con proveedores.▪ Disponer de una amplia cartera internacional de clientes. ▪ Experiencia de más de 8 años en el rubro de exportaciones.▪ Experiencia ganando concursos de apoyo del estado, programa pai (programa de apoyo a la internacionalización).	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Requerir de más personal para poder manejar el proceso de su gama de productos. ▪ No conocer el mercado americano. ▪ Falta de inversión en ferias internacionales o medios de marketing más directos.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Amplia gama de productos frescos▪ Flexibilidad para trabajar con modalidades de transporte aéreo▪ Conocimiento del mercado local, proveedores y competencia interna.▪ Reconocimiento por parte de sus clientes, y gozar de buenas recomendaciones y referencias	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Existencia de empresas exportadoras grandes (fuerte competencia) ▪ Poca flexibilidad para el ingreso de productos frescos y derivados a los Estados Unidos ▪ Falta de certificación de campo con algunos de sus proveedores

Elaboración: Propia

Plan marketing

Cliente

El cliente, el cual fue elegido en base al estudio de los principales importadores de maíz morado en polvo en el extranjero, fue Estados Unidos.

Tamaño del mercado

Se estableció como objetivo principal al estado de Alabama, el cual según la Oficina del Censo de EE. UU en julio de 2019 la población alcanzó los 4.903.185 habitantes y de acuerdo con la investigación se determinó que es uno de los principales estados, con alto índice de obesidad, por lo cual es un potencial mercado objetivo para el producto **maíz morado en polvo**.

Además, Alabama, cuenta con el puerto de Mobile, el cual es uno de los principales puertos comerciales en Estados Unidos, que, en 2021 según un estudio de impacto económico, se demostró que "Mobile" generó un valor que asciende a los de 85 mil millones de dólares al estado de Alabama durante ese año. Además, el movimiento

económico del puerto, crea aproximadamente 1 de cada 7 puestos de trabajo en todo el estado, con un total de 312.896 lo cual nos da un panorama de la importancia que tiene para Alabama y para Estados Unidos. (Portal Portuario, 2022)

Segmentación del mercado

Se segmentó al mercado tomando una pequeña muestra del mercado, estableciendo una edad entre los 18 a los 35 años aproximadamente para ver la posible aceptación del producto. Pero del mismo modo se espera venderles a otras empresas las cuales distribuyan su producto de manera interna o la usen como materia prima para su producción o procesado.

Ubicación

La ubicación de la planta principal es en Lima, Perú por lo cual se tiene a disposición el puerto del Callao, el cual brinda la facilidad de salida de mercancías ya sea por vía marítima o aérea, esto ya dependerá de los requerimientos del cliente y el mercado de destino.

Canales de distribución

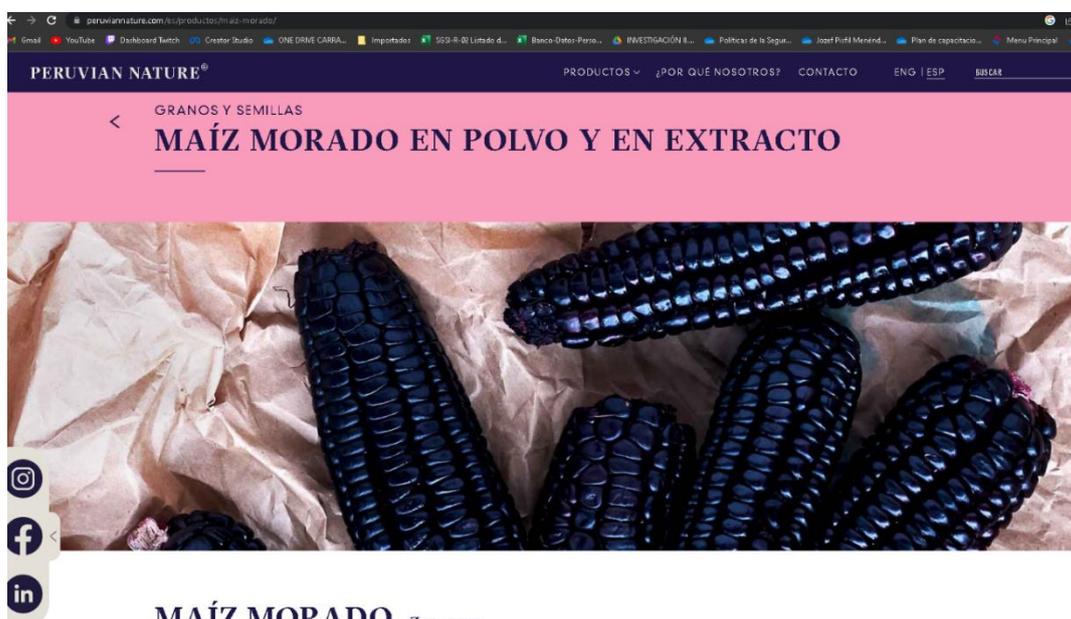
Como canales de distribución en destino serán de dos maneras, ya sea mediante distribuidores en el mercado extranjero o mediante supermercados o markets.

Análisis de la competencia

Como competencia directa en el mercado de destino tenemos a Universal, ya que es una empresa grande y del mismo modo tenemos a Peruvian Nature, ya que son empresas que se dedican a la exportación de productos peruanos en calidad de frescos y procesados (polvo, extracto), entre los cuales tiene a sus productos al maíz morado. Como competencia indirecta tenemos a los grandes supermercados como Walmart, Amazon que también venden maíz morado en granos, polvo y en extracto, y del mismo modo tenemos a una empresa estadounidense que se dedica a la venta de productos orgánicos en polvo, llamada SuncoreFoods y tiene entre sus productos destacados al maíz morado orgánico en polvo.

Figura 29

Página web de la empresa Peruvian Nature, producto maíz morado en polvo y en extracto



Fuente: Página web oficial de Peruvian Nature.

Figura 29

Exportación de productos de la empresa Peruvian Nature, hacia el mercado estadounidense, en el período de marzo del 2022

EXPORTADOR: 20502203461 - PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.
PERIODO: 01/03/2022 - 31/03/2022

DUANA: 118 - MARITIMA DEL CALLAO
AGENTE: 6180 - IJI S.A.C. AGENTES DE ADUANA
PAÍS: US - UNITED STATES

ADUANA	AÑO	DUA	FECHA DE EMBARQUE	CANAL	1 a 2 de
118	2022	024824	07/03/2022	ROJO	
118	2022	024241	09/03/2022	VERDE	

[Exportar XLS](#) | [Exportar PDF](#) | [Retornar](#)

Fuente: SUNAT

Figura 30

DUA de exportación de la empresa Peruvian Nature para el producto maca orgánica en polvo, dirigida a los estados unidos, año 2022.

DECLARACION : 118-2022-40-102507-00

Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)			2		REGISTRO DE ADUANA		
MARITIMA DEL CALLAO		118									
N° Orden		Destinación		Modalidad		Tipo Despacho		N° Orden de Embarque		N° Declaración: 102507	
005684		40		1		NORMAL		2022-102507		Fecha Numeración: 14/09/2022	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador								Sujeto a: VERDE	
		PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.									
1.2 Código y Documento de Identificación				1.3 Dirección de Importador/Exportador				1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20502203461				LAS GARDENIAS MZA. I LOTE. 12 URB. PRADERAS DE LURIN (ALT. KM. 40 ANTIGUA PANAME							
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 N° Serie/Total		7.2 Items Ejemplar B		7.3 N° Declaración Precedente Serie		7.4 N° Certificado Reposición Item		7.5 Cod.Apl.Ultr.	
		2									
7.6 Puerto de Embarque Código		7.7 Fecha Emb.		7.8 Documento Transporte Detalle		7.9 N° Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial		7.11 Infor. Verificación / Cod.Exoneración	
		--/------		SDBADS009117		0		5980		/	
7.12 Cantidad Bultos		7.13. Clase		7.14 Peso Neto Kilos		7.15 Peso Bruto Kilos		7.16 Cantidad Unidad Física Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad	
0		CAJ		5,980.00		6,368.70		5980 - KG			
7.19 Subpartida Nacional DV		7.20 Tipo		7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV		7.22 TM		7.23 TPI		7.24 TPN	
11.06.20.10.00				/		0		0		0	
7.29 FOB Moneda Código		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$		7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$	
0 -		36717.2		0		0				36,717.2	
7.35 Descripción Mercancías		1. MACA ORGANICA POLVO MACA ORGANIC POWDER LOT. 22087112 ORG LICENSE CU 800429									
		2. MACA ORGANICA POLVO MACA ORGANIC POWDER LOT. 22087112 ORG LICENSE CU 800429									
		3. MACA ORGANICA POLVO MACA ORGANIC POWDER LOT. 22087112 ORG LICENSE CU 800429									
		4. MACA ORGANICA POLVO MACA ORGANIC POWDER LOT. 22087112 ORG LICENSE CU 800429									

Fuente: SUNAT

Figura 31

Producto purple corn powder en la página web de la empresa Suncorefoods.



Midnight Purple Corn

supercolor | In stock

Chefs and foodies from around the world are using this wondrous crop to create award-winning dishes that sing with color. Purple corn was a staple in ancient civilizations of South America and is widely grown in the present day. It originates from an ancient purple corn called Kculli, which has long been revered as "the plant of remembrance," fitting for its striking color. Suncore Foods® Midnight Purple Corn Supercolor Powder is perfect for mixing into your favorite yogurts, smoothies, desserts, and baked goods. Bring on the lavish purple color and add some creative coloring to your next dish!

TO USE: Baked Goods, Desserts, Smoothies, and Yogurts

INGREDIENTS: Purple Corn Powder

Fuente: Página web oficial de Suncorefoods

Figura 32

DUA de exportación de la empresa Universal, para el producto mazamorra morada en polvo, dirigida a los estados unidos, marzo del 2022.

DECLARACION : 118-2022-40-030676-00

Aduana		Código			DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)			2		REGISTRO DE ADUANA	
MARITIMA DEL CALLAO		118									
N° Orden		Destinación		Modalidad	Tipo Despacho		N° Orden de Embarque		N° Declaración: 030676		
001615		40		1	NORMAL		2022-030676		Fecha Numeración: 16/03/2022		
1	IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador								Sujeto a: VERDE	
PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.											
1.2 Código y Documento de Identificación				1.3 Dirección de Importador/Exportador				1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20100170842				JR. RIO TUMBES NRO. 215 URB. LAS MORAS LIMA - LIMA - SAN LUIS							
7	DECLARACION DE MERCANCIAS	7.1 N° Serie/Total		7.2 Items Ejemplar B		7.3 N° Declaración Precedente Serie		7.4 N° Certificado Reposición Item		7.5 Cod.Apl.Ultr.	
		7				----					
7.6 Puerto de Embarque Código		7.7 Fecha Emb.		7.8 Documento Transporte Detalle		7.9 N° Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial		7.11 Infor. Verificación / Cod.Exoneración	
		--/--		SMLU7047888A		0		48		/	
7.12 Cantidad Bultos		7.13. Clase	7.14 Peso Neto Kilos	7.15 Peso Bruto Kilos	7.16 Cantidad Unidad Física		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad		7.18 Item CIP		
0		CAJ	691.20	807.58	691.2 - KG						
7.19 Subpartida Nacional DV	7.20 Tipo	7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV		7.22 TM	7.23 TPI	7.24 TPN	7.25 Cod. Lib.	7.26 País Origen	7.27 País Adq/Dest.	7.28 Reg. Apli.	
21.06.90.10.00		/		0	0	0	0				
7.29 FOB Moneda Transacción Código		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$		7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$	
0 -		3014.4		0		0				3,014.4	
7.35 Descripción Mercancías	<ol style="list-style-type: none"> MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO 										
7.36 Factura Comercial		Fecha		N° Fecha				N° Fecha			
7.37 Información Complementaria				7.38 Observaciones							

Fuente: SUNAT

Figura 33

DUA de exportación de la empresa Universal, para el producto mazamorra morada en polvo, dirigida a los estados unidos, julio del 2022.

DECLARACION : 118-2022-40-081175-00

Aduana		Código	DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)				2	REGISTRO DE ADUANA	
MARITIMA DEL CALLAO		118							
Nº Orden	Destinación	Modalidad	Tipo Despacho	Nº Orden de Embarque	Nº Declaración: 081175				
004653	40	1	NORMAL	2022-081175	Fecha Numeración: 25/07/2022				
1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: VERDE				
	PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.								
1.2 Código y Documento de Identificación			1.3 Dirección de Importador/Exportador			1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20100170842			JR. RIO TUMBES NRO. 215 URB. LAS MORAS LIMA - LIMA - SAN LUIS						
7 DECLARACION DE MERCANCIAS	7.1 Nº Serie/Total	7.2 Items Ejemplar B	7.3 Nº Declaración Precedente Serie		7.4 Nº Certificado Reposición Item	7.5 Cod.Apl.Ultr.			
	4		----						
7.6 Puerto de Embarque Código	7.7 Fecha Emb.	7.8 Documento Transporte Detalle	7.9 Nº Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial	7.11 Infor. Verificación / Cod.Exoneración			
	--/--/----	SMLU7259904A	0		96	/			
7.12 Cantidad Bultos	7.13. Clase	7.14 Peso Neto Kilos	7.15 Peso Bruto Kilos	7.16 Cantidad Unidad Física Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad		7.18 Item CIP	
0	CAJ	1,382.40	1,550.97	1382.4 - KG					
7.19 Subpartida Nacional DV	7.20 Tipo	7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV	7.22 TM	7.23 TPI	7.24 TPN	7.25 Cod. Lib.	7.26 PaAs Origen	7.27 PaAs Adq/Dest.	7.28 Reg. Apli.
21.06.90.10.00		/	0	0	0	0			
7.29 FOB Moneda Transacción Código		7.30 FOB US\$	7.31 Flete US\$	7.32 Seguro US\$	7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$		
0 -		6528	0	0			6,528		
7.35 Descripción Mercancías		1. MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO 2. MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO 3. MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO 4. MAZAMORRA MORADA MARCA: UNIVERSAL 8 DISP X 12 UND X 150 GR PARA CONSUMO HUMANO							

Relación con clientes

Se tiene una fuerte y sólida relación con clientes, los cuales recomiendan los productos de Inca Invest, esto les da una ventaja competitiva frente a otras empresas exportadoras, ya que la opinión y recomendación de los clientes es una poderosa herramienta de venta lo que a la larga genera un posicionamiento del producto y fidelización.

Promoción y publicidad

Para poder llegar a los potenciales clientes en los Estados Unidos, se utilizará el envío del catálogo de Inca Invest por correo electrónico o redes sociales, a la cartera de clientes con la que se cuenta y también a los contactos que se adquieran por recomendación de los socios en los diferentes países con los que se ha establecido conexiones comerciales, del mismo modo se puede asistir a ferias internacionales para poder dar a conocer el producto y la calidad del mismo.

Plan financiero:

Figura 34

Proyección de ventas y gastos

Se proyecta las siguientes ventas:

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL	
Año 1	400.00	404.00	408.00	412.00	416.00	420.00	424.00	428.00	432.00	436.00	440.00	444.00	5,064.00	1.0%
Año 2	448.00	452.00	456.00	460.00	464.00	468.00	472.00	476.00	480.00	484.00	488.00	492.00	5,640.00	1.0%
Año 3	496.00	500.00	505.00	510.00	515.00	520.00	525.00	530.00	535.00	540.00	545.00	550.00	6,271.00	1.0%
Año 4	555.00	560.00	565.00	570.00	575.00	580.00	585.00	590.00	595.00	600.00	606.00	612.00	6,993.00	1.0%
Año 5	618.00	624.00	630.00	636.00	642.00	648.00	654.00	660.00	666.00	672.00	678.00	684.00	7,812.00	1.0%

El precio es de **S/. 38.00** Sin IGV x unidad

Las compras se realizan según lo que se planea vender en el mes

El costo por unidad es: **S/. 15.00** (costo total, no incluye IGV)

Los gastos administrativos son los siguientes

Planilla	S/. 10,500.00	Aumenta	25%	x año
Luz, agua, telf	S/. 2,500.00	Sin IGV		
Alquiler	S/. 3,000.00	Sin IGV		
Otros	S/. 1,500.00	Sin IGV		

Los gastos de ventas son los siguientes

Página web	S/. 120.00	Sin IGV
Misiones comerciales	S/. 5,000.00	Sin IGV
Feria	S/. 6,000.00	Sin IGV
Gastos de transporte	S/. 1.00	Sin IGV x unidad

La estructura de inversión es la siguiente

Muebles	S/. 6,000.00	
Computadoras	S/. 4,800.00	
Licencias	S/. 150.00	
Gastos notariales	S/. 300.00	intangible
Libros contables+leg	S/. 50.00	S/. 2,500.00
otros gastos pre-oper	S/. 2,000.00	
Caja y bancos	S/. 16,770.00	
Inventario	S/. 36,900.00	
Total	S/. 66,970.00	

La empresa adquiere al inicio un préstamo de **S/. 20,000.00** a **3** años a una tasa (TE) **30%** anual

	Año 1	Año 2	Año 3
Interés	S/. 6,000.00	S/. 4,496.24	S/. 2,541.35
Amortización	S/. 5,012.53	S/. 6,516.29	S/. 8,471.18
Cuota	S/. 11,012.53	S/. 11,012.53	S/. 11,012.53

Elaboración: Propia

Figura 35

Presupuesto de Caja

PRESUPUESTO DE CAJA					
Ppto de ingreso x ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	3,744.00	5,496.00	6,100.00	6,810.00	7,596.00
Precio	44.84	44.84	44.84	44.84	44.84
TOTAL	167,880.96	246,440.64	273,524.00	305,360.40	340,604.64
Ppto de egresos x compras					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Cantidad	5,064.00	5,148.00	6,213.00	6,931.00	7,740.00
Costo	17.70	17.70	17.70	17.70	17.70
TOTAL	89,632.80	91,119.60	109,970.10	122,678.70	136,998.00
Ppto de egresos por gastos de administración					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Planilla	10,500.00	13,125.00	16,406.25	20,507.81	25,634.77
Depreciación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Luz,agua,telf	2,950.00	2,950.00	2,950.00	2,950.00	2,950.00
Alquiler	3,540.00	3,540.00	3,540.00	3,540.00	3,540.00
Otros	1,770.00	1,770.00	1,770.00	1,770.00	1,770.00
Gastos pre-operat	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	18,760.00	21,385.00	24,666.25	28,767.81	33,894.77
Ppto de egresos por gastos de ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Página web	141.60	141.60	141.60	141.60	141.60
Misiones comerciales	5,900.00	5,900.00	5,900.00	5,900.00	5,900.00
Feria	7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00
Gastos de transpo	5,975.52	6,655.20	7,399.78	8,251.74	9,218.16
TOTAL	19,097.12	19,776.80	20,521.38	21,373.34	22,339.76
Ppto de egresos x financiamiento					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Intereses	6,000.00	4,496.24	2,541.35	0.00	0.00
Amortización	5,012.53	6,516.29	8,471.18	0.00	0.00
TOTAL	11,012.53	11,012.53	11,012.53	0.00	0.00
Cuadro IGV					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
IGV Ventas	34,637.76	38,577.60	42,893.64	47,832.12	53,434.08
IGV compras	13,672.80	15,228.00	16,931.70	18,881.10	21,092.40
IGV Administ.	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00
IGV gastos ventas	2,913.12	3,016.80	3,130.38	3,260.34	3,407.76
TOTAL CRÉDITO FISCAL	16,791.84	19,072.80	21,571.56	24,430.68	27,673.92

Elaboración: Propia

Figura 36

Presupuesto de resultados

PRESUPUESTO DE RESULTADOS					
Ppto de ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Cantidad	5,064.00	5,640.00	6,271.00	6,993.00	7,812.00
Precio	38.00	38.00	38.00	38.00	38.00
TOTAL	192,432.00	214,320.00	238,298.00	265,734.00	296,856.00
Ppto de compras					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Cantidad	5,064.00	5,640.00	6,271.00	6,993.00	7,812.00
Costo	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
TOTAL	75,960.00	84,600.00	94,065.00	104,895.00	117,180.00
Ppto de gastos administrativos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Planilla	10,500.00	13,125.00	16,406.25	20,507.81	25,634.77
Depreciación	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	600.00
Luz, agua, telf	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
Alquiler	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Otros	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Gastos pre-operativos	2,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	21,800.00	21,925.00	25,206.25	29,307.81	33,234.77
Ppto de gastos de ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Página web	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Misiones comerciales	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Feria	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Gastos de transporte	5,064.00	5,640.00	6,271.00	6,993.00	7,812.00
TOTAL	16,184.00	16,760.00	17,391.00	18,113.00	18,932.00
Ppto de gastos financieros					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Intereses	6,000.00	4,496.24	2,541.35	0.00	0.00
TOTAL	6,000.00	4,496.24	2,541.35	-	-
Depreciación					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Muebles	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Computadoras	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	

Elaboración: Propia

Figura 36

Flujo de caja económico financiero del año 1 al 5

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO - FINANCIERO AÑO 1 - 5						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso ventas		167,880.96	246,440.64	273,524.00	305,360.40	340,604.64
Crédito fiscal		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual						135,767.76
TOTAL INGRESOS	0.00	167,880.96	246,440.64	273,524.00	305,360.40	476,372.40
Inversión	66,970.00					
Compras		89,632.80	91,119.60	109,970.10	122,678.70	136,998.00
Gasto Administ		18,760.00	21,385.00	24,666.25	28,767.81	33,894.77
Devolución IGV		16,791.84	19,072.80	21,571.56	24,430.68	27,673.92
Gasto ventas		19,097.12	19,776.80	20,521.38	21,373.34	22,339.76
IR (sin deuda)		23,153.96	26,855.33	29,982.55	33,458.37	37,615.22
TOTAL EGRESOS	66,970.00	167,435.72	178,209.53	206,711.84	230,708.90	258,521.67
FLUJO ECONÓMICO	-66,970.00	445.24	68,231.12	66,812.16	74,651.50	217,850.73
Préstamo (+)	20,000.00					
Cuota (-)		11,012.53	11,012.53	11,012.53	0.00	0.00
Escudo fiscal (+)		1,770.00	1,326.39	749.70	0.00	0.00
FLUJO FINANCIERO	-46,970.00	-8,797.29	58,544.97	56,549.33	74,651.50	217,850.73

	1	2	3	4	5
Flujo Económico	S/. 445.24	S/. 68,231.12	S/. 66,812.16	S/. 74,651.50	S/. 217,850.73
Valor presente	S/. 403.76	S/. 57,377.83	S/. 52,607.88	S/. 54,279.05	S/. 146,268.61
Valor presente acumu	S/. 403.76	S/. 57,781.59	S/. 110,389.47	S/. 164,668.52	S/. 310,937.13

	1	2	3	4	5
Flujo Financiero	S/. -8,797.29	S/. 58,544.97	S/. 56,549.33	S/. 74,651.50	S/. 217,850.73
Valor presente	S/. -8,099.83	S/. 49,819.50	S/. 44,526.93	S/. 54,279.05	S/. 146,268.61
Valor presente acumu	S/. -8,099.83	S/. 41,719.67	S/. 86,246.60	S/. 140,525.65	S/. 286,794.25

Elaboración: Propia

Figura 37

VAN Y TIR

<u>Evaluación económica</u>	
VA	S/. 310,937.13
Inversión	S/. -66,970.00
VAN =	S/. 243,967.13
TIR =	66%
B/C =	4.64

Elaboración: Propia

IV. CONCLUSIONES

1. De acuerdo con la investigación, se puede concluir que para la empresa Inca Invest, el maíz morado en polvo es un producto con un gran potencial para ingresar por primera vez al mercado estadounidense, ya que, al ser un producto procesado, tiene diferentes cuidados y diferentes regulaciones y controles los cuales le permiten tener flexibilidades.
2. Estados Unidos es un potencial mercado objetivo, porque se tiene vigente el acuerdo de promoción comercial Perú-Estados Unidos ya que satisface las necesidades que buscan los clientes americanos las cuales son: productos naturales y con grandes beneficios para la salud, es muy accesible y puede ser utilizado en diferentes presentaciones
3. Inca Invest, es una empresa con la capacidad de exportar grandes cantidades y pequeñas cantidades ya que tiene una cartera de proveedores con los cuales tiene años trabajando, tienen además experiencia en el rubro exportador siendo este uno de sus principales pilares y sustentos económicos. Asimismo, tienen la experiencia participando en programas de apoyo del gobierno, como es el caso del PAI, el cual postularon y ganaron en el año 2018, siendo muy competitiva, con excelente calidad en sus productos y sobre todo buenas referencias con sus clientes internacionales.

4. El presente plan de negocios de exportación, es rentable debido a que se obtuvo como tasa interna de retorno (TIR) un valor de 66%, y un B/C de 4.64 es decir por cada sol invertido se espera obtener aproximadamente 4.6 soles.

V. RECOMENDACIONES

Tener en cuenta que, se necesita una mayor logística interna en la empresa, por lo cual es recomendable la contratación de nuevo personal, para poder cubrir de manera óptima las distintas tareas que implican exportar un producto procesado.

De igual forma hay que ponerle mucha atención a la variación de los precios, ya sea la compra de la materia prima, procesado y transporte, ya que todo esto varía en función al tipo de cambio del dólar y a las distintas problemáticas que puedan suceder en el país.

VI. REFERENCIAS

- ABC. (31 de Marzo de 2022). *ABC.ES*.
<https://sevilla.abc.es/agronoma/noticias/cultivos/maiz/el-superalimento-con-propiedades-antiinflamatorias-y-antioxidantes-que-viene-de-los-andes/>
- ADEX. (3 de Abril de 2009).
<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Maiz%20morado.pdf>
- AGRARIA. (15 de Enero de 2021). <https://agraria.pe/noticias/exportaciones-de-maiz-morado-crecen-exponencialmente-en-2020-23444#:~:text=de%20Agrodata%20Per%C3%BA,Exportaciones%20de%20ma%C3%ADz%20morado%20crecen%20exponencialmente%20en,alcanzan%20los%20US%24%2012.5%20millones&text=Estado>
- Águilar Hernández , Á., Salinas-Moreno, Y., Ramírez Díaz, J., Alemán De la Torre, I., Bautista Ramírez, E., & Flores López, H. E. (2019). Antocianinas y color en grano y olote de maíz morado peruano cultivado en jalisco, México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 10(5), 1071-1073.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v10n5/2007-0934-remexca-10-05-1071.pdf>
- Andina. (2 de Enero de 2020). *Andina.pe*. <https://andina.pe/agencia/noticia-conoce-supermaiz-morado-peru-previene-cancer-y-reduce-colesterol-780091.aspx#:~:text=Variedad%20601%20de%20este%20grano,presi%C3%B3n%20alta%20y%20el%20colesterol>
- Andina. (26 de Noviembre de 2021). *Agencia Peruana de Noticias*.
<https://andina.pe/agencia/noticia-maiz-morado-recuerda-los-beneficios-consumir-este-superalimento-peruano->

- 811243.aspx#:~:text=El%20ma%C3%ADz%20morado%20ayuda%20a,la%20aparici%C3%B3n%20de%20enfermedades%20gastrointestinales.
- Arias Gómez, J., Villasis Kever, M., & Mirando Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63, 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Averos Monar, M. (2018). *Plan de exportación de la bebida Sariv a base de maíz morado con el auspicio del gobierno autónomo descentralizado municipal de Ríobamba, hacia el mercado alemán en el año 2017 (Tesis de titulación, Escuela superior politécnica de Chimborazo)*. Repositorio Institucional, Ecuador. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11920>
- Cardenas y Napoles, R. A. (2016). *Costos 1*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Carranza Carrasco, C., & Sánchez Cajo, K. P. (2019). *Determinación de la aceptabilidad de galletas elaboradas con diferentes concentraciones de harina de corona de maíz morado (Tesis Profesional de Ingeniería, Universidad Pedro Ruiz Gallo)*. Repositorio institucional, Lambayeque, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/8143>
- Castillejo, L. M. (2015). *Plan de Negocios*. Lima: Macro.
- Charles Portilla Illescas. (09 de Noviembre de 2013). Plan financiero de plan de negocios (Video). Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=IVFM5D-_8G4
- Cosio, J. M. (2011). Los proyectos y los planes de negocio. En J. C. Hurtado.
- De la Cuesta Benjumea, C., & Arredondo González, C. (22 de agosto de 2014). Analizar Cualitativamente, de las consideraciones generales al pensamiento reflexivo. *Departamento de Psicología de la Salud*, 24(3). https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/50030/1/2015_De-la-Cuesta_Arredondo_IndexEnferm.pdf
- Diario del Exportador*. (Mayo de 2018). <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/documentos-utilizados-para-la.html>
- Domingués Bocanegra, G. (2019). *Cómo entender y elaborar un plan de negocios sin ser especialista*.
- Erazo Jiménez, M. S. (Mayo de 2011). Rigor científico en las prácticas de investigación cualitativa. (42), 107-136.
- Estrada Guerrero, A., Barrios Mariño, A., & Abanto Quinto, L. (2020). *Exportación de cápsulas de maíz morado y uña de gato (Tesis de Bachiller, Universidad Científica del Sur)*. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12805/1254>
- Fernández Núñez, L. (03 de octubre de 2005). *Universitat de Barcelona*. (l. d. Barcelona, Ed.) Retrieved 2022, from Universitat de Barcelona: <https://www.ub.edu/idp/web/sites/default/files/fitxes/ficha3-cast.pdf>
- García Bobadilla, L. (2007). *Más Ventas*. Madrid: ESIC. <https://books.google.es/books?id=p-4owDnjUawC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Hapag-Lloyd. (2022). https://www.hapag-lloyd.com/content/dam/website/downloads/pdf/Carta_de_Temperatura.pdf
- Herbas Torrico, B., & Rocha Gonzales, E. (Noviembre de 2018). Metodología científica para la realización de investigaciones de mercado e investigaciones sociales cuantitativas. *Revista Perspectivas*(42), 143. http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n42/n42_a06.pdf
- Li, D. X. (2012). *Cátedra de emprendeduría y Creación de Empresas*. Universitat Rovira i Virgili, Tarragona. [https://www.urv.cat/media/upload/arxiu/catedra-emprenedoria/plan_financiero_xiaoni_li\(1\).pdf](https://www.urv.cat/media/upload/arxiu/catedra-emprenedoria/plan_financiero_xiaoni_li(1).pdf)
- Luis López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09, 69-74. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Macías Conforme, C. E., & Reyes Pincay, K. S. (2021). *Elaboración de natilla de maíz morado (Zea mayz L.) enriquecida con naranjilla (Solanum Quitoense): evaluación*

- de su valor nutrimental (Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil). Repositorio Institucional, Guayaquil, Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54393>
- Madeln. (12 de Febrero de 2020). *Madeln*. <https://mil-ub.com/incoterms-2020/>
- Mejía Mejía, D. E. (2005). *Técnicas e Instrumentos de Investigación*. Unidad de Post Grado de la Facultad de Educación de la UNMSM.
<http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/LecturasU6/tecnicas.pdf>
- MINAGRI. (18 de Diciembre de 2019). *MINAGRI*. <https://www.inia.gob.pe/2019-nota-159/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (26 de marzo de 2020). *www.gob.pe*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/111525-covid-19-el-comercio-exterior-no-se-detiene>
- Portal Portuario. (Octubre de 2022). <https://portalportuario.cl/puerto-de-mobile-aporta-usd-85-mil-millones-a-alabama-en-2021/#:~:text=La%20Autoridad%20Portuaria%20de%20Alabama%20anunci%C3%B3%20los%20resultados,al%20Estado%20de%20Alabama%20durante%20el%20a%C3%B1o%20calendario.>
- PROMPERU. (2010). *Promperú*.
<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43D61416-5DB3-46B7-B92E-C2DD97C2F75B.PDF>
- PROMPERÚ. (2011).
https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/2277/Requisitos_sanitarios_exportacion_alimentos_2011_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PROMPERÚ. (2 de Octubre de 2019). *PROMPERÚ*.
https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3901/Incoterms_2020_costos_aspectos_legales_2019_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas Menor, F. d., & Vergara Leython, B. (2018). *Plan de negocio de exportación de la antocianina de maíz morado de la empresa industria y comercio Lambayeque (INCOLAM) para el mercado nutraceutico de Estados Unidos 2016 (Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán)*. Repositorio Institucional, Pimentel, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4825>
- Romero Ortega, D., & Scamarone Cornejo, P. (2020). *Factores asociados a la comercialización de colorante de maíz morado en la industria alimentaria y su relación con las exportaciones a Estados Unidos (Tesis de titulación, Universidad San Ignacio de Loyola)*. Repositorio institucional, Lima, Perú.
<https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/10924>
- Sanchez, M., Fernández, M., & Diaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. 8(1), 5-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- SIICEX. (Diciembre de 2012). *Modelos de contratos internacionales*. Departamento de Facilitación de Exportaciones PROMPERÚ.
<https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>
- SIICEX. (2016).
<https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
- SIICEX. (2022).
https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=121
- Sulser, R. A. (2004). *Exportación efectiva: Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*.
- SUNAT. (2022). *SUNAT*. <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- Tamayo Ly, C., & Silva Siesquén, I. (s.f.). *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Retrieved 2022, from <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>

- Tello Portocarrero, M., & Vasquez Atalaya, J. (2020). *Barreras de exportación para el maíz morado: una revisión sistemática de literatura (Tesis de Bachiller, Universidad Privada del Norte)*. Repositorio institucional, Cajamarca, Perú. <https://hdl.handle.net/11537/27157>
- TFAH. (17 de Setiembre de 2020). <https://bit.ly/3stpiKF>
- TFAH. (1 de Enero de 2022). <https://www.tfah.org/article/estudios-revelan-que-dieciseis-estados-cuentan-con-un-indice-mas-del-35-de-obesidad-en-adultos/>
- Trademap. (2019). *Trademap*. <https://bit.ly/3SAxnro>
- ULAB. (20 de Noviembre de 2020). *ULAB.ES*. <https://ulab.es/plan-financiero/>
- Universidad Tecnológica Intercontinental. (2022). *Universidad Tecnológica Intercontinental*. <https://www.utic.edu.py/investigacion/index.php/reglamentos/codigo-de-etica-de-investigacion-cientifica-y-tecnologica>
- USDA. (29 de Julio de 2021). <https://www.usda.gov/media/blog/2019/08/01/purple-corn-offers-benefits-inside-and-out>

ANEXOS

Anexo N° 1: Autorización para el recojo de información

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Lima 13 de Mayo del 2022

Quien suscribe:

Sr(a)

Representante Legal – Empresa Inca Invest SAC.

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de Investigación, denominado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST, 2022-2023

Por el presente, el que suscribe, señor (a, ita) Aurélie Zahia Mireille NALET representante legal de la empresa: Inca Invest SAC, AUTORIZO al alumno: Oswald Luis Miguel Carranza Arrascue, identificado con DNI N° 71574114 estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y autor del trabajo de investigación denominado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST, 2022-2023, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de Tesis de Investigación, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.



Aurélie Z. M. Nalet
Gerente General
INCA INVEST S.A.C.

Aurélie Zahia Mireille NALET: CE N°001124982

Firma

Anexo N° 2: Instrumentos aplicados

Entrevista dirigida a la gerente

GUIA DE ENTREVISTA 1: DIRIGIDA A LA GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA INCA INVEST SAC.

1. ¿Qué funciones realiza usted en la empresa?
2. ¿Con cuánto personal cuenta la empresa?
3. ¿Qué valores considera usted que son importantes y que deben tener presente los colaboradores? ¿Por qué?
4. ¿Qué políticas o lineamientos sigue la empresa en sus operaciones financieras?
5. ¿De los productos que brinda la empresa, con cual se identifica más?
6. ¿Cuál es la principal fuente de ingresos de la empresa actualmente?
7. ¿A qué régimen tributario pertenece la empresa?
8. ¿Qué objetivos tiene a largo plazo, tanto de manera externa como interna en la empresa?
9. Para lograr dichos objetivos, ¿Qué estrategias utilizaría?
10. ¿Qué estrategias utilizaría para posicionar su producto en un mercado internacional?
11. ¿Qué empresas nacionales conoce que exporten el maíz morado?
12. ¿Qué empresas extranjeras conoce que exporten el maíz morado?
13. ¿En qué se diferencia su producto de las demás empresas?
14. En el caso de realizar la exportación, ¿Qué INCOTERMS consideraría adecuado utilizar?

15. ¿Con qué modalidad de pago cree usted que convendría trabajar?
16. ¿A qué mercados se encuentra exportando actualmente?
17. ¿Qué estrategias de promoción utilizó para ingresar su producto, a un mercado nuevo?
18. ¿Qué tipo de publicidad utiliza actualmente para generar captación de nuevos clientes?
19. ¿Qué estrategias cree conveniente usted utilizar para ingresar al mercado estadounidense?

Entrevista dirigida a expertos

GUIA DE ENTREVISTA 2: DIRIGIDA A EXPERTOS EN LA EXPORTACIÓN

1. ¿Qué opinión tiene acerca del maíz morado en polvo, cree posible su exportación?
2. ¿Qué producto cree usted que tiene la capacidad de sustituir al maíz morado?
3. ¿Qué impacto genera los acuerdos comerciales en la exportación de productos?
4. ¿Qué características esenciales cree usted que debería tener el producto para competir en el mercado estadounidense?
5. ¿Qué requisitos debe cumplir el producto para ingresar y ser aceptado en Estados Unidos?
6. ¿Cuáles son los estándares requeridos por el consumidor en los Estados Unidos?
7. ¿Cómo percibe usted el crecimiento de las exportaciones del maíz morado?
8. ¿Qué empresas nacionales conoce usted que exporten maíz morado?
9. ¿Qué empresas internacionales conoce usted que exporten maíz morado?
10. ¿Cuál es el medio de pago que recomendaría usted para realizar la exportación?
11. ¿Bajo qué medio de transporte recomendaría usted que se lleve a cabo la exportación del producto?
12. Según su recomendación, ¿Qué envase y embalaje serían los adecuados para la exportación de este producto?
13. ¿Cuáles son los documentos necesarios para exportar al mercado estadounidense?
14. ¿Según su experiencia, que INCOTERMS consideraría el más adecuado para establecer un nuevo vínculo comercial internacional?

Anexo Nº 3: Cartillas de validación de los instrumentos

Mg. Jean Michell Carrión Mezones

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista dirigida a expertos	
Objetivo:	Recolectar información para el desarrollo de la investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Jean Michell Carrión Mezones	
Documento de Identidad:	41609079	
Grado Académico:	Magíster	
Especialidad:	FINANZAS CORPORATIVAS	
Experiencia Profesional (años):	6 AÑOS	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO



.....
Grado, Nombre y Firma del jurado

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista dirigida a la gerente de la empresa Inca Invest SAC.	
Objetivo:	Recolectar información para el desarrollo de la investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Jean Michell Carrión Mezones	
Documento de Identidad:	41609079	
Grado Académico:	Magíster	
Especialidad:	FINANZAS CORPORATIVAS	
Experiencia Profesional (años):	6 AÑOS	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO



.....
Grado, Nombre y Firma del jurado

Mg.
César

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista dirigida a expertos	
Objetivo:	Recolectar información para el desarrollo de la investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	César Ricardo Rocero Salazar	
Documento de Identidad:		
Grado Académico:	Magíster	
Especialidad:	NEGOCIOS INTERNACIONALES	
Experiencia Profesional (años):	10 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO



.....
Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

Rocero Salazar.

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista dirigida a la gerente de la empresa Inca Invest SAC.	
Objetivo:	Recolectar información para el desarrollo de la investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	César Ricardo Rocero Salazar	
Documento de Identidad:	44308266	
Grado Académico:	Magíster	
Especialidad:	NEGOCIOS INTERNACIONALES	
Experiencia Profesional (años):	10 AÑOS	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

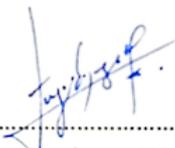
CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO


.....
Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

Dr. Hugo Espinoza Rodríguez

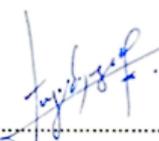
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista dirigida a la gerente de la empresa Inca Invest SAC.	
Objetivo:	Recolectar información para el desarrollo de la investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE.UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Dr. Hugo Redib Espinoza Rodriguez	
Documento de Identidad:	18138285	
Grado Académico:	Doctorado	
Especialidad:	Negocios Internacionales	
Experiencia Profesional (años):	23 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO


.....
Grado, Nombre y Firma del jurado

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista dirigida a expertos	
Objetivo:	Recolectar información para el desarrollo de la investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS <u>EE.UU.</u> , PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023	
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Dr. Hugo Redib Espinoza Rodriguez	
Documento de Identidad:	18138285	
Grado Académico:	Doctorado	
Especialidad:	Negocios Internacionales	
Experiencia Profesional (años):	23 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO



 Grado, Nombre y Firma del jurado

Anexo N° 4: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
Título: Plan de negocio para la exportación de maíz morado en polvo a los EE. UU, para la empresa Inca Invest 2022-2023			
Autor: Carranza Arrascue Oswald Luis Miguel			
Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	HIPOTESIS
¿De qué forma el plan de negocio, brindará la capacidad de realizar la exportación de maíz morado en polvo a los EE. UU para la empresa Inca Invest?	Proponer un plan de negocio para la exportación de maíz morado en polvo a los EE. UU para la empresa Inca Invest.	<p>Analizar la situación de la empresa Inca Invest SAC.</p> <p>Determinar la viabilidad de un plan de negocio para la exportación de maíz morado en polvo, en base a la variedad INIA 601, con destino al mercado estadounidense.</p> <p>Realizar un plan financiero de exportación de maíz morado en polvo INIA 601 a los Estados Unidos.</p>	Un plan de negocio permitirá la exportación de maíz morado en polvo a los EE. UU de la empresa Inca Invest SAC.

Anexo N° 5: Evidencia de Entrevistas

Entrevista a la gerente

Enlace de video: <https://youtu.be/n1MTuAMnI9w>

Anexo N° 6: Evidencia de reporte de similitud

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS CARRANZA ARRASCUE OSWALD.
docx**

AUTOR

OSWALD LUIS MIGUEL CARRANZA ARRASCUE

RECUENTO DE PALABRAS

14126 Words

RECUENTO DE CARACTERES

73584 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

75 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.1MB

FECHA DE ENTREGA

May 3, 2023 11:24 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 3, 2023 11:25 AM GMT-5

● 8% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

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

Anexo N° 7: Evidencia de acta de originalidad

Acta de originalidad de informe de investigación

Yo, ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO, docente de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0423-2022-FACEM-USS del estudiante: Carranza Arrascue Oswald Luis Miguel Tesis: PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MAÍZ MORADO EN POLVO A LOS EE. UU, PARA LA EMPRESA INCA INVEST 2022-2023

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 8 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante software de similitud.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva de Similitud aprobada mediante Resolución de Directorio N° 016-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 03 de Mayo del 2023



MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo

DNI N° 44308266