



**UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Tesis:**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMOTE FRESCO HACIA  
LOS ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA ALYO EXPORT S.A.C.  
LAMBAYEQUE 2016.**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**Autores**

**Bach. Díaz Vargas Yojhan Emmanuel**

**Bach. Ygnacio Figueroa Alexis**

**Asesor**

**QUIROZ TANTALEAN, ROOSEVELT JOOSSEPY**

**Pimentel, 2017**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMOTE FRESCO HACIA LOS  
ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA ALYO EXPORT S.A.C. LAMBAYEQUE 2016.**

**Aprobación de tesis**

---

**Mg. Quiroz Tantalean, Roosevelt Joosepy  
Asesor**

---

**Mg. Garcia Araujo, José  
Presidente del jurado de tesis**

---

**Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián  
Secretaria de jurado de tesis**

---

**Mg. Rocero Salazar, Cesar Ricardo  
Vocal del jurado de tesis**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis la dedicamos a nuestros padres quienes por ellos somos lo que somos por brindarnos apoyo, amor, consejos y por ayudarnos con los recursos necesarios para estudiar, y también agradecer por los valores humanos, principios, coraje y perseverancia para conseguir nuestros objetivos, también un agradecimiento especial al MG. Pantaleón Santa María Luis Alberto por el apoyo en la elaboración de nuestra tesis, a Dios por guiarnos por el buen camino, darnos fuerzas para seguir día a día adelante y no decaer en las dificultades que se nos presentó, enseñándonos día a día que no debemos decaer en el intento.

**Díaz Vargas Yojhan Emmanuel**  
**Ygnacio Figueroa Alexis**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por alumbrar, por ser la fortaleza y conciencia durante toda nuestra vida, esta nueva meta alcanzada se ha conseguido gracias a las personas que eternamente nos han acompañado, a nuestros padres por ser la fuente de iluminación, porque eternamente han sido nuestro ejemplo y apoyo; a nuestros hermanos, los llevamos siempre presentes. A todos nuestros compañeros de promoción por su amistad y conocimientos compartidos, muchas gracias.

**Díaz Vargas Yojhan Emmanuel**  
**Ygnacio Figueroa Alexis**

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>IV</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>XIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XIV</b>
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>16</b>
<b>1.1. Situación problemática.....</b>	<b>17</b>
1.1.1. Internacional.....	17
1.1.2. Nacional.....	18
1.1.3. Local.....	19
<b>1.2. Formulación del problema.....</b>	<b>19</b>
<b>1.3. Justificación e importancia.....</b>	<b>19</b>
<b>1.4. Objetivos.....</b>	<b>20</b>
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos.....	21
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1. Antecedentes de estudio.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2. Bases teórico científicas .....</b>	<b>28</b>
2.2.1. Plan de negocios .....	28
2.2.2. Plan de marketing.....	30
2.2.3. Organización.....	31
2.2.4. Plan de exportación .....	33
2.2.5. Producto .....	33
2.2.6. Mercado.....	37
<b>2.3. Definición de términos básicos .....</b>	<b>42</b>

<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>43</b>
<b>3.1. Tipo de investigación.....</b>	<b>48</b>
<b>3.2. Diseño de la investigación:.....</b>	<b>44</b>
<b>3.3. Población y muestra .....</b>	<b>45</b>
<b>3.4. Variables .....</b>	<b>47</b>
<b>3.5. Operacionalización .....</b>	<b>48</b>
<b>3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....</b>	<b>53</b>
3.6.1. Métodos de investigación .....	53
3.6.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	53
<b>3.7. Procedimiento para la recolección de datos .....</b>	<b>54</b>
<b>3.8. Criterios éticos.....</b>	<b>56</b>
<b>3.9. Criterios de rigor científico .....</b>	<b>56</b>
<b>CAPÍTULO IV: ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>57</b>
<b>4.1. Resultados en tablas y gráfico .....</b>	<b>58</b>
<b>4.2. Discusión de Resultados. ....</b>	<b>84</b>
<b>CAPITULO V: PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÒN .....</b>	<b>86</b>
<b>5.1. Título de la Propuesta.....</b>	<b>87</b>
<b>5.2. Resumen ejecutivo .....</b>	<b>87</b>
<b>5.3. Formulación de la idea de negocio .....</b>	<b>87</b>
<b>5.4. Análisis de la oportunidad .....</b>	<b>90</b>
<b>5.5. Análisis del entorno .....</b>	<b>91</b>
<b>5.6. Sectores económicos.....</b>	<b>92</b>
<b>5.7. Análisis de la industria, del mercado y estimación de la demanda.....</b>	<b>94</b>
5.7.1 Análisis de industria.....	94
5.7.2. Análisis del mercado.....	107

<b>5.8. Planeamiento estratégico</b> .....	115
5.8.1. Visión.....	118
5.8.2. Misión .....	118
5.8.3. Objetivos estratégicos .....	118
5.8.4. Estrategias genéricas .....	119
5.8.5. Fuente de ventajas competitivas .....	119
5.8.6. Alianzas estratégicas.....	120
<b>5.9. Plan de marketing</b> .....	120
5.9.1. Producto .....	120
5.9.2. Precio.....	122
5.9.3. Plaza.....	122
5.9.4. Promoción.....	123
<b>5.10. Plan de operaciones</b> .....	126
5.10.1. Proceso interno para la exportación .....	126
5.10.2. Diseño de la estructura y el plan de recursos humanos .....	132
5.10.3. MOF (Manual de Organización y Funciones) .....	133
<b>5.11. Proyección de los estados financieros</b> .....	139
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	<b>160</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>160</b>
<b>6.1. Conclusiones</b> .....	161
<b>6.2. Recomendaciones</b> .....	161
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>189</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>167</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Plan de negocios para nueva empresa</i> .....	30
<b>Tabla 2.</b> <i>Ficha técnica del camote fresco</i> .....	36
<b>Tabla 3.</b> <i>Características técnicas de camote fresco</i> .....	36
<b>Tabla 4.</b> <i>Partida arancelaria del camote fresco</i> .....	37
<b>Tabla 5.</b> <i>Exportación de camote</i> .....	40
<b>Tabla 6.</b> <i>Camotes frescos o deshidratados</i> .....	41
<b>Tabla 7.</b> <i>Camotes congelados</i> .....	41
<b>Tabla 8</b> <i>Datos de empresas importadoras de camote Estados Unidos.</i> .....	46
<b>Tabla 9.</b> <i>¿Cuál es la edad que tiene actualmente?</i> .....	58
<b>Tabla 10.</b> <i>¿Tiempo que lleva dedicado a la actividad agrícola?</i> .....	59
<b>Tabla 11.</b> <i>¿Número de hectáreas que posee?</i> .....	60
<b>Tabla 12.</b> <i>¿Cuántas hectáreas sembradas tiene de camote?</i> .....	61
<b>Tabla 13.</b> <i>¿Usted cree que para la exportación las certificaciones son necesarias?</i> .....	62
<b>Tabla 14.</b> <i>¿Utiliza maquinaria en la producción de camote?</i> .....	63
<b>Tabla 15.</b> <i>¿Cuál es el costo aproximado de producción de camote por kilo?</i> .....	64
<b>Tabla 16.</b> <i>¿Cuál es su rendimiento por hectárea cada campaña que produce camote?</i> .....	65
<b>Tabla 17.</b> <i>¿Utiliza algún tipo de pesticida para producción de camote?</i> .....	66
<b>Tabla 18.</b> <i>¿Conoce usted los pesticidas permitidos y no permitidos?</i> .....	67
<b>Tabla 19.</b> <i>Conoce usted ¿cuáles son los niveles de pesticidas permitidos?</i> .....	68
<b>Tabla 20.</b> <i>¿Qué cultivos poseen?</i> .....	69
<b>Tabla 21.</b> <i>¿Ha recibido capacitación o asistencia técnica para la mejora de su cultivo e información técnica para la mejora de sus equipos en los últimos años?</i> .....	70
<b>Tabla 22.</b> <i>¿Quiénes son los que comercializan el camote?</i> .....	71
<b>Tabla 23</b> <i>Entrevista a empresa Del Ande para el mundo. Lizárraga Guthertz José Antonio</i> .....	72
<b>Tabla 24.</b> <i>Datos de empresa importadora</i> .....	75
<b>Tabla 25.</b> <i>¿Actualmente, que variedad de camote importa?</i> .....	75
<b>Tabla 26.</b> <i>¿Qué cantidad, aproximada, del producto estaría interesado en importar por año?</i> .....	76
<b>Tabla 27.</b> <i>¿Estaría interesado en importar camote de Perú?</i> .....	77
<b>Tabla 28.</b> <i>¿Utiliza contratos de compra-venta internacional para sus operaciones de importación?</i> .....	78
<b>Tabla 29.</b> <i>¿Cuál es el término de comercio internacional INCOTERM que utiliza en sus importaciones?</i> ...	79
<b>Tabla 30.</b> <i>¿Cuáles son las formas de pago que comúnmente utiliza en sus negociaciones internacionales?</i> 80	
<b>Tabla 31.</b> <i>¿A qué precio se vende este tipo de producto al consumidor en su país?</i> .....	81
<b>Tabla 32.</b> <i>¿Qué tipo de transporte prefiere para la importación de camote?</i> .....	82
<b>Tabla 33.</b> <i>¿Le gustaría que nuestra empresa le venda el camote peruano?</i> .....	83
<b>Tabla 34.</b> <i>Factores económicos de Estados Unidos</i> .....	91
<b>Tabla 35.</b> <i>Actividades económicas</i> .....	93
<b>Tabla 36.</b> <i>Principales empresas exportadoras de camote</i> .....	93
<b>Tabla 37.</b> <i>Precio de camote en chacra</i> .....	94
<b>Tabla 38.</b> <i>Lambayeque: Producción de camote (t) según distritos</i> .....	95
<b>Tabla 39.</b> <i>Camote por región según variables productivas, julio 2015-2016</i> .....	96
<b>Tabla 40.</b> <i>Producción a nivel nacional de camote</i> .....	99
<b>Tabla 41.</b> <i>Rendimiento de camote por hectárea a nivel nacional</i> .....	101
<b>Tabla 42.</b> <i>Precio pagado al productor por kg</i> .....	102
<b>Tabla 43.</b> <i>Camote Intenciones de Siembra Campaña 2015-2016</i> .....	103
<b>Tabla 44.</b> <i>Camote Intenciones de Siembra Campaña 2015-2016</i> .....	104
<b>Tabla 45.</b> <i>Variables para seleccionar mercado objetivo</i> .....	107
<b>Tabla 46.</b> <i>Segmentación de mercado</i> .....	108
<b>Tabla 47.</b> <i>Valor unitario promedio anual de camote de los países en estudio (\$ kg)</i> .....	109
<b>Tabla 48.</b> <i>Valor unitario de exportaciones de camote peruano</i> .....	109



<b>Tabla 49.</b> <i>Variables de los 4 países seleccionados</i> .....	110
<b>Tabla 50.</b> <i>Resultados de la macrosegmentación</i> .....	111
<b>Tabla 51.</b> <i>Análisis PEST de Estados Unidos</i> .....	113
<b>Tabla 52.</b> <i>Productos sustitutos del camote</i> .....	115
<b>Tabla 53.</b> <i>Análisis FODA</i> .....	117
<b>Tabla 54.</b> <i>Ficha Técnica</i> .....	120
<b>Tabla 55.</b> <i>Características técnicas</i> .....	120
<b>Tabla 56.</b> <i>Calibres aceptados actualmente por los exportadores</i> .....	121
<b>Tabla 57.</b> <i>Precio de camote empresas competidoras</i> .....	122
<b>Tabla 58.</b> <i>Clientes para la compra de camote fresco</i> .....	122
<b>Tabla 59.</b> <i>Ferias Internacionales</i> .....	125
<b>Tabla 60</b> .....	139
<b>Tabla 61.</b> <i>Supuestos para exportación año 2017</i> .....	140
<b>Tabla 62.</b> <i>Supuestos para exportación año 2018</i> .....	140
<b>Tabla 63.</b> <i>Supuestos para exportación año 2019</i> .....	140
<b>Tabla 64.</b> <i>Supuestos para exportación año 2017</i> .....	141
<b>Tabla 65.</b> <i>Supuestos para exportación año 2018</i> .....	141
<b>Tabla 66.</b> <i>Supuestos para exportación año 2019</i> .....	142
<b>Tabla 67.</b> <i>Cultivo de camote fresco (inversión en activos fijos)</i> .....	143
<b>Tabla 68.</b> <i>Cultivo de camote fresco (inversión en activos fijos)</i> .....	144
<b>Tabla 69.</b> <i>Flujo de inversión en activos fijos</i> .....	145
<b>Tabla 70.</b> <i>Calculo de la depreciación anual-activa fija inicial</i> .....	146
<b>Tabla 71.</b> <i>Flujo de depreciación anual total</i> .....	146
<b>Tabla 72.</b> <i>Costo de acopio del camote</i> .....	147
<b>Tabla 73.</b> <i>Costo de acopio del camote</i> .....	147
<b>Tabla 74.</b> <i>Costo de acopio del camote</i> .....	148
<b>Tabla 75.</b> <i>Costos indirectos, costo de personal</i> .....	149
<b>Tabla 76.</b> <i>Datos de costos de personal</i> .....	150
<b>Tabla 77.</b> <i>Útiles de oficina</i> .....	150
<b>Tabla 78.</b> <i>Costos de exportación de camote fresco en dólares</i> .....	150
<b>Tabla 79.</b> <i>Costos de exportación de camote fresco en dólares</i> .....	151
<b>Tabla 80.</b> <i>Costos de exportación de camote fresco en dólares</i> .....	151
<b>Tabla 81.</b> <i>Costos de exportación de camote fresco en dólares</i> .....	151
<b>Tabla 82.</b> <i>Gastos de exportación por contenedor</i> .....	152
<b>Tabla 83.</b> <i>Marketing</i> .....	152
<b>Tabla 84.</b> <i>Ingresos por ventas de exportación de camote</i> .....	153
<b>Tabla 85.</b> <i>Ingresos por ventas de exportación de camote</i> .....	153
<b>Tabla 86.</b> <i>Ingresos por ventas de exportación de camote</i> .....	154
<b>Tabla 87.</b> <i>Flujo de caja económico y financiero</i> .....	155
<b>Tabla 88.</b> <i>Flujo de caja económico y financiero</i> .....	156
<b>Tabla 89.</b> <i>Flujo de caja económico y financiero</i> .....	156
<b>Tabla 90.</b> <i>Flujo de caja económico y financiero</i> .....	157
<b>Tabla 91.</b> <i>Préstamo bancario</i> .....	157
<b>Tabla 92.</b> <i>Flujo de la deuda</i> .....	158
<b>Tabla 93.</b> <i>Punto de equilibrio</i> .....	158
<b>Tabla 94.</b> <i>Análisis de Sensibilidad</i> .....	159

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Esquema de plan de negocios.....	29
<b>Figura 2.</b> Organigrama general del plan de negocios.....	32
<b>Figura 3.</b> Resultado estadístico de agricultores.....	58
<b>Figura 4.</b> Resultado estadístico .....	59
<b>Figura 5.</b> Resultado de agricultores en Lambayeque .....	60
<b>Figura 6.</b> Resultado estadístico de datos de agricultores.....	61
<b>Figura 7.</b> Resultado estadístico de datos de agricultores.....	62
<b>Figura 8.</b> Resultado estadístico de datos de agricultores.....	63
<b>Figura 9.</b> En el resultado estadístico de agricultores costo .....	62
<b>Figura 10.</b> Resultado de rendimiento por Ha de camote.....	65
<b>Figura 11.</b> Pesticidas para la producción de camote.....	66
<b>Figura 12.</b> Conocimientos de pesticidas de los agricultores.....	67
<b>Figura 13.</b> Pesticidas permitidos para el camote.....	68
<b>Figura 14.</b> Diversidad de producción de los agricultores.....	69
<b>Figura 15.</b> Capacitación o asistencia técnica para la mejora de su cultivo.....	70
<b>Figura 16.</b> Datos de ventas de camote en el mercado local.....	71
<b>Figura 17.</b> Variedad de importaciones.....	75
<b>Figura 18.</b> Interés de importar por año.....	76
<b>Figura 19.</b> Interés de importar del Perú.....	77
<b>Figura 20.</b> Datos acerca de la compra y venta.....	78
<b>Figura 21.</b> Datos de términos de Incoterms utilizados.....	79
<b>Figura 22.</b> Dato de medio de pago.....	80
<b>Figura 23.</b> Conocimientos de la venta del camote.....	81
<b>Figura 24.</b> Preferencia de transporte internacional.....	82
<b>Figura 25.</b> Datos sobre ventas del producto a la empresa importadora.....	83
<b>Figura 26.</b> Flujograma en la logística para el plan de negocios.....	89
<b>Figura 27.</b> Precio promedio por chacra del año 2015 .....	95
<b>Figura 28.</b> Ha cosechadas de camote Perú 2015.....	98
<b>Figura 29.</b> Ha cosechadas de camote Perú 2016.....	98
<b>Figura 30.</b> Producciones TM de camote de las Regiones de Perú.....	100
<b>Figura 31.</b> La producción en toneladas a nivel nacional del año 2016.....	101
<b>Figura 32.</b> Intenciones de siembra de los distritos de la provincia de Chiclayo.....	106
<b>Figura 33.</b> Intenciones de siembra de los distritos de la provincia de Ferreñafe.....	107
<b>Figura 34.</b> Intenciones de siembra de los distritos de la provincia de Lambayeque.....	107
<b>Figura 35.</b> Facebook oficial de la Empresa.....	124
<b>Figura 36.</b> Pagina web de la Empresa.....	124

<b>Figura 37.</b> Pagina web de la Empresa.....	125
<b>Figura 38.</b> Pagina web de la Empresa.....	125
<b>Figura 39.</b> Pagina web de la Empresa.....	126
<b>Figura 40.</b> Flujo documentario de exportación.....	128
<b>Figura 41.</b> Diseño de la estructura y el plan de recursos humanos.....	133
<b>Figura 42.</b> Entrevista a representante de empresa importador.....	173
<b>Figura 43.</b> Entrevista dirigida al empresario.....	173
<b>Figura 44.</b> Encuestas a productora de camote.....	174
<b>Figura 45.</b> Encuestas a productores de camote.....	174
<b>Figura 46.</b> Encuesta con agricultores de camote.....	175
<b>Figura 47.</b> Encuestas a otros productores de camote.....	175
<b>Figura 48.</b> Encuestas a productores de camote.....	176
<b>Figura 49.</b> El camote, con el productor de camote.....	176
<b>Figura 50.</b> Camote.....	177
<b>Figura 51.</b> Encuestas a productores de camote.....	177
<b>Figura 52.</b> Encuestas a productores de camote.....	178
<b>Figura 53.</b> Encuesta a empresas importadoras.....	178
<b>Figura 54.</b> Encuesta a empresas importadoras.....	179

## RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo demostrar de qué manera un plan de negocios de camote fresco permite la exportación hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C. Lambayeque 2016.

De acuerdo al diagnóstico situacional en el año 2015, los productores obtienen una gran producción de camote de 1512 TM y muchas veces no obtienen ganancias generadas por la producción del camote, el plan de negocio obtiene factibilidad en cuestión económica financiera, con una VAN económico de S/ 87,831.98 y financiero de S/ 40,641.64, con un TIR económico del 48% y financiero del 41%, las importaciones de camote de Estados Unidos de camote fresco del Perú son muy altas con altos rangos de crecimiento obteniendo un 46.88% de participación 2015, los indicadores económicos y financieros del plan indican que el negocio es viable, y con aporte propio de la empresa exportadora ALYO EXPORT S.A.C el cual se financiara con S/ 233,196 Soles que es el 82% propio, y con S/ 50,000 que es un 18% por una entidad financiera.

La investigación está enmarcada en un modelo cuantitativo, por tanto, examinaremos los datos de forma numérica, así mismo es un proyecto factible y orientado hacia una investigación descriptiva, Descriptiva; ya que se encargará de describir la situación actual sobre las deficiencias y restricciones del sector, como también el reconocimiento de los factores de éxito para la disposición de realizar un plan de negocios en el departamento de Lambayeque.

El plan de negocio para la exportación de camote fresco hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C. Lambayeque 2016, demostró ser viable, siendo su Valor Actual Neto y su Tasa Interna de Retorno positiva.

**Palabras claves:** Plan de negocio, Exportación, Camote, Estados Unidos.

## ABSTRAC

Objetive of this research was to demonstrate how to fresh sweet potato business plan allows you to export to the United States from the Company EXPORT S.A.C Lambayeque 2016 ALYO.

According to the diagnostic situational in the year 2015, producers obtained a great production of sweet potato of 1512 TM and many times not obtained profits generated by the production of the sweet potato, the plan of business gets feasibility financial, with economic questions in a VAN economic of S/ 87,831.98 and financial of S/ 40,641.64, with a TIR of the 48% economic and financial of the 41% the imports of sweet potato of United States of sweet potato fresh of the Peru are very high with high ranges of growth getting a 46.88% of participation 2015, them indicators economic and financial of the plan indicate that the business is viable, and with contribution of the Company own exporting ALYO EXPORT S.A.C which is Finance with S/ 233,196 that is the 82% own, and with S/ 50,000 that is a 18% by an financial.

The research is framed in a quantitative model, therefore, will examine the data numerically, is also a projet feasible and oriented towards a descriptive research, descriptive; Since it is responsible for describing the current situation on the shortcomings and constraints of the sector, as also the recognition of the success factors for the provision of businnes plan in the Department of Lambayeque.

The business plan for the export of fresh sweet potatoes to the United States from the Company EXPORT S.A.C Lambayeque 2016 ALYO, proved to be viable, ints net present value and internal rate of return to be positive.

**Words Key:** Plan of business, export, sweet potato, United States.

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada Plan de Negocios para la Exportación de Camote fresco hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C. Lambayeque 2016., ha sido desarrollada sobre la base de documentación descriptiva.

Un plan de negocio dedicado al acopio de camote que se dedique a la compra y futura exportación del producto propiamente dicho, por lo cual se ve conveniente la creación de la empresa ALYO EXPORTAS.A.C que su objetivo principal es la exportación del camote teniendo como principal mercado objetivo los Estados Unidos.

El Capítulo I nos dice la realidad problemática a nivel internacional, nivel nacional y a nivel local, la enunciación del problema, la delimitación de la investigación, justificación e importancia, las limitaciones de la investigación y los objetivos que se pretenden alcanzar.

El Capítulo II muestra los antecedentes de la investigación que se ha elaborado tanto a nivel internacional, nacional y local; el estado de arte; las bases teóricas y científicas de cada una de las variable dependiente e independiente; y además la definición de términos básicos que se deben considerar en la investigación.

El Capítulo III contiene el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra, la hipótesis, las variables además de su operacionalización, el abordaje metodológico, técnicas e instrumentos que se usaron para la recolección de datos, el plan de análisis estadístico, los criterios éticos y los criterios de rigor científico.

El capítulo IV muestra el análisis e interpretación de cada uno de los resultados en tablas que nos permiten una mejor comprensión.

El capítulo V contiene el título de la propuesta, plan de negocio para la exportación basado en Karen Weinberger Villarán, además de la evaluación financiera.

En el capítulo VI muestra las conclusiones que se llegaron, además se traza algunas recomendaciones.

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**



## **1.1. Situación problemática**

El cultivo del camote en temporadas locales concentra una sobreproducción entre los meses de octubre, noviembre y diciembre dándole un precio por debajo de lo beneficioso para los agricultores locales y saturando un mercado, que si bien es cierto, lo consume de 0.20 a 0.50 kg, pero la producción sobrepasa el consumo disminuyéndole el precio de venta, y que para poder disminuir ese problema vimos necesario la creación de una nueva empresa que se encargara de exportar camote fresco llamada ALYO EXPORT S.A.C. para la exportación hacia un mercado que requiere del producto como lo es Estados Unidos.

### **1.1.1. Internacional**

Según Centro Internacional de la Papa, (2017) “El camote tiene una larga historia utilizado como sostén de vidas. Los japoneses lo hicieron uso del camote cuándo un tifón arrasó con sus campos de arroz. Salvó a millones del hambre en la plaga que abordó China a comienzos de los años 60 y fue el cultivo de rescate en Uganda en los 90, cuando un virus asoló los cultivos de yuca. El camote es el número 5 en respecto con a cultivo en cuanto a valor de la producción en el Tercer Mundo y es sembrado en más países del Tercer Mundo que cualquier otro cultivo de raíces. Para 40 países en el mundo compone uno de sus cinco cultivos alimenticios más importantes”.

Según Red por un America Latina sin Transgenicos, (2017) Hoy en día es muy producido en China y otros países del Asia, y en África. En la actualidad, se cultiva en 82 países. Es el número 7 en lo que respecta a cultivo alimenticio más significativo del mundo en cláusulas de producción. China es el primer fabricante, con más de 121 millones de TM (el 92% de la fabricación global total), y una utilidad de 17 TM por hectárea. En América Latina, subrayan en fabricación Brasil, Argentina, Perú, Cuba y Haití. En Cuba es apreciado un cultivo de primitiva necesidad.

Según el Centro Internacional de la Papa, (2017) en su página web oficial nos dice que, anualmente se originan más de 105 millones de TM en el mundo, más del 95 % de esta cantidad en los países en progreso. El camote es asimismo una valiosa fuente de vitaminas B, C y E y contiene niveles moderados de hierro y zinc. En Estados Unidos, los nutricionistas están examinando las propiedades potenciales de prevenir el cáncer que tendrían las antocianinas, que están asistentes en el camote de pulpa morada.

### **1.1.2.Nacional**

Según Ministerio de Agricultura, (2017). En el año 2015-2016 la producción de camote es de 288,164 Toneladas en el Perú, como también 16,356 de Hectáreas cosechadas en el territorio del Perú.

Soto, (2014) nos dice que ante la creciente competencia derivada de la globalización, los modelos asociativos han nacido como un mecanismo de apoyo entre los pequeños productores agrícolas para poder enfrentar nuevos retos y responder a las exigencias del mundo globalizado, en nuestro país estos modelos no es algo común, debido a las experiencias negativas en el pasado. Además acontecen en menor frecuencia y son mínimos debido a las insuficiencias y limitaciones del fragmento como son; la falla de indagación, aprendizaje y auxilio técnico y administrativa, falla de cabida industrial, estandarización y reglas de los modeladores de elaboración de patrimonios bancarios, caros precios de alteración, bajo horizonte de contratación, falla de tecnología para optimar la aptitud y homogenizar sus géneros, suspicacia entre los fabricantes agrarios, falta de impulso y colaboración; así mismo afrontan dificultades en administración de haciendas hídricos, ejercicios fitosanitarias no iguales, pequeñas aéreas legalizadas, falta de riego tecnificado, falta de averiguación y otras más. Los valles costeros de Ancash, cultivan aproximadamente 1,500 hectáreas que contribuyen al mercado capitalino 24 mil TM. Anuales. En cambio, los valles costeros de los departamentos de Lambayeque y la Libertad registran una superficie de siembra de 2,300 ha, las cuales aportan 25 mil TM al mercado regional del norte. En los valles de Ica y

Arequipa cultivan 1000 ha, las cuales producen 16 mil TM. Informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática.

### **1.1.3.Local**

Según El Ministerio de Agricultura (2015). Nos dice que el precio promedio al año sufre una variación notable en los cuatro últimos meses del año llegando a tener un precio de 0.54 céntimo el Kilogramo por una sobreproducción elevada de 15 426 Kilogramos por hectárea que teniendo en cuenta que el año 2015 tuvo una producción de 4308 hectáreas en el mercado local teniendo a el distrito de Monsefú como uno de los mayores productores de camote local seguido por el distrito de Réque, llegando tener al año en un porcentaje de variación de precio por kilogramo una variación del-10.4% del año 2015 al 2016 siendo el que menor precio pagado al productor por kilogramo tiene.

## **1.2. Formulación del problema.**

¿De qué manera un plan de negocios permite la exportación de camote fresco hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C. Lambayeque 2016?

## **1.3. Justificación e importancia**

### **Justificación Teórica**

La presente investigación pretenderá generar conocimientos teóricos desde cómo generar una idea de negocio, como llevarlo a cabo y cuáles serán los costos hasta cuales son los pasos para llegar al mercado específico los cuales serán difundidos con los resultados de este plan de negocio en la región Lambayeque del camote fresco para la exportación a Estados Unidos.

### **Justificación Metodológica**

Asimismo, a partir el lugar de panorama metodológico plantearemos una estrategia que sustenta la creación de este plan de negocio aprovechando la masiva producción del camote y la búsqueda de un mercado nuevo que va desde la producción de camote fresco por parte de los productores de Lambayeque hasta la exportación de su producción por parte de nuestra empresa.

## **Justificación Práctica**

Desde el punto de vista práctico se pretende proponer un plan de exportación para que podamos trabajar en forma conjunta en la exportación, nuestros productos mediante el desarrollo de un esquema meramente práctico. Con la exportación de camote fresco generaremos mayores ingresos, tendremos más disponibilidad de dinero para que podamos acceder a especialidades y capacitaciones profesionales para que podamos superarnos y también poder tener una mejor calidad de vida.

## **Importancia**

El plan de servicios resulta de suma categoría para cualquier tamaño de empresa que desea poseer una aproximación detallada por medio de un plan de acción. La planeación permite el poder pensar en las oportunidades de los negocios potenciales, así como también el de las amenazas que se pudieran enfrentar. En búsqueda de oferta exportable permitirá ver nuevos horizontes de ofertas exportables por lo cual permitirá solucionar la limitación de nuevo mercados ya que el mercado actual está saturado. Corresponde indicar asimismo que el contorno de los servicios es cambiante y que por lo tanto se encomienda también el tener evaluaciones y revisiones del mismo Plan de Negocios de Exportación.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Elabora un plan de negocios de camote fresco que permita la exportación hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT SAC Lambayeque 2016.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

Realizar un diagnóstico situacional de los productores de camote para conocer el sistema de producción y comercialización.

Conocer las importaciones de Estados Unidos de camote fresco del Perú y del mundo.

Elaborar el plan financiero para la exportación de camote fresco hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C. Lambayeque 2016.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

## 2.1. Antecedentes de estudio

### Internacional

Samaniego, (2015) El objetivo de la tesis es Mediante un análisis de clientes, definir el fragmento final al que lograría el fruto, las preferencias y el perfil del cliente estableciendo el potencial asentimiento del almíbar de jícama, el rango para el importe, canal de colocación y los medios favorecidos para recibir información acerca del producto. Seguidamente, se define gracias a un artículo técnico, la maquinaria y equipo forzoso para la conveniente producción, además de diseñar el proceso productivo. Adicional, se propondrá un plan de exportación hacia Estados Unidos, a través del cual se exponen detalles del país destino como el macro y micro entorno, la logística de exportación y la osadía del precio de exportación.

*Esta tesis nos brinda un conocimiento de cómo elaborara un plan de negocio a través de análisis del sector y su entorno, además que proponen un plan de exportación a Estados Unidos, en el cual nos detalla cómo llegar al mercado norteamericano. Así también nos ayuda a conocer al cliente de Estados Unidos y saber cómo entrar al mercado para ofrecer nuestro producto*

Kitzing, (2013) El objetivo de la tesis es implementar un estudio de mercado para constituir un mercado objetivo mediante una matriz de selección que tiene como base variable como afinidad didáctica, idioma, importaciones del mercado objetivo, exportaciones nacionales, entre otras; por otro lado se establecerá cual será la tatica de distribución, impulso y favor. Asimismo se pauta el impulso de comercializaciones, causa de extracción del aceite, costos de producción, distribución organizacional, semblantes legales y financiación del proyecto. Concluyendo con que el cliente del lubricante de aguacate es amplio a nivel universal, razón por la cual se muestran apariencias propicias para el aumento de las exportaciones de este producto.

*La tesis del plan de negocio de producción y exportación de aceite de ciruela nos da a conocer como constituir una empresa plasmando un estudio de factibilidad,*

*implementando un estudio de mercado. Nos ayuda conocer al consumidor estadounidense para así poder ingresar a dicho mercado con nuestro producto y brindarles una hortaliza con muchas vitaminas y minerales.*

Guerra, (2012) El siguiente plan de negocios sobre la producción y comercialización de quinua insuflada en la ciudad de Quito es un proyecto planteado para proponer a los futuros clientes un producto de calidad y gran valor nutricional. El segmento de mercado fuerte para ingresar son mujeres desde los 21 años de edad en adelante por su tendencia actual a conservar la línea y por tomar productos naturales, por lo que el enfoque principal del producto es enseñar como cereal sano, mezclado con linazas y frutas deshidratadas, bajo en azúcares y cero colesterol. Tiene como conclusión que los futuros clientes que utilizaran quinua para la elaboración de sopas conozcan otra clase de productos como cereales.

*En esta tesis concluimos que nos ayuda en como vemos segmentan el mercado potencial y además que ven cómo pueden dar su producto de una forma específica dando a sus consumidores calidad y dándoles a conocer preparaciones alternativas que no conocen el mercado en cuestión. Y el cliente final podemos ver que no son hombres sino mujeres en una edad aproximadamente de 21 años adelante.*

## **Nacional**

Muñoz, Tello, & Castillo, (2013) El aguaymanto fresco orgánico entrara con las siguientes ventajas: Es un producto natural y orgánico, contiene beneficios nutricionales por su alto contenido de vitaminas y minerales y ayuda a prevenir dichas enfermedades analizando en el actual adeudo, vive una gran conformidad en los clientes de Estados Unidos digno a que es uno de los ascendentes importadores de mercancías orgánicas y la actual tendencia de su población por una alimentación sana y medida para poseer una mejor calidad de vida. A fin de proteger el suministro de aguaymanto para su exportación, se ha reconocido a la empresa Andean Roots, la cual cálculo con práctica en la elaboración de mercadería orgánica y conjuntamente tiene 1,085 utilizables de tierras con



certificación orgánica en Huánuco.

*Podemos apreciar en esta tesis que nos dan a conocer varios puntos de que la producción orgánica tiene una demanda en crecimiento y que gracias a eso productos como en este caso aguaymanto fresco orgánico lleva una ventaja con otros productos parecidos o suplementarios, también nos da a conocer para entrar al mercado de Estados Unidos no podemos ingresar directamente sino por intermedio de unos bróker, porque ellos ya saben la logística y los estándares de calidad que piden dicho mercado.*

Kamiya, Ridia, & Torres, (2013) Plan corporativo cuyo equitativo es desarrollar de mercadería y venta tercerizada de procedentes en plataforma a quinua para exportación. El plan complementa la comercialización de géneros de alta calidad con el propósito de brindar al comprador final de una práctica nutritiva y sana a través de sus numerosas exposiciones, la venta se ejecutará primeramente en los clientes de los Estados Unidos. Las experiencias nutritivas del cliente norteamericano han ido cambiando y la propensión por comprar comida sana y nutritiva ha ido desarrollando en los novísimos años. Por otro lado, viven almas que sufren de enfermedades de intolerancia a algún tipo de dispositivo en los alimentos y éste es el caso de almas que son intolerantes al gluten (celiacos) y que no logran ingerir comidas que derivan del maíz, trigo, centeno u otros cereales que poseen dicho mecanismo y que están centralmente de los cereales más conocidos.

*Podemos ver que en esa tesis nos ayuda a ver como productos como la quinua pueden llegar al mercado de Estados Unidos, haciendo un estudio de mercado específico ya que como nos comentan el mercado ha variado ya que ahora buscan sana y que va en crecimiento. Y también la quinua peruana se exporta a dicho mercado a granel para que así el país importador le de valor agregado o proceso a lo que el cliente requiere para el consumo final.*

Valenzuela, (2010) El siguiente proyecto de pre-factibilidad está encaminado a concretar la viabilidad productiva, técnica y económica de la elaboración y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos. Con esta

averiguación, lo que se buscó fue determinar los elementos críticos a penetrar por capítulo del estudio. A nivel internacional la elaboración orgánica ha tocado niveles de desarrollo muy apresurados, lo que ha sobrellevado a la producción de nuevas mercancías orgánicas cuya evaluación y petición en los clientes internacional, se ha aumentar de modo significativo en los últimos cinco años, a una tasa promedio de acrecentamiento cerca del 13%.

*En esta tesis podemos apreciar cómo hacer un estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que en este banano a Estados Unido en este caso nos enseña cómo llegar a ese mercado que tenemos en común.*

## **Local**

Fernández & Libaque, (2013) Podemos apreciar que en su investigación se basa en el análisis de los agricultores cafetaleros donde nos demuestra el descontento de los agricultores por los bajos ingresos que perciben por parte de las acopiadoras quienes compran su producto para las empresas exportadoras, mostrando este poco interés en el desarrollo de los agricultores. Es por esto que se realiza una indagación buscando lograr mayor beneficio en los agricultores fomentando el espíritu empresarial mediante el asociarlos para que sean ellos quienes exporten sus productos sin necesidad de intermediarios. Se recomienda, la integración de los agricultores formándose como empresa para apilar su café y poder abastecer al mercado extranjero teniendo como la primera posibilidad los Estados Unidos de América.

*En esta tesis nosotros pudimos basarnos en cómo pueden llegar al mercado en común que es Estados Unidos facilitando primero una unión para llegar a una producción prudente requerida.*

Arcila & García, (2014) La meta que quieren desarrollar proponer canales de distribución comercial que permita la exportación de Yacón al mercado americano por parte de los agricultores de la provincia de San Ignacio Cajamarca. La principal terminación de esta indagación es que, en la provincia de San Ignacio, actualmente solo se vende o comercializa al mercado local, lo

cual presenta una propuesta que permita exportar el producto al mercado americano y descubrir puertas a nuevos mercados, no solo como producto fresco sino como producto con valor agregado. Recomiendan implementar un almacén de acopio, acceden así agrupar toda la producción de los caseríos y lograr una mejor comercialización.

*En este caso esta tesis nos aportó mucho ya que pudimos ver la tesis de un producto similar en este caso Yacón y con igual referencia al mismo mercado que es Estados Unidos.*

Carmona, (2011). Nos muestra que el proyecto con cooperación de los agricultores, recomiendan iniciar un cambio en su visión empresarial y que piensan en la posibilidad de ir en contra de la tendencia negativa de la actividad agrícola en una actividad que produzca desarrollo y que ayude a aumentar el nivel de vida de toda la población. La metodología aplicada está basada en dos conceptos básicos por un lado la realidad socio económica que vive la población que depende en su mayor parte de la actividad agrícola que no ha cumplido en gran medida con ser el motor del desarrollo personal y colectivo y que nos obliga a indagar la alternativa de solución y por otro lado la voluntad de cambio expresada por los actores directos.

*En este caso en la variable que nos aportó fue en el plan de negocio, y pudimos ver generar un objetivo más regulado y proponen un cambio y habiendo una posibilidad que les genere un mejor desarrollo.*

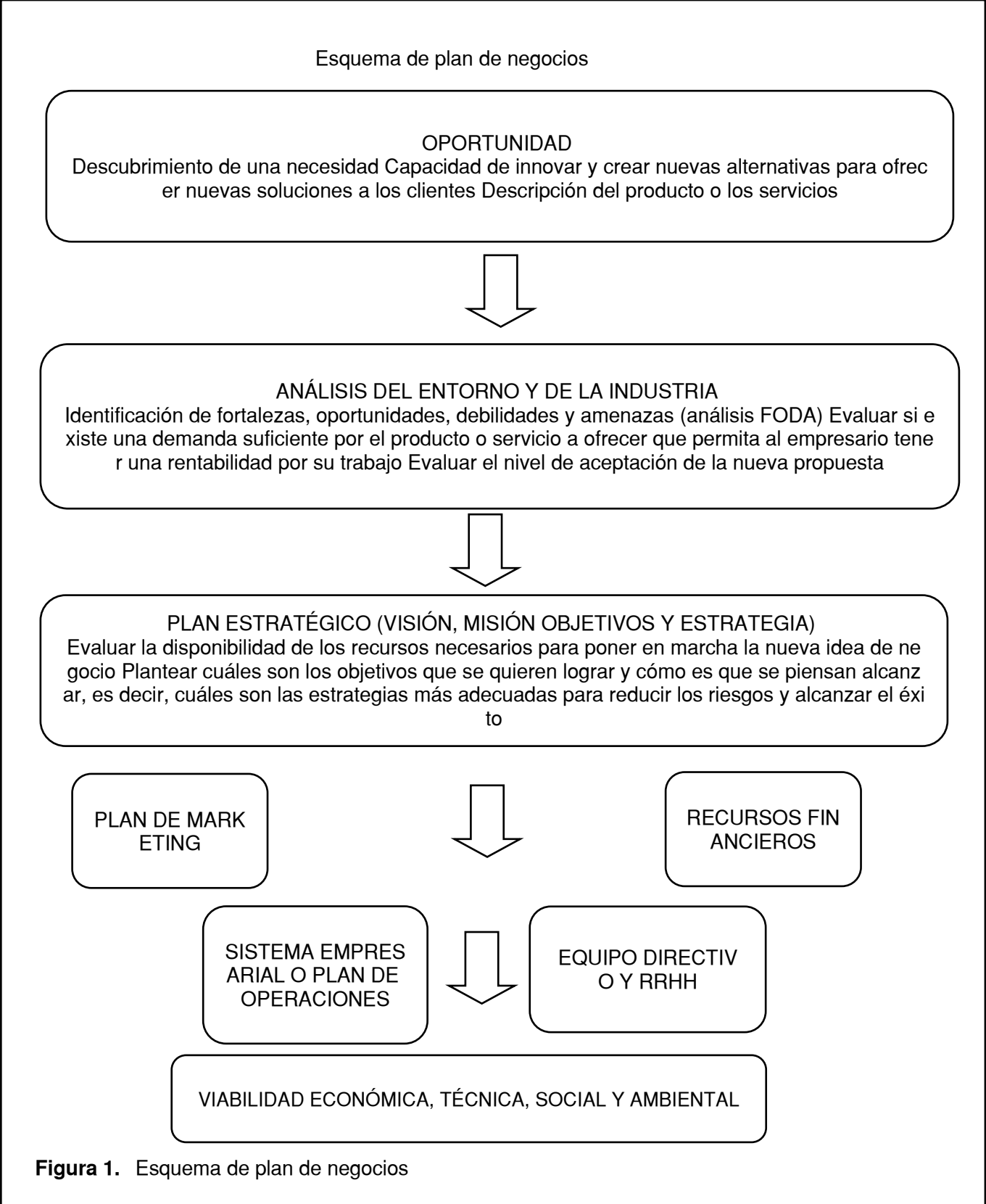
## **2.2. Bases teórico científicas**

### **2.2.1. Plan de negocios**

Weinberger (2009) Nos dice que un plan de negocio es la innovación de nuevas compañías o la innovación de módulos de servicios nuevas, es obligatorio y ventajoso extender un procedimiento de servicios que permita determinar la posibilidad de triunfo de una acontecimiento de compañía, y disminuir la inseguridad y el peligro que cualquier dinamismo no proyectada que posee.

Weinberger (2009) En él, se logrará estudiar el ambiente en la que se desenvolverá la compañía, especificar el modelo de negocio la idea elegida, construir los objetivos a donde se quiere llegar, determinar las tácticas que transportaran a la compañía al triunfo y especificar a modo que se constituyeran las ventas, técnicas de elaboración, persona, estudio economías, para que así se pueda indemnizar las insuficiencias de los compradores.

Greg, (2008) Nos expresa que un plan de negocios es una herramienta que se usara para justificar el propósito y los planes del propietario respectivamente a cada aspecto del negocio. El instrumento puede ser usado para informar los planes, tácticas y estrategias a sus inversionistas, socios administradores. Asimismo, se utiliza cuando se requiere créditos empresariales. El plan de negocios contiene tantos objetivos valiosos como tácticos, y pueden ser formal e informal.



Elaboración: propia

Fuente: Weinberger (2009)

**Tabla 1.** *Plan de negocios para nueva empresa*

---

Resumen ejecutivo
Formulación de idea de negocio
Análisis de la oportunidad
Presentación del modelo de negocio
Análisis del entorno
Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda
Planeamiento estratégico
● Análisis FODA
● Visión
● Misión
● Objetivos estratégicos
● Estrategia genérica
● Fuentes de ventajas competitivas
● Alianzas estratégicas
Plan de marketing
Plan de operaciones
Diseño de la estructura y plan de recursos humanos
Proyección de los estados financieros
Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones
Anexas

---

*Elaboración: propia*

*Fuente: Weinberger (2009)*

## **Función de un plan de negocios**

Weinberger (2009) Nos dice que el plan de negocios es un instrumento de notificación trazada que posee fundamentalmente dos cargos: una que se logra aclamar productora o interna y diferente que es acreditada como prestamista o exterior.

## **Tipos de planes de negocios**

Weinberger (2009) Nos dice que los planes de negocios valen, para enseñar las ocasiones de oficio, facilitar averiguación a los capitalistas potenciales, y también a modo de una meta a seguir la postura en camino y el desenvolvimiento de las tareas de una compañía.

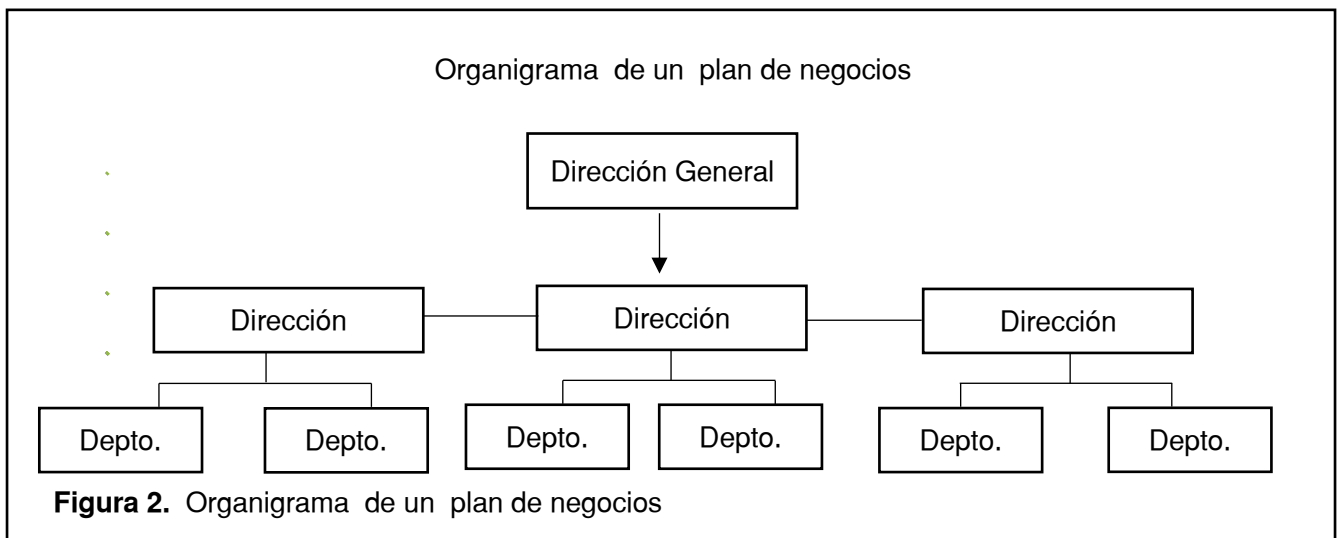
### **2.2.2. Plan de marketing**

Hoyos, (2013) Nos dice que un plan de marketing es un instrumento que corresponde los equitativos de una estructura en el mercado productivo con sus patrimonios, es indicar, es la bitácora mediante la cual la compañía establece que objetivo en cláusulas productivas que pretende lograr y que corresponde formar para lograr dichos objetivos es expresar la habilidad de marketing.

La técnica de marketing es un instrumento que admite a una compañía crear un estudio de su contexto presente para hacer conocer con seguridad sus importantes debilidades y fortalezas, al igual que las oportunidades y amenazas del ambiente.

### **2.2.3. Organización**

Franklin, (1998) organización es el trabajo o consecuencia de constituir u fundar, esto es, habilidad, pacto, disposición; a modo de porción del causa administrativo es la etapa en la que se dé en la estructura organizacional, la forma de delegar jurisdicciones, la orientación paraliza manipular los recursos humanos, la sabiduría y el negocio organizacional; como dispositivo remuneradora, una de las colocaciones una forma general encaminada hacia la obtención de términos con asiento en un método regularizado reestructurado emparentado con el ambiente.



*Elaboración: propia*

*Fuente: Franklin, (1998)*

En el organigrama podemos observar la dirección general de un plan de negocios que está compuesta por tres direcciones, cada dirección de dos departamentos y cada una está obligada a destacar su función con eficiencia, responsabilidad y puntualidad.

Franklin, (1998) Nos dice que la organización ayuda a proveer los caudales para que los directores evacuen sus lugares. Las diligencias que se planean, ejecutan e inspeccionan, requieren completar hacia que estas ocupaciones funcionarias obtienen transportar a cabo. Sin organización, los directores simplemente no lograrán practicar su puesto.

Franklin, (1998) Organizar trae por consecuencia una distribución formal que debe reflexionar como cuadro que recluye e completa las muchas ocupaciones de pacto con el piloto explícito por los cabecillas el cual propone orden, pacto natural y correlación conforme. Los lineamientos corrientes de la colocación en una compañía los provee esa distribución, la cual suministra el marco centralmente del cual la multitud puede ocuparse causada y eficiente. La distribución de clasificación es fundada seguida y adecuada por los cabecillas.



## **2.2.4. Plan de exportación**

### **Concepto**

Daniels, (2013) La exportación es el contorno más frecuente del que se valen las compañías que ataja instruir sus diligencias universales. Es expresar que las compañías que se implantan a la exportación lo crean sobre todo para aumentar sus entradas de comercializaciones, para conseguir economías de graduaciones en la elaboración y contiene que logre diferenciar sus deseos de comercialización.

### **Importancia**

Salinas, (2010) Nos dice en su artículo que: Las exportaciones son las salidas de una mercadería o asistencia a otra porción del universo superficialmente de los contornos nacionales, con el intento de ceder o mercantilizar, es expresar, con propósitos productivos.

### **Etapas**

Mondragón, (2016) Analista comercio exterior nos da a conocer las siguientes fases:

#### **Inscripción de la empresa**

Mondragón, (2016) Crear la compañía. Contar con Registro Único de Contribuyente (RUC) autorizado para expresar facturas, boletas, etc. Nota: Puede exportar como persona natural o jurídica.

#### **Realizar un estudio de mercado**

Mondragón, (2016) Desarrollar un estudio del mercado internacional para establecer oportunidades de venta hacia otros países.

### **Elaboración de una Ficha Comercial**

Mondragón, (2016) Crear un estudio de las tipologías del fruto a exportar para establecer si posee las tipologías para su mercantilización en el extranjero. Es expresar, si cuenta con acogida exportable.

### **Promoción del producto**

Mondragón, (2016) Emplear instrumentales de impulso productivo (cooperación en ferias internacionales, gestiones productivas, sitio web, etc.).

### **Contacto Comercial**

Mondragón, (2016) Mandar al permisible consumidor averiguación de la compañía y sus mercados (catalogo, ficha técnica, modelos, cotización, etc.)

### **Tramites en aduanas**

Mondragón, (2016) Otorgar a la agencia de aduana las documentaciones productivas de embarque hace que ejecute los despachos ante la SUNAT.

### **Embarque al exterior**

Mondragón, (2016) La agencia de aduanas concederá al exportador las documentaciones de embarque para que a su vez los envíe a su importador.

Nota: El transporte internacional puede ser por vía marítima, aérea y/o terrestre. Servicio post- venta.

### **Plan estratégico y plan organizacional**

Mondragón, (2016) Posee por propósito la reproducción de las diligencias de la compañía en la organización del comerciante. Para ello, la compañía debe equilibrar sus oportunidades, debilidades, fortalezas y oportunidades.

## **Estudio de mercado internacional y plan de marketing**

Mondragón, (2016) Posee por motivo la caracterización del cliente equitativo a partir del examen de los deleites y las distinciones, que consentirán fundar la influencia de comercializaciones y modos para posicionar la compañía en los servicios internacionales. Es significativo, centralmente de este ejemplar, reconocer al comprador y las reclamaciones de la mercadería, en cuanto a métodos arancelarios y para arancelarios.

## **Gestión exportadora**

Mondragón, (2016) Posee por propósito evaluar únicos los costos de exportación, los instrumentos que se involucraran en el paso de la mandato exportador y los presentadores de cotizaciones que se mercantilizará con el importador, así como las formas y contextos de entrega, con el fin de poder respaldar el transcurso de la contratación internacional.

## **Análisis financiero y plan financiero**

Mondragón, (2016) Posee por propósito calificar el ejercicio bancario de la compañía con la intención de encantar capitalistas e igualar la rentabilidad de la industria. Es de suma importancia porque inventa la influencia del flujo de caja hacia identificar la renta querida. Así similar, permitirá colocar al administrador sobre cuáles serán las necesidades de la compañía.

### **2.2.5. Producto**

CIP, (2015) En el Perú estreno sus compromisos de exploración sobre el camote en 1986, con el fin de desarrollar su uso por fines técnicos y como fruto fresco y mantiene un total de 3.096 clones de camote de 18 países Latinoamericanos y del Caribe, de los cuales el Perú tiene 2,016 variedades. En el Perú, el camote es inmensamente sonado y en varios cubiertos propios sustituye a la papa, teniendo beneficiado señaladamente la diversidad de la gastronomía peruana.

**Tabla 2.** *Ficha técnica del camote fresco*

INFORMACION BASICA	
Nombre comercial	Camote
Nombre científico	Ipomea, batata
	Nombre común:
Colombia	Boniato
Venezuela	Chaco, Batata
Argentina	Patata dulce
Perú	Camote
México	Ajes
Caribe	Mabi
Polinesia y Nueva Zelanda	Kumara
Hawái	Uala
Samoa	Amala
Japón	Satsuma-imo
USA	Sweet potato

*Elaboración: propia* *Fuente: SIICEX, (2015)*

En la tabla 2 podemos observar el nombre comercial y el nombre científico, también podemos observar como lo conocen en los países en los cuales se producen el camote.

**Tabla 3.** *Características técnicas de camote fresco*

Por 100 gr de parte comestible (para las variedades de pulpa amarilla )	
Calorías	120
Agua:	70 %
Proteínas:	1.2 %
Carbohidratos	28 %
Calcio	41 mgr
Fósforo	31 mgr

Fierro:	0.8 mgr
Caroteno	0.25 mgr
Tiamina	0.10 mgr
Riboflavina:	0.05 mgr
Niacina:	0.63 mgr

*Elaboración: Propia*

*Fuente: SIICEX, (2015)*

En la tabla 3 podemos observar las características que contiene cada 100 gramos de pulpa de camote, como es la proteína, carbohidrato entre otros. Y lo que va para el consumo humano.

**Tabla 4.** *Partida arancelaria del camote fresco*

Partida arancelaria	Descripción arancelaria
0714200000	Camotes (batatas, boniatos) frescos, refrigerados, congelados o secos

*Elaboración: Propia*

*Fuente: SIICEX, (2015)*

En la tabla 4 podemos observar la partida arancelaria con la cual el camote ya asea frescos, congelados, secos, refrigerados puede ser exportado o puede ingresar al mercado internacional

## 2.2.6. Mercado

El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, (2015) Nos dice que en el año 2014 Estados Unidos creció 2,2% con respecto a su economía y con una influencia de una tasa de incremento de 3,1% en 2015, el egreso del consumidor estará en un componente clave, brindado que tendrá más ocupaciones y tendrá una mejora con respecto a los precios de energía. La transformación en construcción es forzosa para optimizar la actividad económica en mercados metropolitanos, pero esta optimizará a medida que la economía se fortifique. Las secciones con mayor valor de exportación son agro (US\$ 1 276 millones), textil (US\$ 661 millones) y pesca (US\$ 228 millones).

## **Cultura de Negocios**

El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, (2015) Nos dice que el llegar a la hora es de mucha importancia. Si existiera la posibilidad de no alcanzar a tiempo, se debe notificar con antelación. Es transcendental que se asuma en cálculo que la vital reunión es primordial hacia facilitar imagen de formalidad, compañerismo y credibilidad de la compañía. Nos dice que el administrador norteamericano presume que el invitado habla inglés si esto no fuese así, sería beneficioso transportar un expositor. Se debe evitar conversar de cuestiones políticas, religiosos, de sexo, de razas y del aspecto de las personas.

## **Tendencias del Consumidor**

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, (2015) Nos comenta que el consumidor de Estados Unidos es una persona consumista y siempre dispuesta a probar productos nuevos y novedosos. Es demasiado riguroso a la hora de elegir, ya que procede a la investigación de inquisición que ejecuta. También, posee conocimiento del arreglado del moderado ambiente. Echar de ver muy conforme sus comisiones a modo comprador y crea uso de las leyes que lo resguardan. Un consumidor promedio dura alrededor de 20 minutos en una tienda y anda disminución de la cuarta parte de ella. El número de personas que visitan tiendas chicas está en acrecentamiento, sincero a que les crea la vida más posible.

## **Acceso al mercado**

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, (2015) Nos comenta que por ejemplo las medidas Arancelarias la United States International Trade Comisión (USITC), es la entidad que se encomienda de la divulgación oficial del Arancel Armonizado de los Estados Unidos, acreditado como Arancel Armonizado (HTSUS). Por otro lado, la Aduana Estadounidense (U.S. Customs and Border Protection (CBP), es la dirige los regímenes arancelarios y de condenar las afirmaciones de importación en el país. El promedio de los aranceles arancel normal no discriminatorio trabajado a las importaciones (NMF) recogidos por los Estados Unidos es de 3,4% en general.

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, (2015) Las Medidas No Arancelarias como por ejemplo el trámite adecuado aduanero en Estados Unidos, con respecto al tiempo es cociente en el que una mercadería puede alcanzar a ser redimido por la Aduana Americana es de un día. Es significativo tener un agente de aduana en el puerto de ingreso, que el empaque y embalaje sean los educados, y que los correctos documentos hayan sido perfeccionados y cedidos a tiempo. De acuerdo al piloto de la mercadería que se desee unir a Estados Unidos, están autorizaciones o certificaciones personales que son expresadas por la aduana y sujetos reguladores personales.

### **Oportunidades Comerciales**

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, (2015) menciona las Distinciones Derivadas de acuerdos comerciales el Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos ingresó en vigor el 1 de febrero de 2009. En 8 años de vigor, el TLC ha logrado varios favores y adelantos significativos. En 2014, cerca de 1 500 compañías consiguieron resumir comercializaciones hacia Estados Unidos por valores ascendentes a US\$ 50 mil, con un total exportado de US\$ 6 072 millones. La acogida de los productos peruanos fueron agro pesca y textil fue claramente favorecida, pues casi en su total, se redujeron las partidas arancelarias de modo automático con la vigencia del pacto firmado.

### **Intención de Siembra**

Ministerio de Agricultura, (2017) Nos dice que las intenciones para cultivar camote alcanzarían a 18,0 mil hectáreas, aumentando en 1,3 mil hectáreas (8%) en comparación con las siembras agrícolas 2014-2015. El camote se siembra durante todo el año, pero las mayores siembras se dan de junio a noviembre y de febrero a marzo, comprendiendo el 75% de las intenciones de siembra 13,4 mil hectáreas. La región Lambayeque generara 4,3 mil Hectáreas según las encuestas generadas de la intención de siembra 2015-2016.

### **Camote Perú exportación marzo 2015-2016**

Agrodata Perú, (2016) menciona que la exportación de Camote en el 2015 alcanza los U\$ 2.3 millones a un precio de U\$ 0.68 kilo promedio A USA se

exporta U\$ 979 mil (43% del total), le sigue Chile con U\$ 320 mil (14%) Lidera las ventas Prima Farms con U\$ 951 mil (41% del total), le sigue Agrícola y Ganadera.

**Tabla 5.** *Exportación de camote*

MES	2016			2015		
	<b>Fob</b>	<b>Kilos</b>	<b>Prec. Pom.</b>	<b>Fob</b>	<b>Kilos</b>	<b>Prec. Prom.</b>
Enero	104,023	337,375	0.31	203,507	246,537	0.83
Febrero	194,884	296,240	0.66	88,090	141,144	0.62
Marzo	166,628	253,992	0.66	329,202	273,909	1.20
Abril				288,000	271,288	1.06
Mayo				201,096	214,482	0.94
Junio				280,740	297,289	0.94
Julio				211,745	275,360	0.77
Agosto				126,702	268,105	0.47
Setiembre				157,472	247,578	0.64
Octubre				2,014,876	464,389	0.44
Noviembre				129,485	373,041	0.35
Diciembre				72,295	325,173	0.23
<b>Totales</b>	<b>465,535</b>	<b>887,607</b>	<b>0.52</b>	<b>2,296,650</b>	<b>3,398,295</b>	<b>0.68</b>
Promedio mes	<b>155,178</b>			<b>191,388</b>	<b>283,191</b>	
% Crecimiento anual	<b>-19%</b>	<b>4%</b>	<b>-15%</b>	<b>-49%</b>	<b>-16%</b>	<b>-45%</b>

*Elaboración: Propia*

*Fuente: Agro data Perú, (2016)*

En la tabla 5 podemos observar las exportaciones de camote del año 2015 hasta marzo del 2016, como es el valor FOB exportado, el precio por kilo aproximado y las toneladas exportadas también el crecimiento anual en porcentaje.



## Principales importadores de camote o potato en el mundo

Para el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, 2015 el camote en estado fresco o congelado es exportado principalmente a EEUU, España, Suiza, Países Bajos y Reino Unido. También se ha exportado hacia países latinoamericanos como Chile y Venezuela.

**Tabla 6.** *Camotes frescos o deshidratados*

República Dominicana	59.2%
China	23.4%
Perú	15.9%
Canadá	1.2%
Hong Kong	0.2%

*Elaboración: Propia Fuente: (Data & Business Camote-Sweet Potato, (2013)*

En la tabla 6 podemos observar los principales productores de camote deshidratado a Estados Unidos como podemos ver Perú se encuentra como un Segundo proveedor del Mercado Estadounidense.

**Tabla 7.** *Camotes congelados*

República Dominicana	25.3%
India	14.9%
Canadá	13.7%
Perú	12%
Colombia	11.7%

*Elaboración: Propia Fuente: Data & Business Camote-Sweet Potato, (2013)*

En la tabla 7 podemos observar los principales productores de camote congelado a Estados Unidos como podemos ver Perú se encuentra como un tercer proveedor del Mercado Estadounidense.

### **2.3. Definición de términos básicos**

Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo, (2015) Los motivos de exportación son: Los clientes locales no son suficientemente rentables, disminuir el peligro de vender en un solo mercado, beneficiarse de los beneficios entregados por otros países, conseguir experiencia rivalizando con empresas de otros países, deben de exportar, aquellas personas jurídicas (empresas) que se hallen apropiadamente constituidas y que logren emitir facturas(RUC).

Para la (Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo, 2015). Debemos de exportar de distinción, aquellas personas jurídicas (empresas) que se hallen justamente formadas y que logren presentar facturas (RUC). Debemos de exportar a los clientes más colindantes, clientes grandiosos o en vertiginoso desarrollo (económico, social), clientes análogos culturalmente, clientes donde la capacidad es menos provocadora, clientes cómodamente posibles.

#### **Materia prima.**

Maggio, (2009) Nos dice que es la Enjundia, dispositivo o elemento forzosa contiene lograr un beneficio, perpetuamente que ellos se hallen incorporados o comprendidos total o en parte en el beneficio final. También se entiende por elemento prima a aquellos recapitulaciones, enjundias o elementos que se realizan o entren en el asunto de manufacturación o valgan para almacenar el fruto final, tales como: detergentes, radiactivos, catalizadores, etcétera.

#### **Distribución Física Internacional.**

Méndez, (2014) nos dice que Se puede destinar: Por vía aérea, creando un instrumento gritado guía aérea (Air Way Bill – AWB), por vía marítima, creando un instrumento llamado conocimiento de embarque (Bill of Lading – B/L), por vía terrestre, creando un instrumento llamado carta porte (Way Bill – WB). – Únicos estos instrumentos legalizan que los productos han sido aceptas por el transportista.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Tipo de investigación**

La investigación está enmarcada en un modelo cualitativo; por tanto, examinaremos los datos de forma numérica, así mismo es un proyecto factible y orientado hacia una investigación descriptiva.

Sabino, (1986) Nos expresa que la indagación de tipo descriptiva trabaja sobre contextos de biografías, y sus diferencias primordiales es la de exteriorizar una elucidación educada. Para la indagación expresiva, su inquietud primordial reside en manifestar cualesquiera tipologías primordiales de conjuntos homogéneos de fenómenos, esgrimiendo criterios ordenados que consientan colocar de notorio su distribución o procedimiento.

También es de tipo descriptivo, Tamayo, (1994) Nos dice en su libro Proceso de Investigación Científica, El guía se forma cubierta terminaciones absolutas o cubierta por conjunto de individuos, conjunto o sujeto, se conduce o marcha en actual.

### **3.2. Diseño de la investigación:**

Descriptivo no experimental; Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2003) Nos dice que la investigación es realizada sin manipular premeditadamente variables. Eso nos quiere decir, que se alterna de culturas donde no hacemos alterar en escritura premeditada las inconstantes emancipados para ver su efecto sobre otras variables. Lo que realizamos en la averiguación no empírica es observar fenómenos tal a modo se proporcionan en su argumento nativo.

### 3.3. Población y muestra

#### Población

En la presente investigación la población serán los agricultores camoteros de la región Lambayeque, las empresas exportadoras de camote y los importadores de camote de Estados Unidos, productos sustitutos o agros.

La población estará conformada por 110 agricultores, 01 empresa exportadora en camote y agro, 02 empresas importadoras de camote de Estados Unidos.

#### Muestra

La muestra se obtuvo de acuerdo al procedimiento para calcular el tamaño muestra es utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

## Datos de productores de camote de la región de Lambayeque.

n=?

N=110

0,5

Z = 1.96

e=1% (0,01)

$$n = \frac{N \cdot T^2 \cdot Z^2}{(N-1) e^2 + T^2}$$

$$n = \frac{110 \cdot (0.5)^2 \cdot (1.96)^2}{(110-1) (0.09)^2 + (1.96)^2}$$

n=33

## Datos del especialista en exportación Agro.

Lizagarra Guthertz José Antonio GERENTE DEL GRUPO DE ANDE.

Para Hernández, Fernández, & Baptista, 2003 la población del especialista en plan de negocios es de 1 que sería igual a la muestra.

## Datos de empresas importadoras de camote Estados Unidos.

**Tabla 8** Datos de empresas importadoras de camote Estados Unidos.

NOMBRE DE EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	PAGINA WEB
Atlantic USA Inc	17 State St # 23, New York, NY 10004, Estados Unidos	+1 212-248- 1190	www.atlantic.com
Roland Foods, LLC	71 W 23rd St #1500, New York, NY 10010, Estados Unidos	+1 212-248- 1190	www.rolandfood. com/

Fuente: Sunat

Elaboración: propia

En la tabla 8 denotamos las primordiales empresas importadoras de camote de Estados Unidos.

Hernández, Fernández, & Baptista, 2003. La población de las empresas importadoras de camote de Estados Unidos es de 3 que sería igual a la muestra.

### **3.4. Variables**

**V. Independiente:** Plan de negocios

**V. Dependiente:** Exportación de camote a los Estados Unidos

### 3.5. Operacionalización

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<b>Plan de Negocios</b> (conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial)	<b>Idea de Negocio</b> (producto o servicio que quiero ofrecer al mercado)	Priorización de la idea de negocio	Guías de mercado
	<b>Mercado</b> (Análisis del entorno y de la industria)	Movimiento de la partida Arancelaria del camote	Análisis y Revisión Documentaria
		Países Importadores por cantidad en crecimiento del camote	Encuesta empresas importadoras
		Priorización de mercado a Estados Unidos	Encuesta Importadores
		Cantidad de exportaciones peruanas de camote a Estados Unidos	Encuesta Importadores
	Oportunidades Amenazas Fortalezas Debilidades.	Entrevistas a productores	



<p><b>Plan de Marketing</b> (herramienta básica que debemos utilizar para ser competitivas en el mercado)</p>	<p><b>Producto/Camote</b>(bien o servicio que se va a ofrecer a un mercado para su adquisición o consumo)</p>	<p>Guía de Análisis de Contenido/ Entrevista a empresas del sector / Encuesta a personas del mercado objetivo</p>
	<p><b>Precio del camote</b>(competitividad de precios por dicho producto)</p>	
	<p><b>Plaza</b>(canales de distribución de dicho producto o servicio)</p>	
	<p><b>Promoción</b>(estrategia para el público que quiera consumir y comprar el producto que ofrezcamos)</p>	
<p><b>Organización</b> (creada para lograr para lograr metas y objetivos por medio de los organismos humanos)</p>	<p><b>Nombre Legal /Comercial</b> (razón social de la empresa)</p>	<p>Guía de Análisis de Contenido/ Entrevista con especialistas</p>
<p><b>Estructura Orgánico</b> (es organizar a una empresa desde el mayor cargo hasta el menor cargo)</p>		
<p><b>Micro localización</b> (aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas)</p>		
<p><b>Unidades Físicas/Maquinarias</b> (llevar un control dentro de la empresa)</p>		

<p align="center"><b>Costos</b> (gastos económicos que representan la fabricación de un producto)</p>	<p><b>Exportador</b>(empresa que vende dicho producto o servicio)</p>	<p align="center">Guía de Análisis de Contenido</p>
	<p><b>Importador</b>(el que compra dicho producto o servicio)</p>	
	<p><b>Operador Logístico</b>(diseña los procesos de una cadena de suministros)</p>	
	<p><b>Banco</b>(institución de tipo financiero para la transacción de pago de dicho producto o servicio)</p>	
	<p><b>Seguro</b>(cubre los riesgos de transporte durante el desplazamiento de la mercancía)</p>	
<p align="center"><b>Plan Financiero</b> (expresión en cifras de lo que se espera de la empresa)</p>	<p><b>Inversión Fija</b> (recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización de dicho proyecto)</p>	<p align="center">Guía de Análisis de Contenido</p>
	<p><b>Capital de Trabajo</b>(medida de capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo)</p>	
	<p><b>Imprevistos</b>(algo que ocurre sin que lo tengas en mente)</p>	

	Participación de Financiamiento	
	<b>Presupuesto de Venta</b> (conocer la rentabilidad de la empresa y conocer los volúmenes de ventas)	
	<b>Presupuestos de Materia Prima</b> (materiales usados en dicha empresa directos e indirectos)	
	<b>Presupuesto de Gastos de Personal</b> (gastos que se pagara personal que trabajara dicha empresa)	
	<b>Presupuesto de Gastos Generales</b> (gastos por tener en funcionamiento dicha empresa)	
	<b>Costos Fijos</b> (son aquellos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa)	
	<b>Costos Variables</b> (aquel que se modifica de acuerdo a variación del volumen de producción)	
<b>Evaluación económica y financiera</b> (se basan normalmente en los análisis de los ingresos y gastos relacionados de dicho proyecto)	<b>VAN</b> (calcula el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión)	Guía de Análisis de Contenido
	<b>TIR/tasa interna de retorno</b> (es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión)	
	<b>B/C</b> (valor presente de ingresos/valor presente de egresos)	

		<b>PRK</b>	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
<b>EXPORTACIÓN DE CAMOTE</b> (envió de nuestro producto a al extranjero con fines comerciales)	<b>Medidas arancelarias</b>	<b>Leyes y tratados comerciales</b>	<b>Guía de Análisis de contenido</b>
		<b>Aranceles</b>	<b>Arancel de aduanas</b>
	<b>No medidas arancelarias</b>	<b>Indicadores de calidad del camote</b>	<b>Guía de análisis de contenido</b>
		<b>Normas técnicas</b>	<b>Ficha del producto</b>
	<b>Mercado</b>	<b>Consumo de camote en Estados Unidos. Precios de del camote en Estados Unidos Competidores del camote en Estados Unidos</b>	<b>Guía de mercado/Ficha de mercado</b>
		<b>Canales de comercialización en Estados Unidos</b>	<b>Documentación /Estadística</b>

## **3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.6.1. Métodos de investigación**

La investigación muestra método descriptivo, porque los datos generales son admitidos como válidos, para concluir por medio del razonamiento lógico, algunas suposiciones, es decir; partimos de verdades previamente establecidas como principios generales, para al instante aplicarlo al fenómeno del estudio.

Cegarra, (2004) El método deductivo radica en propalar hipótesis acerca de los potenciales resultados o soluciones al problema dado y confirman con los datos útiles si estos están de acuerdo con ellos. Es el camino racional para la búsqueda de la solución a los problemas propuestos.

### **3.6.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se utilizará técnica de encuesta para lo cual se ha hecho una lista que contiene 18 y 11 preguntas.

Se utilizará otra técnica de entrevista para lo cual se ha hecho una lista de 10 preguntas.

Acevedo & López, (1986). La entrevista es una técnica que entre muchas otras viene a satisfacer los requerimientos de interacción personal. La entrevista ha devenido en una herramienta imprescindible.

Galindo, (1998) La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales. Frecuentemente nos referimos a una encuesta como probabilística.

Validación: para validar el instrumento se tendrá en cuenta el criterio de opinión de expertos. Para lo cual se solicitará apoyo a tres profesionales especialistas para la revisión y evaluación respectiva. Posteriormente de levantar las observaciones.

Ander-Egg, (1995) La técnica reconoce a cómo crear, para lograr un fin o hechos presentados, si dificultad se emplaza a nivel de los acostumbrados o épocas habilidades, posee una escritura práctica y operativa.

Universidad de Córdoba , (2017) Nos dice que, la encuesta es una investigación metodológica de averiguación en la que el científico consulta a los investigados cubierta de las fichas que anhela conseguir, y subsiguientemente congrega estos datos particulares para lograr durante la valoración datos adheridos. La encuesta ejecuta a únicos los interrogados las propias interrogaciones, en el mismo mandato, y en un escenario análogo; de modo que las discrepancias son atribuibles a las discrepancias entre los individuos entrevistados.

Hernández, Fernández, & Baptista, (2003) Nos dice que una herramienta de recaudación de fichas es cualquier expediente de que se vale el científico para aproximar a los deformes y extirpar de ellos la indagación; es el recurso que manipula el científico para explorar investigación o filiaciones cubierta las inconstantes que tiene en imaginación. La herramienta sintetiza cualquier bordado previo de indagación, resumen las contribuciones del marco hipotético al elegir datos que incumban a los itinerarios, y por tanto a la variable o concepciones utilizadas.

### **3.7. Procedimiento para la recolección de datos**

Para el acatamiento de los objetivos antes señalados se realizará el siguiente procedimiento:

**Primera Población:** Agricultores de camote de Lambayeque.

- Fuimos a campo a visitar a los agricultores de los distritos de Lambayeque.
- Se realizó una encuesta para aplicarlas a los productores.
- Aplicamos la encuesta a los agricultores camotereros durante varios días.
- la información extraída fue realizada en plan estadísticos mediante Excel.
- La información extraída de Excel fue redactada y analizada a Word.

-Finalmente se procedió al análisis medición y comprobación de la información.

**Segunda Población:** Especialista en Exportaciones agro.

-Se contactó a al especialista por medio telefónico y páginas web.

-Se realizó una entrevista para aplicarlas al especialista.

-Se viajó a lima por una semana para aplicar la entrevista a dichas especialista.

-La información extraída fue realizada en plan estadístico mediante Excel.

-La información extraída de Excel fue redactada y analizada a Word.

-Finalmente se procedió al análisis medición y comprobación de la información.

**Tercera Población:** Empresas Importadoras de camote de Estados Unidos.

-Se contactó a las empresas por medio telefónico y páginas web.

-Se realizó una encuesta para aplicarlas a las empresas.

-Se envió las encuestas por su correo corporativo para que nos puedan responder.

-La información extraída fue realizada en plan estadístico mediante Excel.

-La información extraída de Excel fue redactada y analizada a Word.

-Finalmente se procedió al análisis medición y comprobación de la información.

### **3.8. Criterios éticos**

Hernández, 2006 menciona Para que la investigación se sustente en los principios de la ética, cuando los sujetos de estudio sean personas, se tendrá en cuenta el consentimiento previo de los mismos para participar, tomándose en cuenta todos los aspectos establecidos al respecto. Debe tenerse en cuenta en este aspecto si las políticas públicas hacen posible el desarrollo de la investigación, si es factible estudiar el fenómeno en cuestión, si se cuenta con los recursos necesarios para la misma, si los investigadores son competentes para realizar ese tipo de estudio, si es pertinente y luego el consentimiento informado de las personas implicadas en la investigación.

### **3.9. Criterios de rigor científico**

Hueso & Cascant, (2012) Como criterios de rigor científico tomaremos a la validez, fiabilidad y replicabilidad, ya que son cualidades esenciales que probaran que los resultados que se presentaron son merecedores de crédito y confianza.

Validez: La adecuada operacionalización de las preguntas de investigación, de forma que las variables que se estudian sea relevantes y abarquen todas las dimensiones que incorporan las preguntas de la investigación.

Fiabilidad: La medición ha de tener la precisión suficiente. Se relaciona con la minimización del error aleatorio y requiere de un tamaño de muestra suficiente.

Replicabilidad: La posibilidad de que se pueda repetir la investigación y que los resultados no se contradigan.



## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.**

## 4.1. Resultados en tablas y gráfico

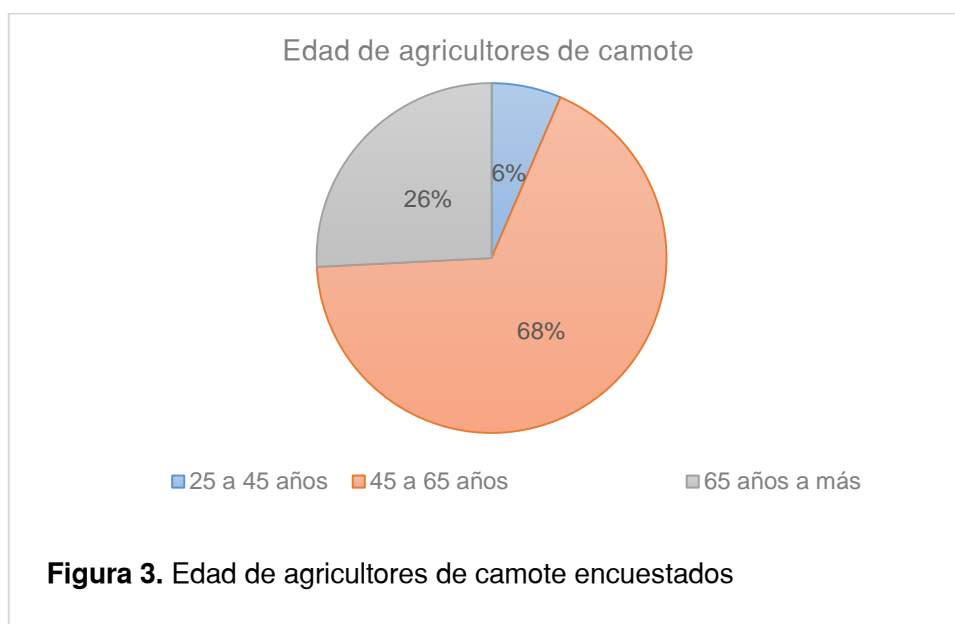
OBJETIVO ESPECIFICO 1. Realizar un diagnóstico situacional de los productores de camote para conocer el sistema de producción y comercialización.

**Tabla 9.** ¿Cuál es la edad que tiene actualmente?

	N	%
25 a 45 años	2	6%
45 a 65 años	21	68%
65 años a más	8	26%

Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.



Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

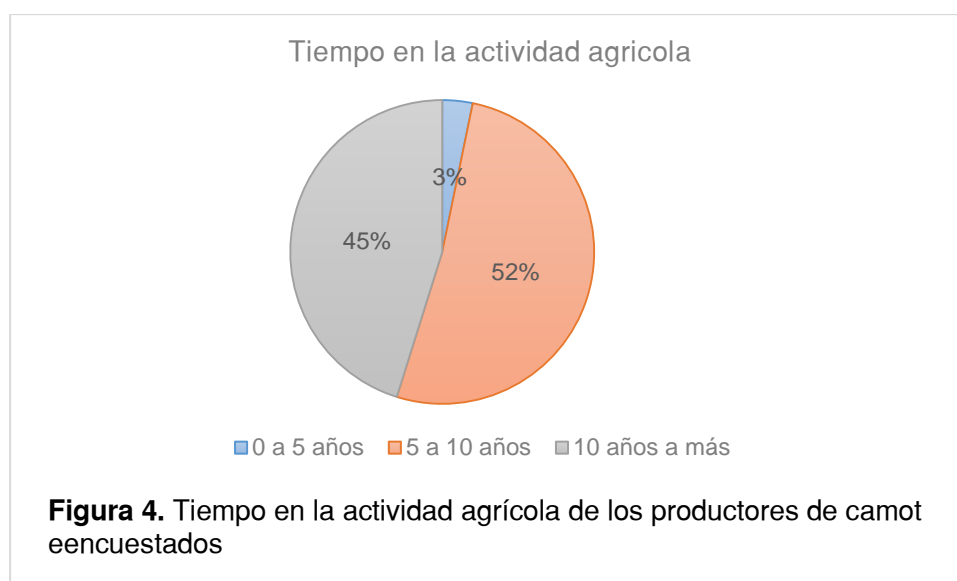
En la tabla 9 y la figura 3 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque está entre los 45 y 65 años con un 68 %, luego con un 28% a personas de 65 a más, y un 6% de agricultores de 25 a 45 años de edad.

**Tabla 10.** ¿Tiempo que lleva dedicado a la actividad agrícola?

	N	%
0 a 5 años	1	3%
5 a 10 años	16	52%
10 años a más	14	45%

Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia



Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

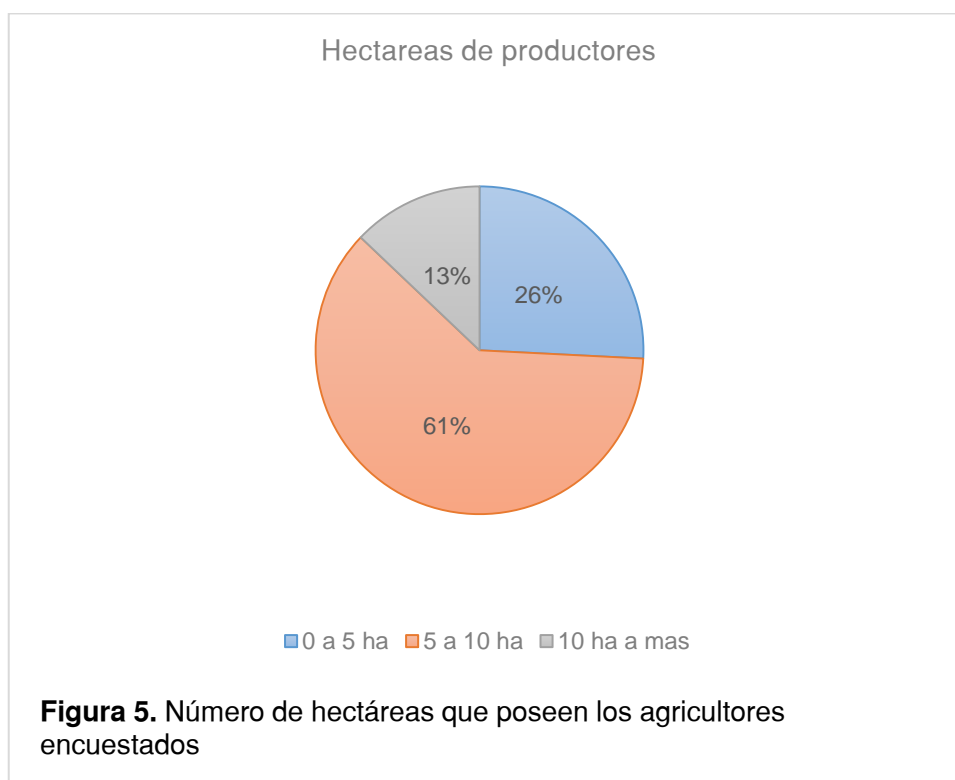
En la tabla 10 y la figura 4 podemos observar que la gran mayoría de agricultores con 52 % en Lambayeque están dedicados a la agricultura mayormente de 5 a 10 años, además a con un 45% de 10 años a más y por ultimo de 0 a 5 años con un 3%.

**Tabla 11.** ¿Número de hectáreas que posee?

	N	%
0 a 5 ha	8	26%
5 a 10 ha	19	61%
10 ha a mas	4	13%

Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia



Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

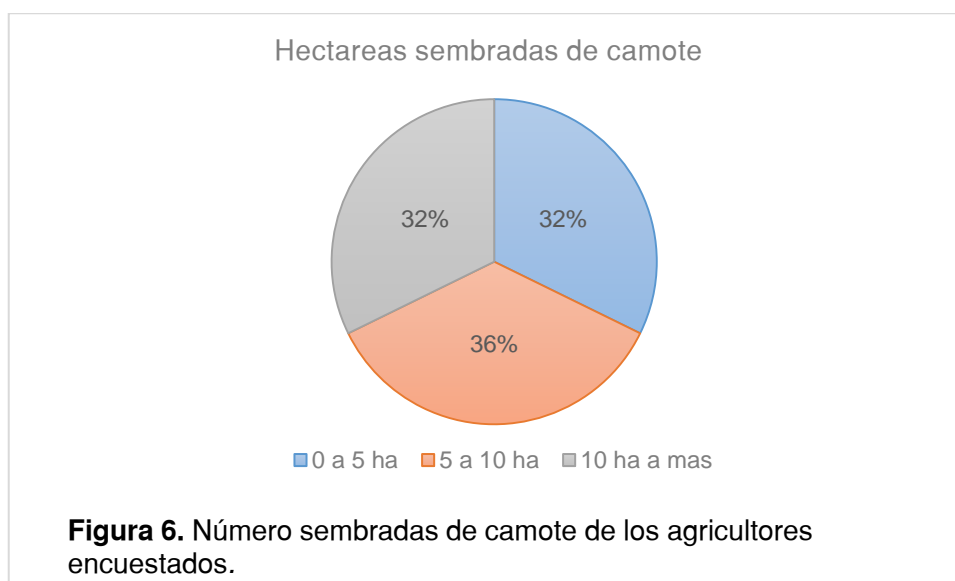
En la Tabla 11 y en la Figura 5 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque posee de 5 a 10 ha propias, además con un 26% de 0 a 5 ha, y por ultimo con un 13% de 10ha a más.

**Tabla 12.** ¿Cuántas hectáreas sembradas tiene de camote?

	N	%
0 a 5 ha	10	32%
5 a 10 ha	11	36%
10 ha a mas	10	32%

Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.



Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

En la Tabla 12 y la figura 6 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque principalmente tienen sembradas un aproximado de 5 a 10 ha, además con un 32% de 0a a5 ha y de 10 ha a más.

**Tabla 13.** *¿Usted cree que para la exportación las certificaciones son necesarias?*

	<b>N</b>	<b>%</b>
Si	7	23%
No	24	77%

*Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016*

*Elaboración: Propia.*



*Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.*

*Elaboración: Propia.*

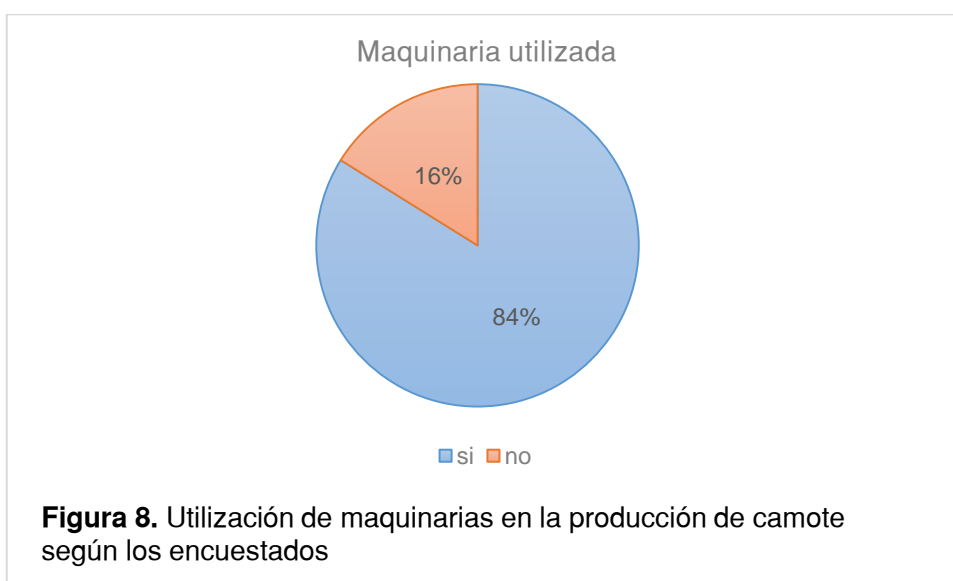
En la tabla 13 y la figura 7 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque creen que las certificaciones no son necesarias en 77%, y además con un 23% 7 personas creen que si son necesarias.

**Tabla 14.** *¿Utiliza maquinaria en la producción de camote?*

	<b>N</b>	<b>%</b>
Si	26	84%
No	5	16%

*Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.*

*Elaboración: Propia.*



*Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.*

*Elaboración: Propia.*

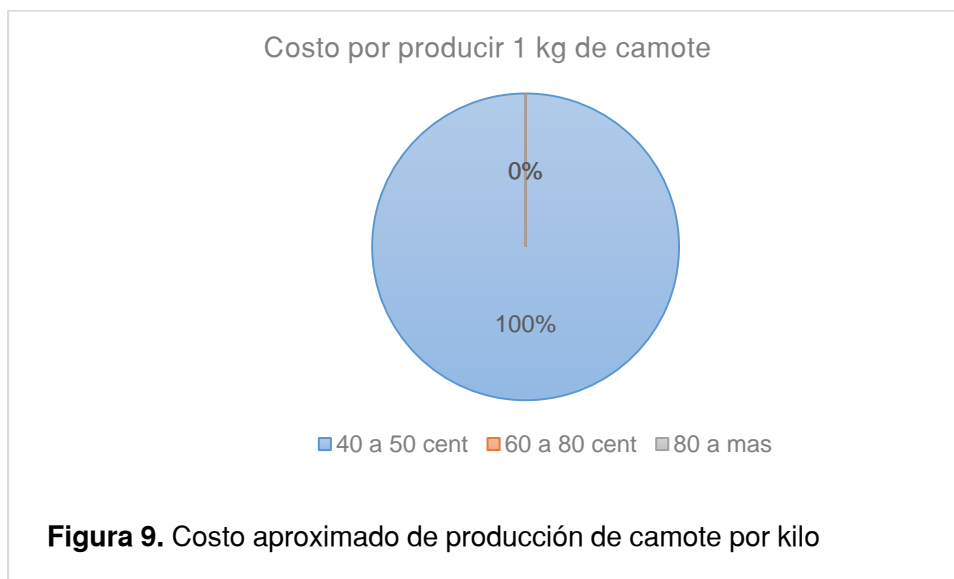
En la tabla 14 y la figura 8 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque si utilizan maquinaria en la producción de camote (alquilada y propia) con un 84% y con un 16% no utilizan.

**Tabla 15.** ¿Cuál es el costo aproximado de producción de camote por kilo?

	N	%
40 a 50 cent	31	100%
60 a 80 cent	0	0%
80 a mas	0	0%

Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia



Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

En la tabla 15 la figura 9 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque creen que el costo aproximado de 40 a 50 cent con un 100%.

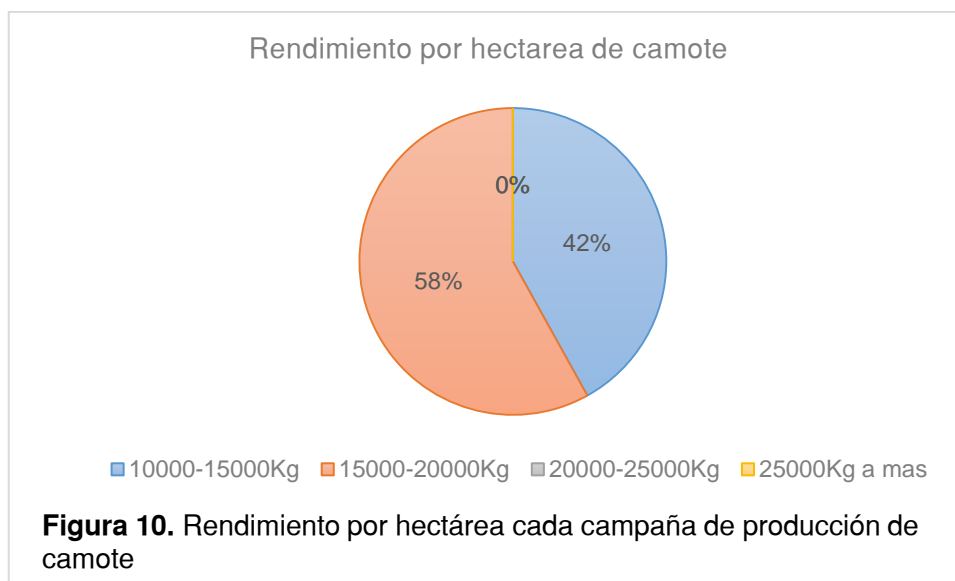


**Tabla 16.** ¿Cuál es su rendimiento por hectárea cada campaña que produce camote?

	N	%
10000-15000Kg	13	42%
15000-20000Kg	18	58%
20000-25000Kg	0	0%
25000Kg a mas	0	0%

Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.



Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

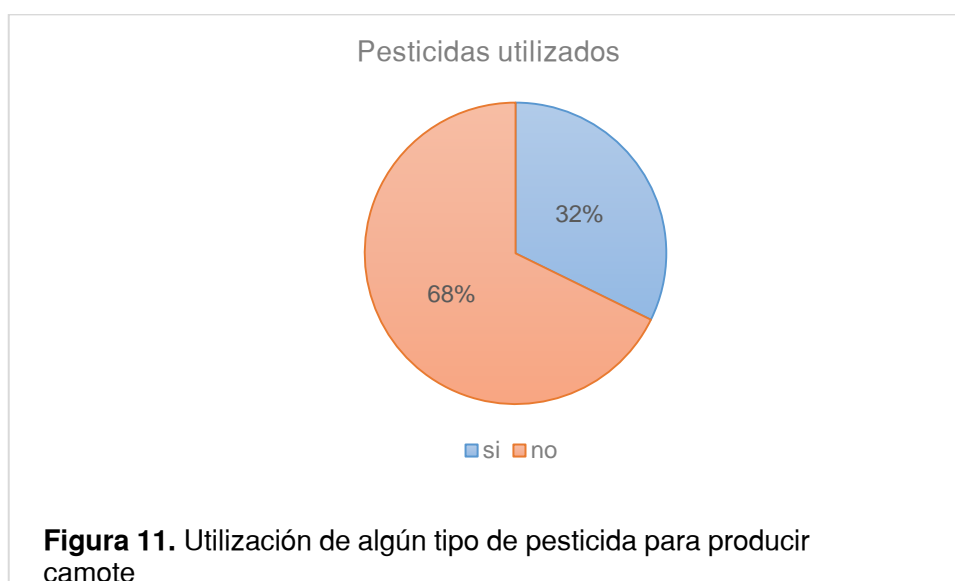
En la tabla 16 y la figura 10 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque cree que su rendimiento por hectárea cada campaña de producción es de 15000-20000 Kg con 58%, además con un 42% es de 10000-15000 Kg.

**Tabla 17.** ¿Utiliza algún tipo de pesticida para producción de camote?

	N	%
Si	10	32%
No	21	68%

Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia



Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

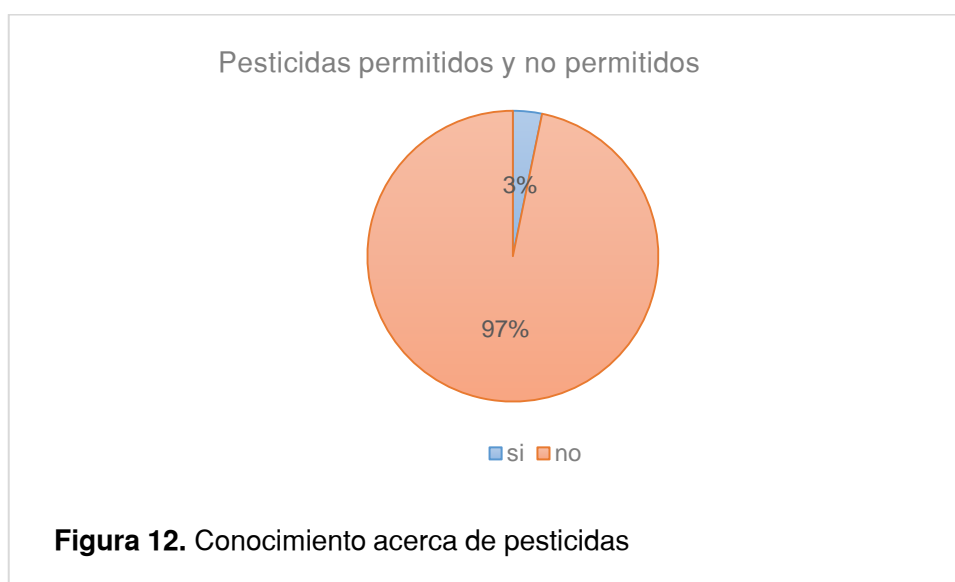
En la tabla 17 y la figura 11 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque no utilizan pesticida para la producción de camote en 68%, y además con un 32% si utilizan algún tipo de pesticida para la producción de camote.

**Tabla 18.** ¿Conoce usted los pesticidas permitidos y no permitidos?

	N	%
Si	1	3%
No	30	97%

Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia



Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

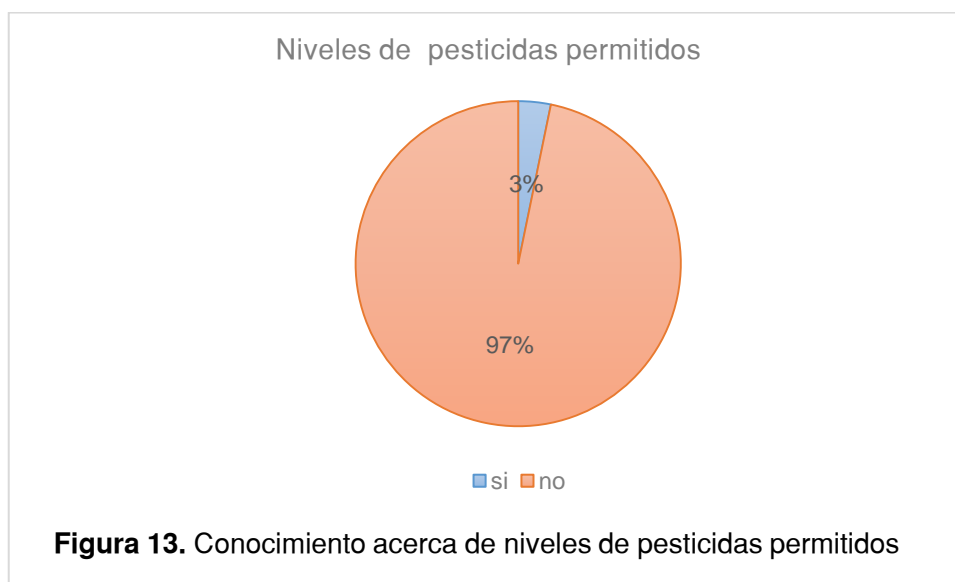
En la tabla 18 y la figura 12 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque no conoce los pesticidas permitidos en un 97%, además podemos observar con 3% conoce pesticidas permitidos y no permitidos.

**Tabla 19.** *Conoce usted ¿cuáles son los niveles de pesticidas permitidos?*

	N	%
Si	1	3%
No	30	97%

*Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.*

*Elaboración: Propia.*



*Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.*

*Elaboración: Propia.*

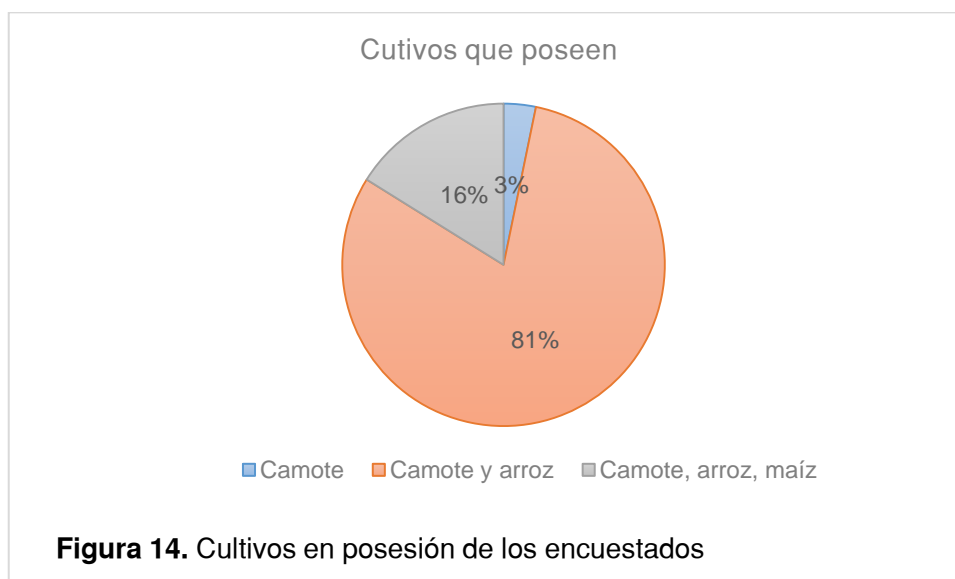
En la tabla 19 y la figura 13 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque no conocen los niveles de pesticida de camote permitidos en un 97% y un 3% se conoce los niveles de pesticidas permitidos.

**Tabla 20.** ¿Qué cultivos poseen?

	N	%
Camote	1	3%
Camote y arroz	25	81%
Camote, arroz, maíz	5	16%

Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.



**Figura 14.** Cultivos en posesión de los encuestados

Fuente: Agricultores camoteros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

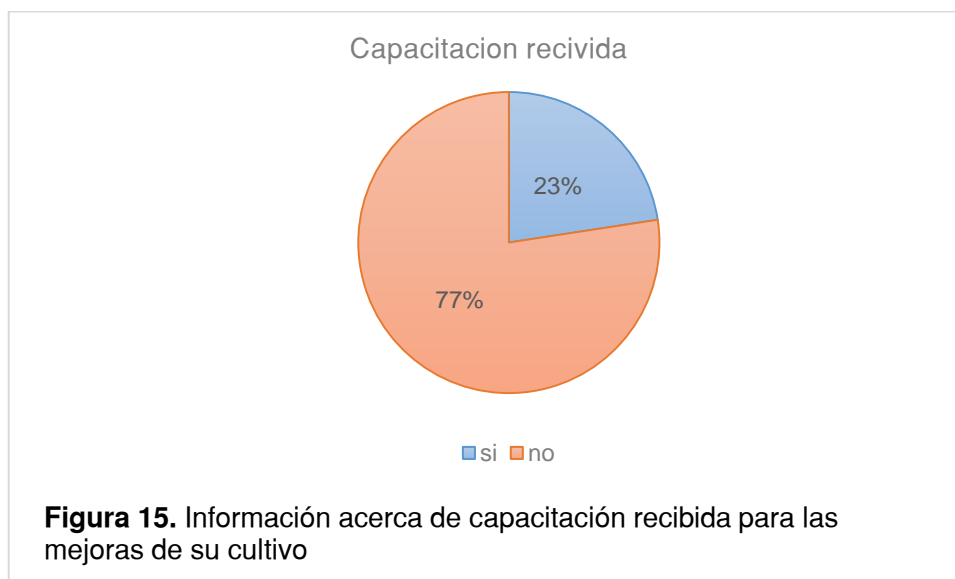
En la tabla 20 y la figura 14 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque posees cultivo de camote y arroz en un 81%, además con 16% observamos que cultivan camote, arroz y maíz, y con un 3% únicamente camote.

**Tabla 21.** ¿Ha recibido capacitación o asistencia técnica para la mejora de su cultivo e información técnica para la mejora de sus equipos en los últimos años?

	N	%
Si	7	23%
No	24	77%

Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.



Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

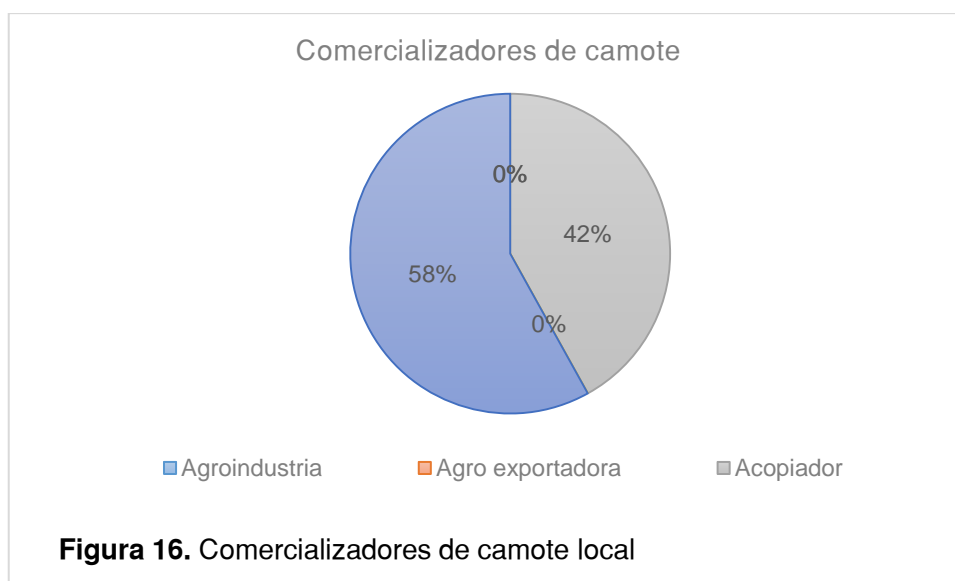
En la tabla 21 y la figura 15 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque no ha recibido capacitación o asistencia técnica para la mejora de su cultivo en un 77%, y además con un 23% si ha recibido capacitación técnica.

**Tabla 22.** ¿Quiénes son los que comercializan el camote?

	N	%
Agroindustria	0	0%
Agro exportadora	0	0%
Acopiador	13	42%
Súper mercado	0	0%
Mercado local	18	58%

Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia



Fuente: Agricultores camotereros de Lambayeque 2016.

Elaboración: Propia.

En la tabla 22 y la figura 16 podemos observar que la gran mayoría de agricultores en Lambayeque vende al mercado local en un 58% y acopiador 42%.

OBJETIVO ESPECIFICO 2 Conocer las importaciones de Estados Unidos de camote fresco del Perú y del mundo.

**Tabla 23** *Entrevista a empresa Del Ande para el mundo. Lizárraga Guthertz José Antonio*

<b>Empresa</b>	<b>Del Ande para el Mundo</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Comentarios</b>
¿Cómo se comercializa el camote en el Perú?	Bueno a nosotros nos vende un mayorista, pero sabemos que lo acopia en diferentes partes del Perú para que nos llegue a vender a nosotros.	Los camotes normalmente según el entrevistado venden de mayorista, y se llegue a vender del acopiamiento de diferentes partes del Perú.
¿Cuáles son los países importadores de camote es más sofisticada?	Estados Unidos, Chile, Francia y Reino Unido entre otros.	Los principales países importadores en el mundo, son en Norteamérica es Estados Unidos, Chile en Sudamérica, Francia y Reino Unido en Europa.
¿Qué mercado específico cree que sea el más conveniente para exportar? ¿Por qué?	Bueno para empezar podemos ingresar por Chile ya que es un país vecino y un país que compra una elevada cantidad de camote ya sea fresco o	Es relevante considerar a mercados vecinos como Chile y que compren por cantidades aceptables para la exportación del camote.



procesado.

¿Conoce usted de importadores que estén interesados en la compra de productos agrícolas frescos como el camote?	Si hay bastantes mercados internacionales que apuestan por diversos productos agrícolas por ejemplo Estados Unidos es un país que apuesta por productos como el camote y otros.	Hay conocimiento de importadores interesados dispuestos a apostar por diversos productos agrícolas.
¿Cuál es el tipo de envase adecuado para la exportación del producto?	Para freso se exporta en mallas, pero para otros como es cubos se exporta en cajas, harina en bolsas y cajas.	En relación al tipo de envases normalmente hay exportación en mallas, y además hay diferentes variedades de exportación.
¿Cuántos kg de camote por envase se coloca?	Dependiendo hay mallas de 5 kg hasta 10 kg van dentro del cartón corrugado.	Comentario: De acuerdo al entrevistado nos dice que los Kg que se colocan por envase varían entre 10 a 50 Kg.
¿Cuántas TM por contenedor se envía?	2 TM	El TM por contenedor se envía de 2 TM de acuerdo al conocimiento del entrevistado.
¿Qué tipo de contenedor se utiliza?	Reefer 40''	Generalmente el tipo de contenedor se utiliza el contenedor reefer de 40' para la exportación de camote fresco. Pero a investigaciones propias

depende mucho de la variedad de camote que se requiera exportar.

---

¿Cuáles son las variedades de camotes que se exportan?	Actualmente estamos exportando el morado y naranjado.	Las variedades de camote que generalmente se exportan en la actualidad son en morado y naranja.
¿Tiene algún calibre específico o dimensión cada unidad de camote?	No ninguno.	No tiene el conocimiento en ese momento para responder el tipo de calibre o dimensión cada unidad de camote. Pero según nuestra investigación los calibres de exportación normalmente son de 455 a 908 gramos de tamaño grande y además de tamaño mediano son de 228 a 454 gramos que son casi el 80% de requerimiento de importadores.

---

*Elaboración: Propia*

*Fuente: Entrevista*

En la tabla 23 podemos observar las preguntas, respuestas y comentarios a la empresa El Ande, en la cual generaremos datos para concluir con nuestros resultados del presente proyecto.

OBJETIVO ESPECIFICO 3. Conocer las importaciones de Estados Unidos de camote fresco del Perú y del mundo.

**Tabla 24.** *Datos de empresa importadora*

EMPRESAS IMPORTADORAS DE CAMOTE ESTADOS UNIDOS	Bc Foods
	Crops The Natural Choice

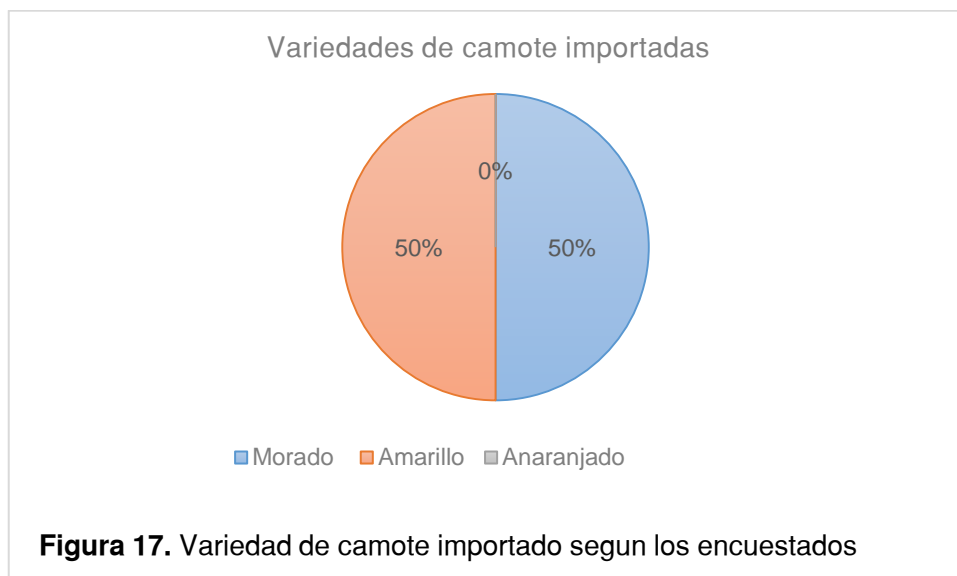
En la tabla 24 podemos identificar los datos de la empresa importadora de camote de Estados Unidos.

**Tabla 25.** *¿Actualmente, que variedad de camote importa?*

	N	%
Morado	01	50%
Amarillo	01	50%
Anaranjado	0	0%

*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos.*

*Elaboración: Propia*



**Figura 17.** Variedad de camote importado segun los encuestados

*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos.*

*Elaboración: Propia.*

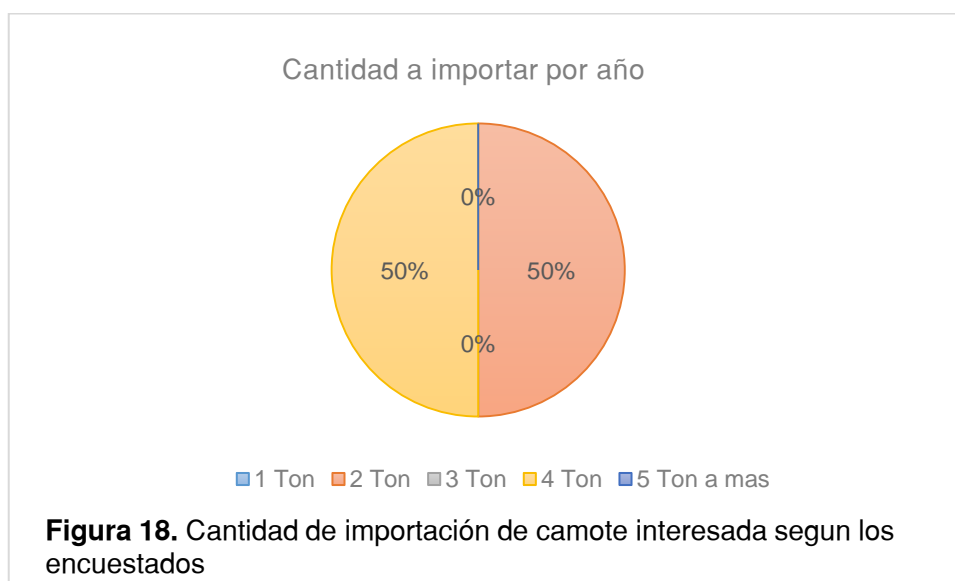
En la tabla 25 la figura 17 podemos observar que en un 50% importa la variedad de morado y con 50% igual con la variedad de amarillo.

**Tabla 26** .¿Qué cantidad, aproximada, del producto estaría interesado en importar por año?

	N	%
1 Ton	0	0%
2 Ton	1	50%
3 Ton	0	0%
4 Ton	1	50%
5 Ton a mas	0	0%

Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos.

Elaboración: Propia.



Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos.

Elaboración: Propia.

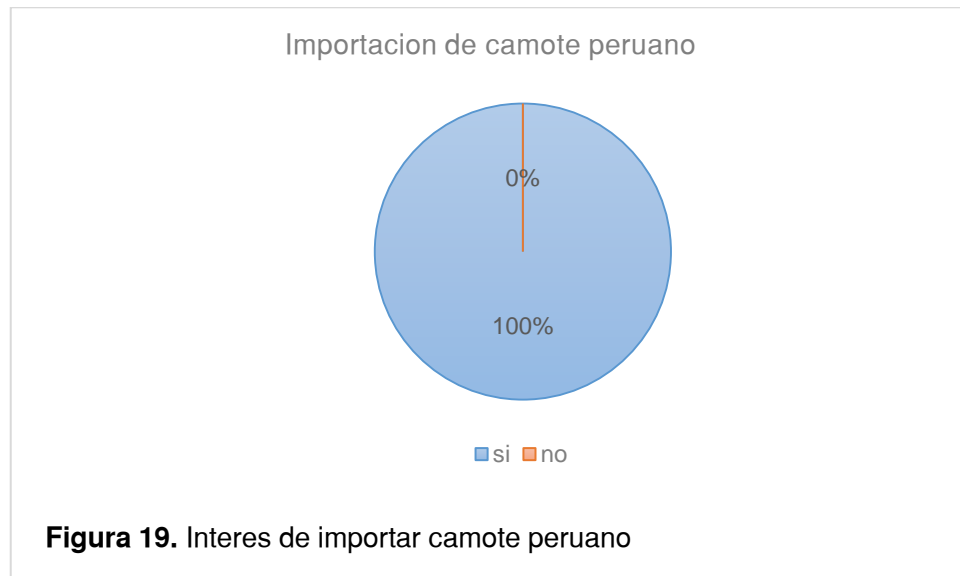
En la tabla 26 y la figura 18 podemos observar que en un 50% estaría interesado en importar por año 2 Ton, y otro 50% con 4 Ton.

**Tabla 27.** ¿Estaría interesado en importar camote de Perú?

	<b>N</b>	<b>%</b>
Si	2	100%
No	0	0%

*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos*

*Elaboración: Propia*



*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos*

*Elaboración: Propia*

En la tabla 27 y la figura 19 podemos observar que la gran mayoría de en un 100% si estaría interesada en importar camote de Perú.

**Tabla 28.** ¿Utiliza contratos de compra-venta internacional para sus operaciones de importación?

	N	%
Si	2	100%
No	0	0%
No aplica	0	0%

Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos

Elaboración: Propia



Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos

Elaboración: Propia

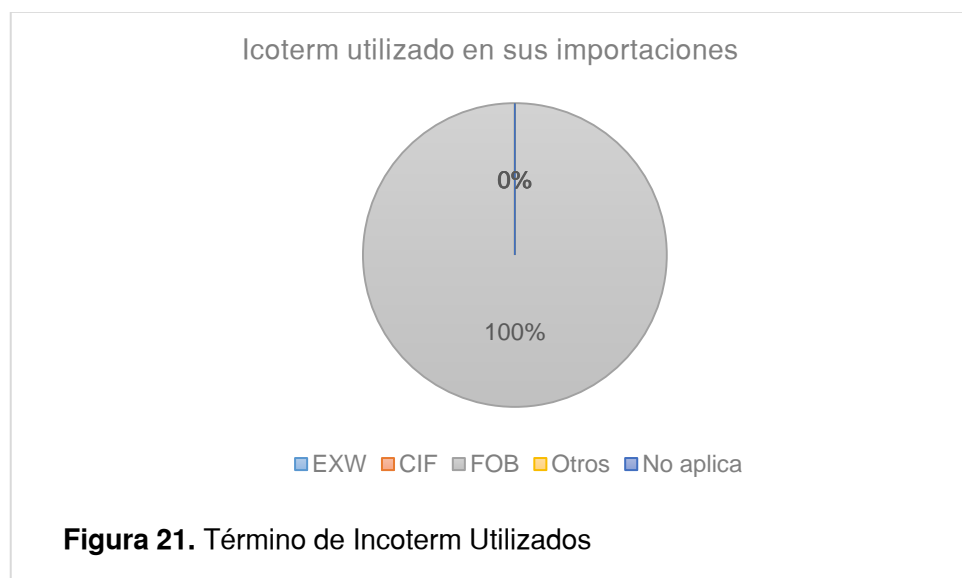
En la tabla 28 y la figura 20 podemos observar que la gran mayoría en un 100% si utiliza contratos de compra-venta internacional para sus operaciones de importación.

**Tabla 29.** ¿Cuál es el término de comercio internacional INCOTERM que utiliza en sus importaciones?

	N	%
EXW	0	0%
CIF	0	0%
FOB	2	100%
Otros	0	0%
No aplica	0	0%

Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos

Elaboración: Propia



Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos

Elaboración: Propia

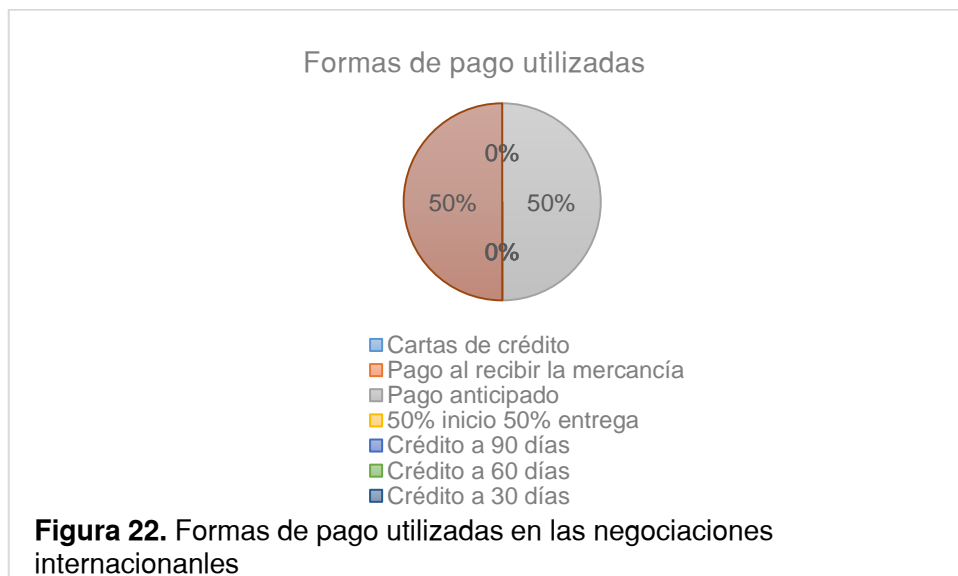
En la tabla 29 y la Figura 21 podemos observar que la gran mayoría en un 100% utiliza el término Incoterms FOB.

**Tabla 30.** ¿Cuáles son las formas de pago que comúnmente utiliza en sus negociaciones internacionales?

	N	%
Cartas de crédito	0	0%
Pago al recibir la mercancía	0	0%
Pago anticipado	1	50%
50% inicio 50% entrega	0	0%
Crédito a 90 días	0	0%
Crédito a 60 días	0	0%
Crédito a 30 días	0	0%
Otros	1	50%

Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos

Elaboración: Propia



Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos

Elaboración: Propia

En la tabla 30 y la figura 22 podemos observar que en un 50% utiliza Pago anticipado, y además en un 50% utiliza otras formas de pago para sus negociaciones internacionales.

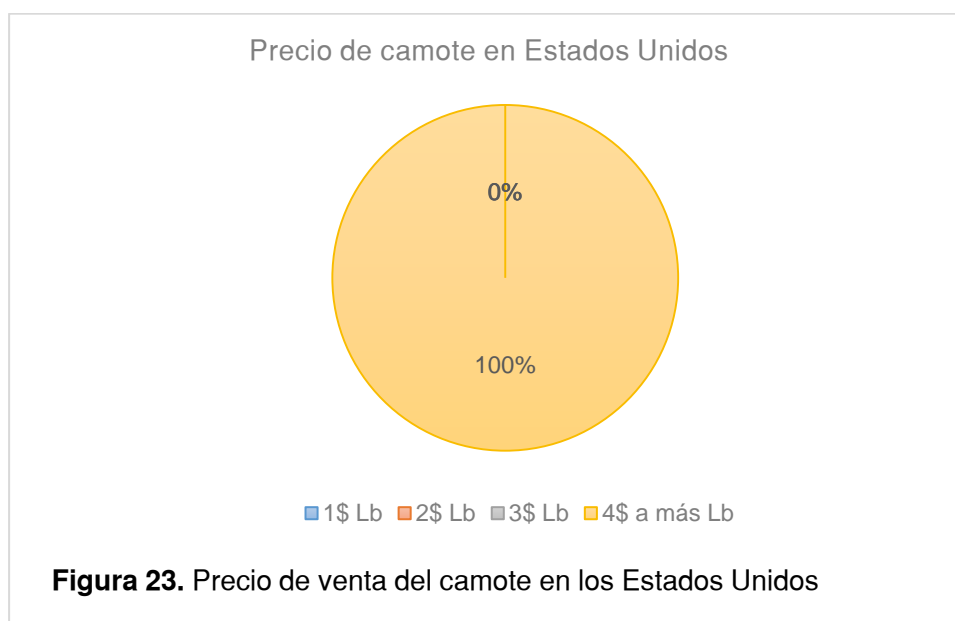


**Tabla 31.** ¿A qué precio se vende este tipo de producto al consumidor en su país?

	<b>N</b>	<b>%</b>
1 \$ Lb	0	0%
2 \$ Lb	0	0%
3 \$ Lb	0	0%
4 \$ a más Lb	2	100%

*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos*

*Elaboración: Propia*



*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos*

*Elaboración: Propia*

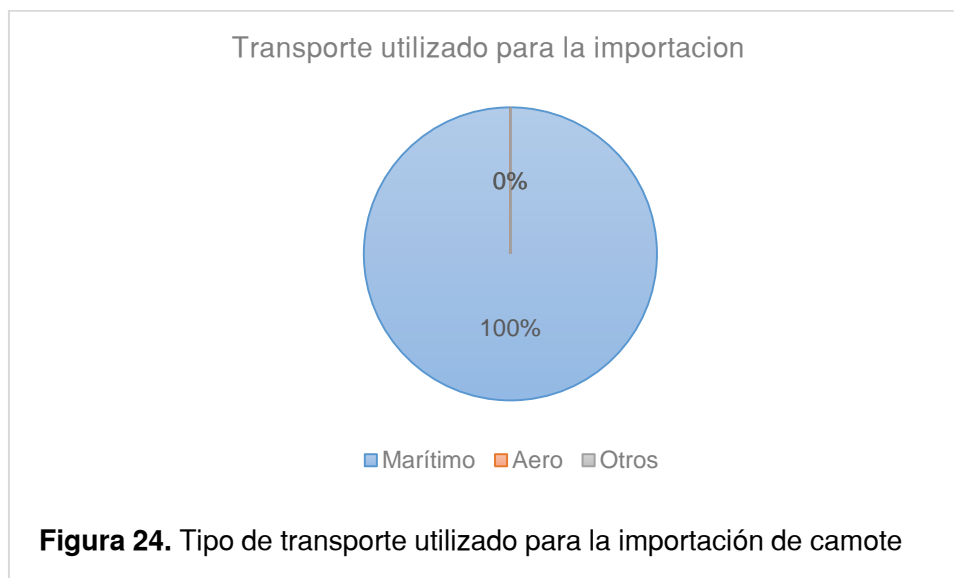
En la tabla 31 y la figura 23 podemos observar que la gran mayoría en un 100% vende al consumidor de 4 a más Lb.

**Tabla 32.** ¿Qué tipo de transporte prefiere para la importación de camote?

	<b>N</b>	<b>%</b>
Marítimo	2	100%
Aero	0	0%
Otros	0	0%

*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unido*

*Elaboración: Propia*



*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos*

*Elaboración: Propia*

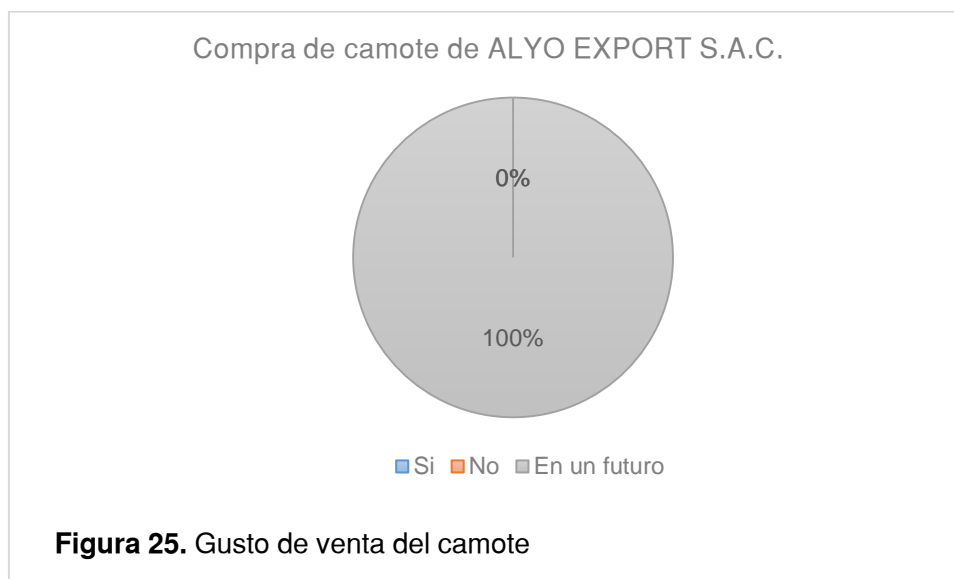
En la tabla 32 y la Figura 24 podemos observar que la gran mayoría en un 100% prefiere el tipo de transporte marítimo para la importación de camote.

**Tabla 33.** ¿Le gustaría que nuestra empresa le venda el camote peruano?

	<b>N</b>	<b>%</b>
Si	0	0%
No	0	0%
En un futuro	2	100%

*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos*

*Elaboración: Propia*



*Fuente: Empresas importadoras de camote de Estado Unidos*

*Elaboración: Propia*

En la tabla 33 y la figura 25 podemos observar que la gran mayoría en un 100% le gustaría que nuestra empresa le venda el camote peruano.

## **4.2. Discusión de Resultados.**

**4.2.1:** Para el diagnóstico situacional de los productores de camote para conocer el sistema de producción y comercialización, los resultados obtenidos como parte de la investigación (del Objetivo Específico 1), son importantes por la contribución y el análisis del problema en relación a la comercialización y exportación de camote fresco, y la vinculación que este tiene con la variable exportación. En el estudio se identificó que los productores son personas adultas con cierta experiencia en la producción de camote, considerandos pequeños agricultores por la cantidad de área de producción, desconocen los temas de certificación para la calidad de su producto. Así mismo utilizan maquinarias agrícolas en su mayoría, consideran un costo de producción aproximado de 0.50 céntimos por Kilogramo y de 15 a 20 Tm cuentan en su mayoría. Para el control de plagas la mayoría no utilizan pesticidas, desconociendo el uso de los mismos. Siendo el arroz el cultivo que siembran también, no reciben capacitación ni asistencias. Los principales comerciantes son el mercado y los acopiadores. Todo esto está fundamentado por Laneras.V. (1994) en su investigación titulada: Introducción selección y comercialización de nuevas variedades de batatas (camote) Chile

**4.2.2:** Las importaciones de Estados Unidos de camote fresco del Perú y del mundo. De acuerdo a los resultados obtenidos como parte de la investigación (del Objetivo Específico 3). En el estudio se identificó que la variedad de camote importado comúnmente es morado y amarillo, de 2 a 4 TM es en su mayoría la importación del camote, el interés de importación es muy alta, además que en su totalidad utilizan contratos de compra y venta internacional y siendo el FOB el termino Incoterms más utilizado y el pago anticipado es la forma de pago más utilizado. Así mismo el precio que se vende en el país importador varis de 4 Lb a más, utilizando la vía marítima para las importaciones de camote. Esto coincide con Arcila, C. García, A. (2015). Lambayeque Perú. En su investigación Propuesta de canales de distribución comercial la exportación de Yacón al mercado de Estados Unidos por parte de los agricultores de la provincia de san Ignacio-Cajamarca 2014.

**4.2.3:** Elaborar el plan financiero para la exportación de camote fresco hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C. Lambayeque 2016.

Los resultados obtenidos como parte de la investigación (del Objetivo Específico 4). Nos dio a conocer que el negocio resulta favorable en la parte económica y financiera. El Valor Actual Neto (VAN) es mayor a la inversión inicial, por lo cual podemos decir que el proyecto es viable. La TIR es mayor a la tasa de descuento, por lo cual decimos que la misma nos traerá una rentabilidad mayor y por lo cual nuestra inversión es de aceptación, ya que nos traerá beneficios.

**CAPÍTULO V**  
**PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **5.1. Título de la Propuesta**

Plan de negocios para la exportación de camote fresco hacia los Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C Lambayeque 2016.

## **5.2. Resumen ejecutivo**

El progreso y avance de los productos agro se encuentran en incremento a nivel global debido a que actualmente hay una gran demanda de productos agro orgánicos, esta evolución y demanda ha generado una gran oportunidad creando así la empresa ALYO EXPORT S.A.C que es una empresa que se dedica al acopio de del camote fresco en la región Lambayeque. La empresa contará con personal capacitado y de experiencia en las distintas operaciones logísticas. Para crear la empresa se analizó el mercado de productos agro.

Actualmente en la región Lambayeque hay diferentes productos con potencialidad de exportación, pero la empresa ALYO EXPORT S.A.C espera poder satisfacer y aprovechar la demanda de los productos agros frescos, el manejo de la logística y un excelente servicio al cliente.

Para lograr nuestros objetivos la empresa se invertirá en capacitaciones, y equipamientos tecnológicos para así poder tener un crecimiento y reconocimiento a nivel local como una empresa competitiva. Las estimaciones generadas en el siguiente plan de negocio, muestran la factibilidad técnica y económica.

## **5.3. Formulación de la idea de negocio**

ALYO EXPORT S.A.C. es una idea de negocio que se maneja en el rubro de la Agro exportación del camote fresco, mediante el acopio, selección, empaque y exportación camote fresco a los Estados Unidos.

Camote fresco peruano con una demanda ascendente año a año y nos beneficia el Tratado de Libre Comercio que Perú y Estados Unidos y por qué Perú tiene es apto de crecer su asignación exportadora de camote fresco.

ALYO EXPORT S.A.C., se planifica a obtener una cooperación significativa en el Perú en la exportación de camote fresco hacia los Estados Unidos; una contribución que apruebe a la empresa desarrollarse de forma confidencial, positiva, consistente, flexible, beneficiosa y socialmente comprometida dentro de un cuadro de comercio justo y equitativo.

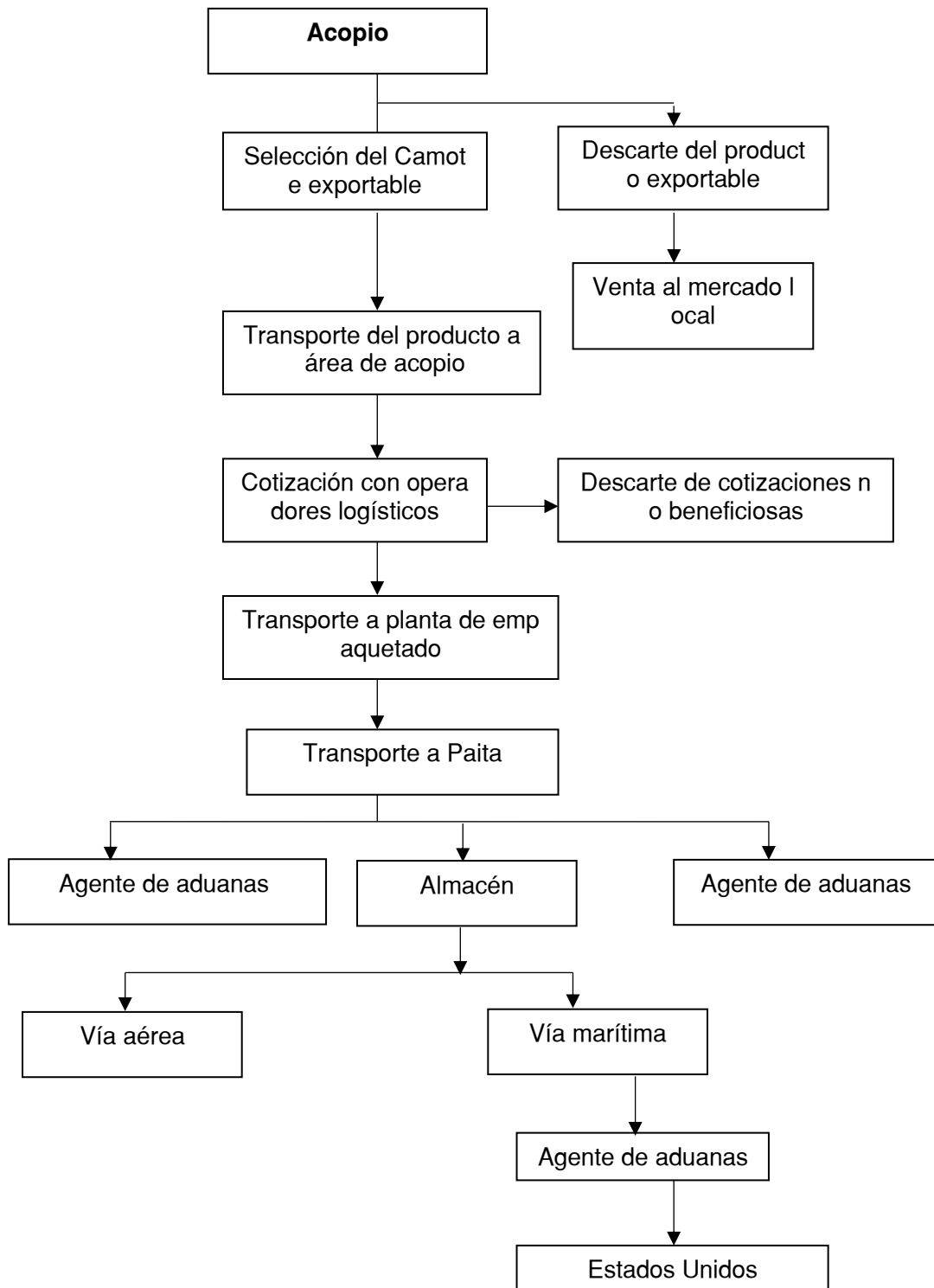
Para conseguir esto ALYO EXPORT S.A.C. requerirá de financiamiento, Especialmente de inversionistas (Socios) que quieran compartir la similar Visión de este proyecto y vean en él una oportunidad de inversión real y fructífera.

El éxito del negocio no solo residirá en la existencia del nicho de mercado y la capacidad de poder envolver un porcentaje de dicha demanda, ya que adentro de la idea de negocio se concibe que esta actividad exportadora solo estará posible y exitosa si contamos con sociedades y/o alianzas estratégicas con los productores peruanos de camote, entendiendo que el éxito de ambos está profundamente relacionado.

Un factor significativo a pensar de esta idea de negocio es su alto potencial de acrecimiento; ya que a largo plazo tendría la capacidad de alcanzar a más mercados y tendría también la capacidad de contar con mayor diversidad de productos exportables (incremento y diversificación del negocio).



Flujograma de descarte basado en la logística del plan de Negocio para la exportación de camote.



**Figura 26.** Flujograma de descarte basado en la logística del plan de Negocio para la exportación de camote.

Elaboración: propia

Acopio: Se procederá a comprar el camote fresco en chacra a los productores de la región Lambayeque.

Identificar las zonas de producción de camote fresco.

Se identificaron las zonas.

Identificar a posibles acopiadores en cada zona de producción.

Coordinar las exigencias para el mercado extranjero con los acopiadores.

Acopio propiamente dicho.

Compra a los productores en el centro de acopio o en el centro de producción.

Transporte a planta: La mercancía se trasladara a partir del lugar de acopio hasta al lugar de empaque Proserla donde se procederá la maquila que está ubicada en Jayanca-Lambayeque.

Maquila: El servicio de Maquila lo brinda la empresa Proserla quien procederá a la selección y empaque del producto, listo para la exportación.

Exportación: Una vez que la mercancía esté para la exportación se procede a trasladarla en contenedores estándar de 40 a puerto para el respectivo embarque.

#### **5.4. Análisis de la oportunidad**

De Acuerdo a los datos del Ministerios de agricultura la producción de camote en la región Lambayeque es de 1049 Toneladas hasta julio del 2016 concentrándose la producción los meses de noviembre y diciembre generalmente todos los años, esto ocasiona que los precios caigan a precios nada beneficiosos en chacra. Esto sumado la alta demanda creciente en Estados Unidos, genera una buena oportunidad de negocio.

## 5.5. Análisis del entorno

La deuda pública americana continúa siendo alta - casi 105% del PIB - y se espera que seguirá progresando. La fortaleza del dólar y el débil desarrollo de las economías europeas y japonesa han poseído un balazo negativo en las exportaciones, formando un creciente déficit productivo. La presidencia de Barack Obama se acerca a su fin (la constitución impide que sea elegido para un tercer término) y un nuevo presidente será elegido en noviembre de 2016. En el extranjero, Estados Unidos pesquisa remediar los conflictos en Ucrania y Medio Oriente, así tal abrir los ojos la desaceleración económica de sus primordiales socios productivos.

La crisis financiera internacional estimuló un acrecentamiento enorme del desempleo en los Estados Unidos, el cual llegó hasta 10% en octubre de 2009. Aunque la tasa de desempleo ha disminuido a 5,3% en 2015, detrás de esta cifra hay una baja de la tasa de colaboración en los clientes laborales que llegó a 62% a finales del 2015. Si se toman en cuenta a los personales desalentados que abandonaron el mercado laboral y los que se ven obligados a admitir puestos en jornada parcial, la tasa de desempleo real sube a 10% (comparado a 8-10% antes de la crisis). Los horizontes de discrepancia económica y social han aumentado desde los años 1980, logrando presentemente su punto más elevado desde hace un siglo.

**Tabla 34.** Factores económicos de Estados Unidos

Indicadores de crecimiento	2012	2013	2014	2015	2016 (e)
PIB (miles de millones de USD)	16.155,25	16.663,15	17.348,08	17.968,20e	18.697,92
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,2	1,5	2,4	2,6e	2,8
PIB per cápita (USD)	51.384	52.608	54.370	55.904e	57.766
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-6,2	-4,1	-3,6	-3,1e	-3,0
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	102,5	104,8	104,8	104,9e	106,0

Tasa de inflación (%)	2,1	1,5	1,6	0,1e	1,1
Tasa de paro (% de la población activa)	8,1	7,4	6,2	5,3	4,9
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-449,67	-376,76	-389,53	-460,62e	-551,50
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,8	-2,3	-2,2	-2,6e	-3,0

*Elaboración propia*

*Fuente: IMF World Economic Outlook Database, 2015*

En la tabla 34 podemos observar los indicadores de estados Unidos el PBI en miles, el PBI en crecimiento, el PBI per cápita la tasa de inflación, la balanza de transacciones entre otros que nos dice o indica..

## **5.6. Sectores económicos.**

El fragmento de agricultura americana es uno de los más grandiosos del universo. Se determina por una alta producción y por el uso de métodos actuales. Estados Unidos es uno de los primordiales fabricantes de maíz, soja, carne de res y algodón. El estado de California compone más del 12% de la producción agrícola total del país. Sin embargo, la agricultura simboliza únicamente 1,4% del PIB americano y emplea a 1,6% de la población activa.

Estados Unidos es un país muy industrializado. El fragmento industrial personifica 21% del PIB e incluye una gran diversidad de diligencias. Los más significativos son la elaboración de maquinaria eléctrica y electrónica, de mercados químicos y maquinaria industrial, así como el fragmento agroalimentario y automotriz. También es guía internacional en el sector aeroespacial y en la industria farmacéutica. La abundancia de recursos naturales ha transformado al país en guía en la elaboración de varios minerales y le consiente conservar una elaboración variada. Así, es también el mayor fabricante universal de gas natural líquido, aluminio, electricidad y energía nuclear, y el tercer fabricante mundial de petróleo. A partir de hace diferentes años desarrolla la extracción a gran escala de gas de esquisto.

La economía americana se basa esencialmente en los productos. El fragmento terciario personifica más de tres cuartos del PIB y emplea a 81% de la mano de obra.

La economía americana se basa esencialmente en los productos. El fragmento terciario personifica más de tres cuartos del PIB y emplea a 81% de la mano de obra.

**Tabla 35.** *Actividades económicas*

<b>Repartición de la actividad económica por sector</b>	<b>Agricultura</b>	<b>Industrias</b>	<b>Servi cios</b>
Empleo por sector (en % del empleo total)	1.6	17.2	81.2
Valor añadido (en % del PBI)	1.3	20.7	78.0
Valor añadido (crecimiento anual en %)	2.7	1.7	2.3

*Elaboración propia*

*Fuente: World Bank, 2016*

En la tabla 35 podemos observar la repartición de las actividades económica por sectores como el empleo, valor añadido en porcentaje del PBI, el valor añadido en crecimiento anual por porcentaje del PBI que indica.

**Tabla 36.** *Principales empresas exportadoras de camote.*

<b>Empresa</b>	<b>%Var 15-14</b>	<b>% Part. 15</b>
Prima Farms S.A.C	3%	60%
Natural Peru S.A.C	-21%	20%
Rainforest Herbal Products S.A.C	1806%	5%
Peruvian Nature S \$ S S.A.C	-24%	2%
Ecoandino S.A.C	-69%	2%
Peruvian Heritage S.A.C	--	1%

Villa Andina S.A.C	5157 %	1%
Inversiones 2A S.A.C	-4%	1%
Otras empresas (39)	--	3%

*Elaboración: propia*

*Fuente SUNAT*

En la tabla 36 podemos apreciar que Prima Farm S.A.C tiene la mayor parte de exportación llegando a tener un porcentaje de exportación de 60% del total de las exportaciones realizadas, seguido por la empresa Natural Perú S.A.C teniendo un 20% de parte del porcentaje total de las exportaciones.

## **5.7. Análisis de la industria, del mercado y estimación de la demanda.**

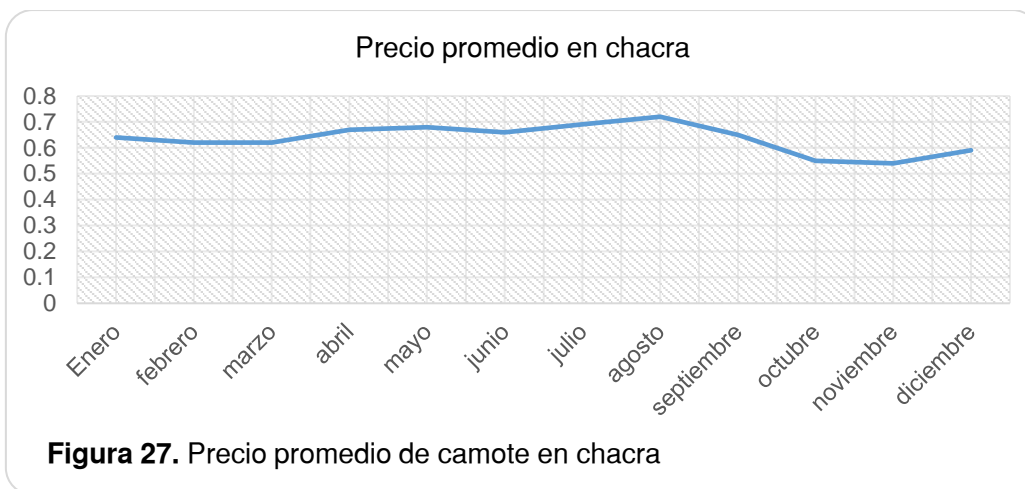
### **5.7.1 Análisis de industria**

**Tabla 37.** *Precio de camote en chacra*

<b>Mes</b>	<b>Precio Promedio en chacra</b>	<b>S/</b>
Enero		0.64
Febrero		0.62
Marzo		0.62
Abril		0.67
Mayo		0.68
Junio		0.66
Julio		0.69
Agosto		0.72
septiembre		0.65
Octubre		0.55
noviembre		0.54
diciembre		0.59

*Elaboración: propia*

*Fuente: SIEA, (2013)*



Elaboración: propia

Fuente: SIEA, (2013)

En la tabla 37 y la figura 27 observamos el precio promedio por chacra del año 2015 de enero hasta diciembre donde observamos que el precio más elevado que se pagó fue en agosto que fue a S/ 0.72 kg.

**Tabla 38.** Lambayeque: Producción de camote (t) según distritos

	2013- 2014	2014- 2015	2015- 2016
<b>Camote</b>	<b>12,378</b>	<b>10,873</b>	<b>10,634</b>
Cayaltí	-	54	-
Chiclayo	271	54	64
Chongoyape	-	-	-
Eten	939	999	1,167
Ferreñafe	700	375	616
Illimo	132	-	155
Inkawasi	79	269	200
Jayanca	237	-	-
José L. Ortiz	404	144	107
Kañaris	254	383	192
La Mondragónia	519	231	155
Lagunas	356	54	-
Lambayeque	-	146	-
M.A.Mesones Muro	670	1,826	1,428
Mochumí	-	-	-

Monsefú	1,314	1,388	1,662
Mórrope	75	250	60
Motupe		-	-
Nueva Arica			-
Oyotún		-	-
P. Nuevo	252	215	
Pacora	223	-	577
Pátapo			-
Picsi	20	-	36
Pimentel	168	134	174
Pítipo	561	324	566
Pomalca	-	8	33
Pucalá	-	-	-
Pueblo Nuevo			201
Reque	1,478	1,825	1,830
Salas		-	-
San José	330	106	130
Santa Rosa	224	263	334
Túcume	1,246	-	434
Tumán	12	8	120
Zaña	1,914	1,817	393
<b>Total general</b>	<b>12,378</b>	<b>10,873</b>	<b>10,634</b>

Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la tabla 38 observamos la producción de camote en la región Lambayeque que en el último año se obtuvo 10,634 TM.

**Tabla 39.** Camote por región según variables productivas, julio 2015-2016

Región	Superficie cosechada (ha)			
	2015	2016	Var. %	Part. % 2016
<b>Nacional</b>	<b>1,266</b>	<b>1,331</b>	<b>-10,7</b>	<b>100,0</b>
<b>Amazonas</b>	6	4	-33,3	0,4
<b>Ancash</b>	143	64	-55,2	5,7
<b>Apurímac</b>	25	12	-51,0	1,1

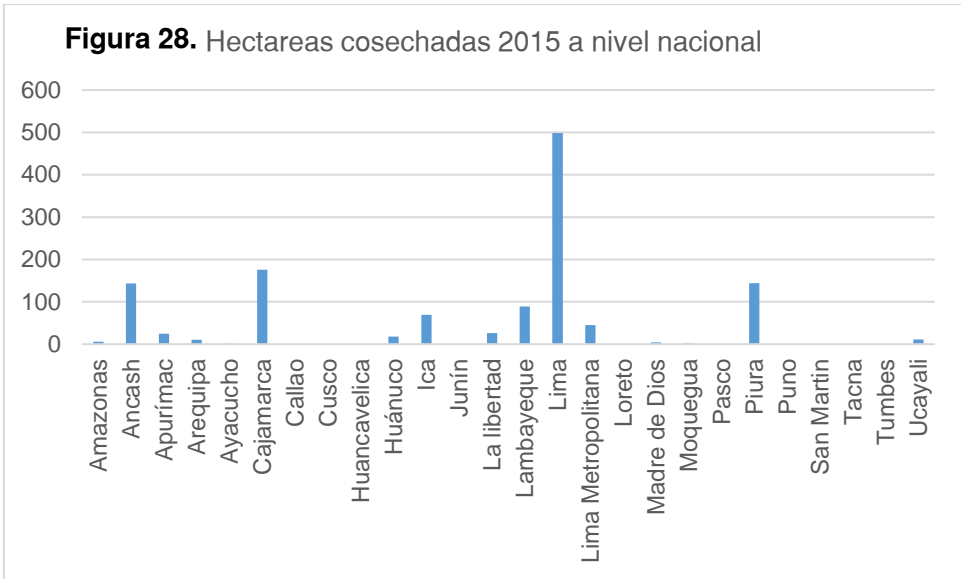


<b>Arequipa</b>	10	2	-80,0	0,2
<b>Ayacucho</b>	1	2	100,0	0,2
<b>Cajamarca</b>	176	178	1,1	15,7
<b>Callao</b>	0	0	-	0,0
<b>Cusco</b>	0	1	-	0,1
<b>Huancavelica</b>	0	0	-	0,0
<b>Huánuco</b>	18	14	-22,2	1,2
<b>Ica</b>	69	64	-7,2	5,7
<b>Junín</b>	0	0	-	0,0
<b>La libertad</b>	26	38	44,2	3,3
<b>Lambayeque</b>	89	68	-23,6	6,0
<b>Lima</b>	498	570	14,5	50,4
<b>Lima</b>	45	27	-40,0	2,4
<b>Metropolitana</b>				
<b>Loreto</b>	0	0	-	0,0
<b>Madre de Dios</b>	4	3	-28,6	0,2
<b>Moquegua</b>	2	0	-100,0	0,0
<b>Pasco</b>	0	0	-	0,0
<b>Piura</b>	144	83	-42,4	7,3
<b>Puno</b>	0	0	-	0,0
<b>San Martín</b>	0	0	-	0,0
<b>Tacna</b>	0	0	-	0,0
<b>Tumbes</b>	0	0	-	0,0
<b>Ucayali</b>	11	2	-81,8	0,2

Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

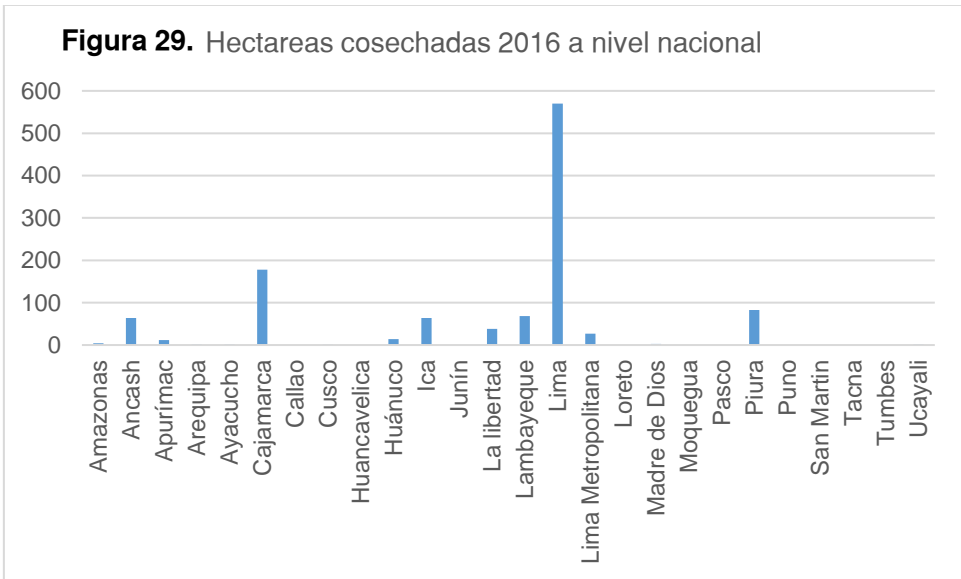
En la tabla 39 podemos observar las hectáreas cosechadas de camote en todas las regiones de Perú durante el periodo de los años 2015 – 2016. Teniendo a nuestro mercado Lambayeque en el año 2015 como cuarto cosechador a nivel nacional y en el 2016 hasta la fecha como quinto cosechador a nivel nacional.



Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la figura 28 podemos observar las hectáreas cosechadas de camote en todas las regiones de Perú durante el periodo de los años 2015 – 2016. Teniendo a nuestro mercado Lambayeque en el año 2015 como cuarto cosechador a nivel nacional y en el 2016 hasta la fecha como quinto cosechador a nivel nacional.



Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la figura 29 podemos observar las hectáreas cosechadas de camote en todas las regiones de Perú en el año 2016 hasta la fecha. Teniendo a nuestro mercado Lambayeque en el año 2016 como quinto cosechador a nivel nacional hasta la fecha.

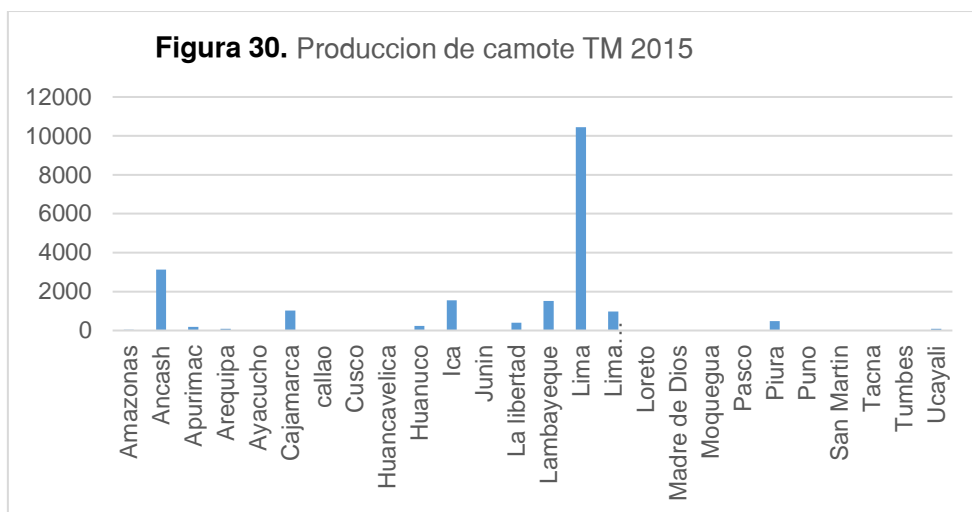
**Tabla 40. Producción a nivel nacional de camote**

Región	Producción (t)		Var. %	Part. % 2016
	2015	2016		
<b>Nacional</b>	<b>20 204</b>	<b>19 105</b>	<b>-5,4</b>	<b>100,0</b>
Amazonas	43	32	-25,6	0,2
Ancash	3 131	1 291	-58,8	6,8
Apurímac	194	158	-18,6	0,8
Arequipa	85	16	-81,3	0,1
Ayacucho	18	40	122,2	0,2
Cajamarca	1 021	1 141	11,7	6,0
Callao	0	0	-	0,0
Cusco	0	7	-	0,0
Huancavelica	0	0	-	0,0
Huánuco	230	174	-24,2	0,9
Ica	1 543	1 437	-6,8	7,5
Junín	0	0	-	0,0
La libertad	393	523	33,1	2,7
Lambayeque	1 512	1 049	-30,6	5,5
Lima	10 454	12 212	16,8	63,9
Lima	977	568	-41,8	3,0
<b>Metropolitana</b>				
Loreto	0	0	-	0,0
Madre de Dios	21	17	-19,1	0,1
Moquegua	17	0	-100,0	0,0
Pasco	0	0	-	0,0
Piura	485	427	-12,0	2,2
Puno	0	0	-	0,0
San Martín	0	0	-	0,0
Tacna	0	0	-	0,0
Tumbes	0	0	-	0,0
Ucayali	80	12	-84,6	0,1

Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

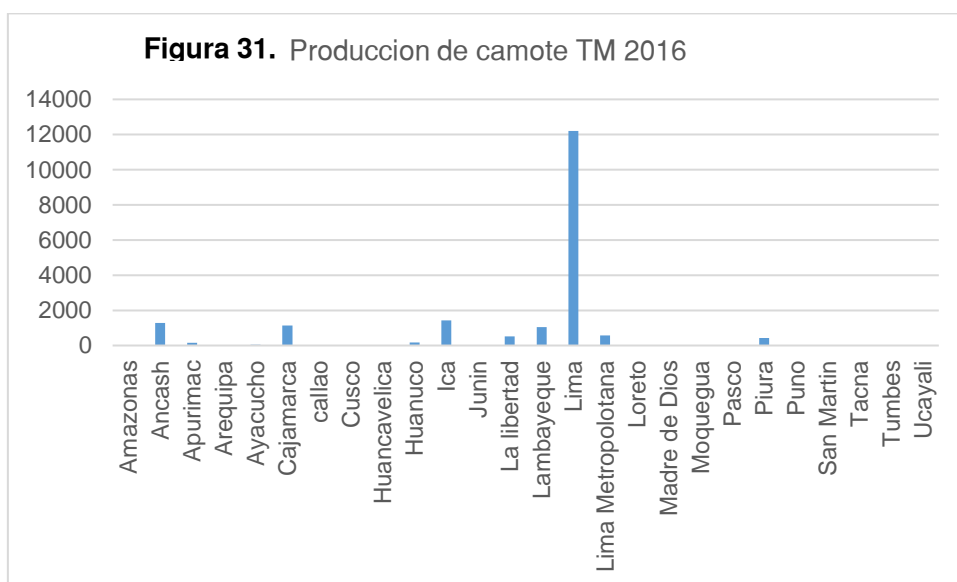
En la tabla 40 podemos observar la producción por toneladas en todas las regiones del Perú durante los años 2015 – 2016, podemos observar que Lambayeque ocupa en el 2015 el cuarto lugar por producción por toneladas a nivel nacional con un total de 1,512 (TM), en el 2016 hasta la fecha está ocupando a nivel nacional el quinto lugar con un total de 1,049 (TM).



Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la figura 30 podemos observar la producción por toneladas en todas las regiones del Perú en el año 2015, podemos observar q Lambayeque ocupa en el 2015 el cuarto lugar por producción por toneladas a nivel nacional con un total de 1,512 (TM).



Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la figura 31 podemos observar la producción en toneladas a nivel nacional del año 2016 en primer lugar tenemos a Lima segundo Ica tercero a Ancash cuarto a Cajamarca y como quinto a Lambayeque.

**Tabla 41.** *Rendimiento de camote por hectárea a nivel nacional*

Región	Rendimiento (Kg/ha)		
	2015	2016	Var. %
<b>Nacional</b>	<b>15 959</b>	<b>16 892</b>	<b>5,8</b>
Amazonas	7 167	8 000	11,6
Ancash	21 895	20 172	-7,9
Apurímac	7 927	13 167	66,1
Arequipa	8 543	8 000	-6,4
Ayacucho	18 000	20 000	11,1
Cajamarca	5 801	6 409	10,5
Callao	-	-	-
Cusco	-	7 000	-
Huancavelica	-	-	-
Huánuco	12 750	12 429	-2,5
Ica	22 359	22 457	0,4
Junín	-	-	-
La libertad	15 115	13 947	-7,7
Lambayeque	16 989	15 426	-9,2
Lima	20 992	21 425	2,1
Lima	21 715	21 049	-3,1
<b>Metropolitana</b>			
Loreto	-	-	-
Madre de Dios	6 051	6 856	13,3
Moquegua	8 400	-	-
Pasco	-	-	-
Piura	3 368	5 145	52,7
Puno	-	-	-
San Martín	-	-	-
Tacna	-	-	-
Tumbes	-	-	-

<b>Ucayali</b>	7 250	6 130	-15,4
----------------	-------	-------	-------

Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la tabla 41 observamos el rendimiento por kilogramos por hectárea en todas las regiones del Perú durante los años 2015 – 2016, podemos observar que Lambayeque ocupa en el 2015 el cuarto lugar con un rendimiento por hectárea a nivel nacional de 16,989 kg, en el 2016 hasta la fecha está ocupando a nivel nacional el quinto lugar con un rendimiento por hectárea de 15,426 kg.

**Tabla 42.** Precio pagado al productor por kg

Región	Precio al productor (S./ Kg)		
	2015	2016	Var. %
<b>Nacional</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>33,4</b>
<b>Amazonas</b>	0,6	0,9	42,0
<b>Ancash</b>	1,0	1,0	6,6
<b>Apurímac</b>	0,8	1,0	28,6
<b>Arequipa</b>	1,3	0,9	-33,2
<b>Ayacucho</b>	0,5	0,5	0,0
<b>Cajamarca</b>	0,5	0,5	-3,4
<b>Callao</b>	-	-	-
<b>Cusco</b>	-	1,4	-
<b>Huancavelica</b>	-	-	-
<b>Huánuco</b>	0,7	0,7	-5,0
<b>Ica</b>	0,5	0,7	50,1-
<b>Junín</b>	-	-	-
<b>La libertad</b>	0,6	0,7	34,0
<b>Lambayeque</b>	0,5	0,4	-10,4
<b>Lima</b>	0,5	0,6	28,0
<b>Lima</b>	0,7	0,9	32,3
<b>Metropolitana</b>			
<b>Loreto</b>	-	-	-
<b>Madre de Dios</b>	0,8	0,7	-9,8
<b>Moquegua</b>	1,0	-	-100
<b>Pasco</b>	-	-	-

<b>Piura</b>	1,0	0,9	-7,6
<b>Puno</b>	-	-	-
<b>San Martín</b>	-	-	-
<b>Tacna</b>	-	-	-
<b>Tumbes</b>	-	-	-
<b>Ucayali</b>	0,5	0,6	17,0

Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la tabla 42 observamos el precio que se paga al productor por kilogramos en todas las regiones del Perú durante los años 2015 – 2016, podemos observar que Lambayeque ocupa en el 2015 el cuarto lugar pagando un precio de S/0.5 kg, en el 2016 hasta la fecha está ocupando a nivel nacional el quinto lugar pagando al productor un S/0.4 kg.

**Tabla 43.** Camote Intenciones de Siembra Campaña 2015-2016

REGION/ PROVINCIA /DISTRITO	Total	Intenciones de siembra				
		2015				
		AGO	SET	OCT	NOV	DIC
<b>REGION LAMBAYEQUE</b>	<b>4 308</b>	<b>101</b>	<b>160</b>	<b>61</b>	<b>24</b>	<b>30</b>
<b>PROV. DE CHICLAYO</b>	<b>1 127</b>	<b>56</b>	<b>87</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>-</b>
Dist. De Chiclayo	30	-	-	-	-	-
Dist. De Eten	110	-	9	-	7	-
Dist. De José Leonardo Ortiz	49	-	-	-	-	-
Dist. De La Mondragónia	88	-	-	-	-	-
Dist. De Lagunas	30	15	15	-	-	-
Dist. De Monsefu	210	4	11	9	3	-
Dist. De Picsi	55	-	-	-	-	-
Dist. De Pimentel	130	-	-	-	-	-
Dist. De Pomalca	35	-	-	-	-	-
Dist. De Pucala	10	-	-	-	-	-
Dist. De Reque	170	15	17	-	9	-
Dist. De Santa Rosa	40	-	-	-	5	-
Dist. De Zaña	140	22	35	13	-	-
Dist. De Tuman	30	-	-	-	-	-

<b>PROV. DE FERREÑAFE</b>	<b>1 397</b>	<b>45</b>	<b>73</b>	<b>39</b>	<b>-</b>	<b>30</b>
Dist. De Cañaris	45	-	28	17	-	-
Dist. De Ferreñafe	350	-	-	-	-	-
Dist. De Incahuasi	30	15	15	-	-	-
Dist. De Manuel A. Mesones	195	-	-	-	-	-
M.						
Dist. De Pitipo	652	30	30	22	-	30
Dist. De Pueblo Nuevo	125	--	-	-	-	-
<b>PROV. DE LAMBAYEQUE</b>	<b>1 784</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Dist. De Illimo	138	-	-	-	-	-
Dist. De Jayanca	110	-	-	-	-	-
Dist. De Lambayeque	395	-	-	-	-	-
Dist. De Mochumi	300	-	-	-	-	-
Dist. De Morrope	110	-	-	-	-	-
Dist. De Motupe	15	-	-	-	-	-
Dist. De Pacora	200	-	-	-	-	-
Dist. De San Jose	55	-	-	-	-	-
Dist. De Tucume	461	-	-	-	-	-

Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la tabla 43 observamos las intenciones de siembra en Lambayeque, sus tres provincias con sus respectivos distritos en el periodo de agosto del 2015 hasta julio del 2016 teniendo un total de 4,308 hectáreas.

**Tabla 44. Camote Intenciones de Siembra Campaña 2015-2016**

REGION/ PROVINCIA /DISTRITO	Intenciones de siembra						
	2016						
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
<b>REGION</b>	<b>82</b>	<b>117</b>	<b>193</b>	<b>163</b>	<b>181</b>	<b>1325</b>	<b>1871</b>
<b>LAMBAYEQUE</b>							
<b>PROV. DE CHICLAYO</b>	<b>52</b>	<b>48</b>	<b>104</b>	<b>98</b>	<b>54</b>	<b>333</b>	<b>249</b>
Dist. De Chiclayo	-	-	-	-	-	13	17
Dist. De Eten	13	15	21	20	12	4	9
Dist. De José Leonardo Ortiz	-	-	-	-	-	27	22

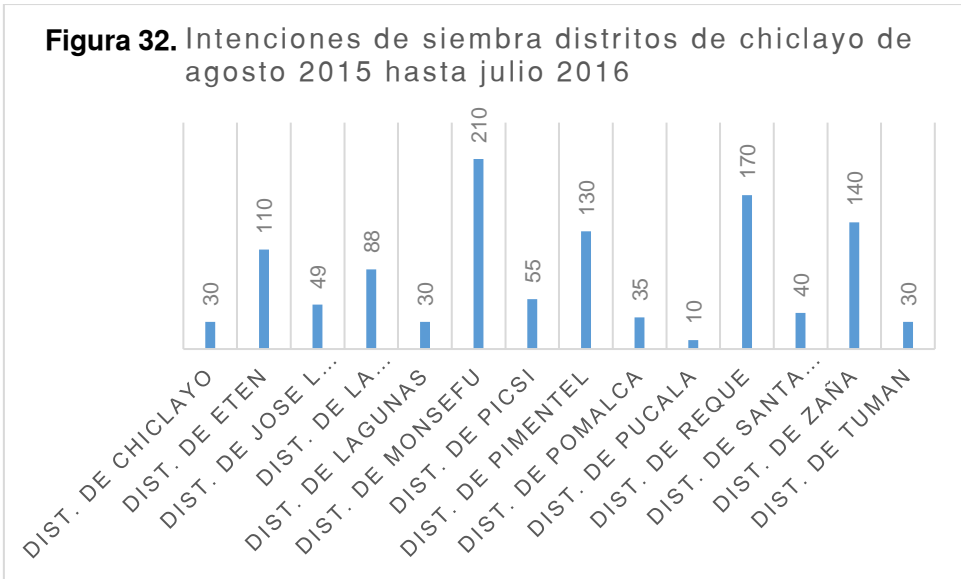


Dist. De La Mondragónia	-	-	-	-	-	52	36
Dist. De Lagunas	-	-	-	-	-	-	-
Dist. De Monsefu	16	18	38	31	6	41	33
Dist. De Picsi	-	-	-	-	-	37	18
Dist. De Pimentel	-	-	-	-	-	75	55
Dist. De Pomalca	-	-	-	-	-	26	9
Dist. De Pucala	-	-	-	-	-	-	10
Dist. De Reque	23	15	33	28	20	-	10
Dist. De Santa Rosa	-	-	12	10	8	5	-
Dist. De Zaña	-	-	-	9	8	29	24
Dist. De Tuman	-	-	-	-	-	24	6
<b>PROV. DE FERREÑAFE</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>43</b>	<b>127</b>	<b>433</b>	<b>522</b>
Dist. De Cañaris	-	-	-	-	-	-	-
Dist. De Ferreñafe	-	-	-	-	-	140	210
Dist. De Incahuasi	-	-	-	-	-	-	-
Dist. De Manuel A. Mesones	-	-	-	-	-	93	102
M.							
Dist. De Pitipo	30	30	25	43	127	150	135
Dist. De Pueblo Nuevo	-	-	-	-	-	50	75
<b>PROV. DE</b>	<b>39</b>	<b>64</b>	<b>22</b>	<b>-</b>	<b>559</b>	<b>1100</b>	
<b>LAMBAYEQUE</b>							
Dist. De Illimo	-	-	-	-	-	51	87
Dist. De Jayanca	-	-	-	-	-	33	77
Dist. De Lambayeque	-	-	-	-	-	98	297
Dist. De Mochumi	-	-	-	-	-	111	189
Dist. De Morrope	-	39	64	7	-	-	-
Dist. De Motupe	-	-	-	15	-	-	-
Dist. De Pacora	-	-	-	-	-	67	133
Dist. De San Jose	-	-	-	-	-	16	39
Dist. De Tucume	-	-	-	-	-	183	278

Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

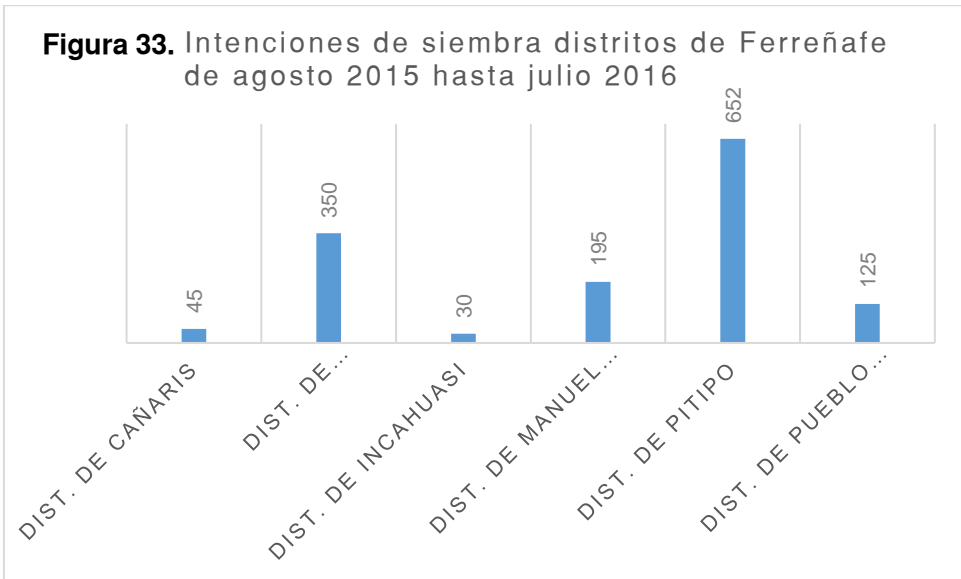
En la tabla 44 observamos las intenciones de siembra en Lambayeque, sus tres provincias con sus respectivos distritos.



Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

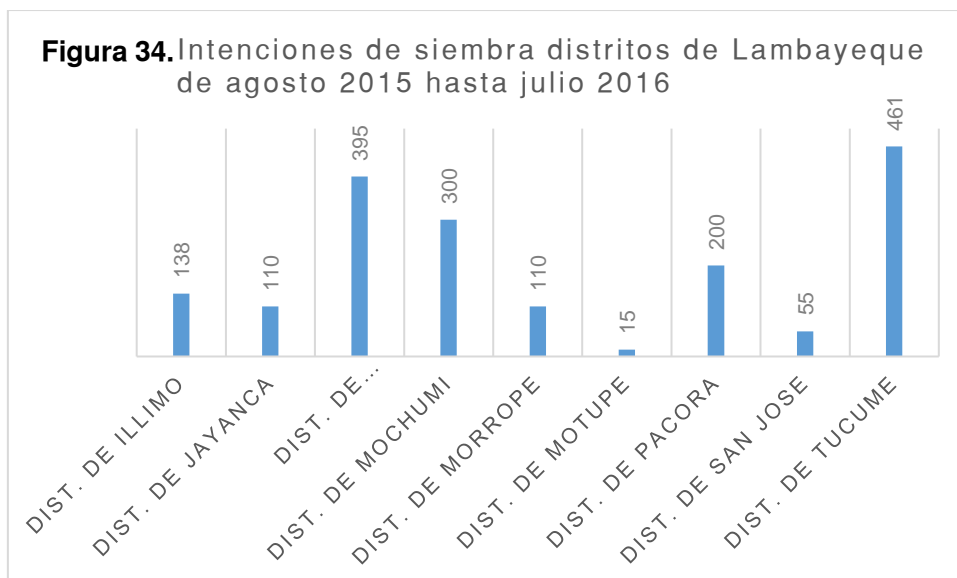
En la figura 32 observamos las intenciones de siembra de los distritos de la provincia de Chiclayo teniendo con mayores hectáreas sembradas al distrito de Monsefu con un total de 210 hectáreas.



Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la figura 33 observamos las intenciones de siembra de los distritos de la provincia de Ferreñafe teniendo con mayores hectáreas sembradas al distrito de Pitipo con un total de 652 hectáreas.



Fuente: SIEA, (2013)

Elaboración: Propia

En la figura 34 observamos las intenciones de siembra de los distritos de la provincia de Lambayeque teniendo con mayores hectáreas sembradas al distrito de Tucume con un total de 461 hectáreas.

### 5.7.2. Análisis del mercado

**Tabla 45.** Variables para seleccionar mercado objetivo



N°	VARIABLES	PESO POND.
1	Tamaño de mercado	0.20
2	Acceso de mercado	0.20
3	Intensidad de las importaciones	0.15
4	Sostenibilidad del precio de las importaciones	0.15
5	Intensidad de las exportaciones peruanas	0.15
6	Costo de flete	0.08
7	Tiempos de transporte	0.02
8	Facilidad de hacer negocios	0.05
<b>Total</b>		<b>1</b>

Fuente: Planex PromPeru

Elaboración: Propia

En la tabla 45 observamos las variables escogidas por los autores de la presente investigación teniendo en cuenta 8 variables con sus respectivos ponderados.

**Tabla 46. Segmentación de mercado**

PAIS		RAZONES PARA CONSIDERAR EL PAIS EN LA MACROSEGMENTACIÓN
REINO UNIDO		Es el primer país importador a nivel mundial (28.63% Part. 2015) y registra un valor unitario de importación (0.83 dólares por kg). Además, es el segundo país de destino de las exportaciones peruanas, concentrando el 11.03% de participación del mercado durante el periodo 2011 - 2015.
USA		País productor, importador y re-exportador a la vez, ubicándose como el primer país exportador a nivel mundial (46.88% Part. 2015), y sexto mayor importador a nivel mundial (4.59% en Part. 2015). Además, es el primer país de destino de las exportaciones peruanas, concentrando el 65.96% de participación del mercado.
FRANCIA		Es el quinto país importador a nivel mundial (4.74% Part. 2015) y registra un destacable valor unitario de importación (1.08 dólares por kg).
CANADA		Es el tercer país importador a nivel mundial (12.99% Part. 2015) y registra un valor unitario de importación (0.80 dólares por kg).
PAÍSES BAJOS		Es el segundo país importador a nivel mundial (13.74% Part. 2015) y registra un destacable valor unitario de importación (1.04 dólares por Kg.).

Fuente: Planex PromPeru

Elaboración: Propia

En la tabla 46 observamos la segmentación de los mercados de Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Canadá, y países bajos donde Estados Unidos el país importador productor y exportador y el primer país exportador a nivel internacional y el primer país importador de camote peruano.

**Tabla 47.** Valor unitario promedio anual de camote de los países en estudio (\$ kg)

N°	PAIS	2011	2012	2013	2014	2015	PROMEDIO (2011 -2015)
1	Reino Unido	0.85	0.81	0.77	0.89	0.84	0.83
2	Países Bajos	1.03	0.94	1.04	1.18	1	1.04
3	Canadá	0.7	0.72	0.81	0.93	0.83	0.80
4	Francia	1.11	0.95	1.05	1.19	1.13	1.09
5	Estados Unidos de América	0.97	0.83	0.75	0.91	0.8	0.85

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

En la tabla 47 observamos el valor promedio anual por kg en los países de Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Canadá, y países bajos del 2011 al 2015 en el primer lugar tenemos a Francia con un promedio de 1.09 segundo lugar a Países Bajos con un promedio de 1.04, en tercer lugar tenemos a Estados Unidos con un promedio de 0.85, cuarto lugar tenemos a Reino Unido con un promedio de 0.83 y por ultimo tenemos a Canadá con promedio de 0.80.

**Tabla 48.** Valor unitario de exportaciones de camote peruano

PAIS	2011	2012	2013	2014	2015	PROMEDIO (2012 -2015)
Reino Unido		0.80	0.90	0.88	1.87	1.11
Países Bajos		0.70	0.92	0.74	0.84	0.80
Canadá		1.27	1.43			1.35
Francia		0.01	0.07	0.05		0.04
Estados Unidos de América	2	2	2	2	2	2.00

Elaboración: Propia

En la tabla 48 observamos el valor unitario de exportaciones camote del año 2012 al 2015 podemos apreciar que Los Estados Unidos tiene un promedio de \$2.00, Canadá con un promedio de \$1.35 Reino Unido con un promedio de \$1.11

**Tabla 49.** Variables de los 4 países seleccionados

VARIABLES	PAISES SELECCIONADOS					FUENTE
	Reino Unido	Países Bajos	Canadá	Francia	EE.UU	
	PBI per cápita	43,115	59,991	42,467	35,711	
Acceso Mercado	----	TLC	TLC	TLC	TLC	SUNAT - Página web: <a href="http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe">www.acuerdoscomerciales.gob.pe</a>
Imp. Per cápita	14.31	3.17	3.08	1.27	5.23	TRADE MAP
Valor Unitario de importaciones de Camote	1.29	2.18	2.33	1.70	2.58	TRADE MAP
Valor unitario de las exportaciones peruanas de Camote	0.98	0.79	0.44	1.20	1.81	SUNAT
Costo Contenedor de 40 pies refrigerado	6,000	5,700	4,800	5,000	3,700	SIICEX – GAMARRA GROUP
Tiempo transporte (días)	30-40	30-40	51	35	14-16 días	SEARATES
Facilidad de negocios	6	28	14	27	7	Doing Business 2016

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

En la tabla 49 observamos las variables de los países seleccionados, en el PBI per cápita en primer lugar tenemos a Países Bajos con \$59,991 y en segundo lugar a Estados Unidos con \$58,992, en acceso a mercado con todos los países seleccionados tenemos TLC menos Con Reino Unido, en importaciones per cápita tenemos en primer lugar a Reino Unido con 14.31 y en segundo lugar tenemos a Estados Unidos con 5.23, en valor unitario de importaciones de camote en primer lugar tenemos a Estados Unidos con un valor de \$1.81 y en segundo lugar a Francia con \$1.20, valor unitario de las exportaciones peruanas de camote como primer comprador de camote peruano tenemos a Estado Unidos con un valor de \$1.81 y en segundo lugar a Francia con un valor de \$1.20.

**Tabla 50. Resultados de la macrosegmentación**

Variables	Peso ponderado	Reino Unido		Países Bajos		Canadá		Francia		Estados Unidos	
		Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total
Tamaño de mercado (PBI Per cápita)	0.20	4	0.80	5	1.00	3	0.60	5	1.00	4	0.80
Acceso de mercado	0.20	0	0.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00
Intensidad de las importaciones (Imp. pc)	0.15	5	0.75	1	0.15	1	0.15	0	0.06	1	0.15
Sostenibilidad del precio de importaciones (Valor Unitario de Imp.)	0.15	2	0.30	3	0.45	2	0.30	4	0.60	3	0.45
Intensidad de las exportaciones peruanas (Valor Unitario \$/kg)	0.15	2	0.30	1	0.15	3	0.45	1	0.15	4	0.60

Costo de flete	0.08	3	0.24	4	0.32	4	0.32	2	0.16	5	0.4
Tiempos de transporte	0.02	2	0.04	2	0.04	1	0.02	3	0.06	5	0.1
Facilidad de hacer negocios	0.05	1	0.05	1	0.05	2	0.10	4	0.20	2	0.1
Total Puntuación	<b>1.00</b>		2.48		3.16		2.94		3.23		3.6

*Elaboración: Propia*

En La tabla 50 observamos que de acuerdo a las variables analizadas Estados Unidos se encuentra en primer lugar con una puntuación de 3.60, a Francia de 3.23 de puntuación de acuerdo a los resultados de las variables, y a Países Bajos con una puntuación de 3.16 de acuerdo a las puntuaciones que se han investigado para la evaluación.

## Análisis PEST.

Situación Política	Económica	Social	Tecnológica
Estados Unidos es una república constitucional, presidencial y federal. Su gobierno tiene unos poderes limitados enumerados en la Constitución delos Estados Unidos. Su forma de gobierno es conocida como democracia presidencialista porque hay un presidente. La elección del presidente es indirecta	WASHINGTON. Estados Unidos está recuperado y listo para impulsar el crecimiento mundial en 2015. Tras sufrir para salir de la Gran Recesión, la economía más grande del mundo ha pasado por una racha ganadora que lo está' acerando a una salud económica total, pero el próximo año no parece tan brillante para otras economías dsarrollad5 importantes.	<b>Cultura:</b> Estados Unidos es una nación multicultural <b>Arte:</b> Las artes en Estados Unidos han crecido velozmente, especialmente durante los últimos 30años. <b>Educación:</b> El sistema educativo de Estados Unidos es mayoritariamente público, con control y financiamiento de los tres niveles de gobierno: federal, estatal y local. La educación infantil	Estados Unidos cuenta con las mayores empresas de computadoras, informática, tecnología o todo lo que varía en ese campo, tales como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apple</li> <li>• Microsoft</li> <li>• HP</li> <li>• Dell</li> <li>• IBM</li> </ul>



través de compromisarios o grandes electores.	PBI per cápita (US\$) 57 046 Tasa de inflación (%) 2,2 Tasa de desempleo (%) 5,9	obligatoria. <b>Religión:</b> Estados Unidos es oficialmente un estilo laico
---	---	--

**Tabla 51.** Análisis PEST de Estados Unidos

*Fuente: Guía de mercado Estados Unidos Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ 2015*

*Elaboración: Propia*

## Medidas Arancelarias y no Arancelarias

### Medidas Arancelarias

PromPeru, (2014) Son dos los establecimientos que entran principalmente en la importación de mercadería en los Estados Unidos. La United States International Trade Commission (USITC), es la compañía que se autoriza de la divulgación pública del Arancel Armonizado de los Estados Unidos, conocido como HTSUS. Por su porción la Aduana Estadounidense (U.S. Customs and Border Protection - CBP), es la representante de dirigir los regímenes arancelarios y de condenar las afirmaciones de importación en el nación. Contiene marcar que las comisiones aduaneros son establecidas por el Parlamento y son actuales en todo el departamento estadounidense, sin elegancia cualquiera entre los convenientes estados de la unión americana.

Frutas, menestras y otros vegetales: El arancel promedio NMF es 4,7% y el 21% de la mercadería se hallan reducidos.

### Medidas no Arancelarias

PromPeru, (2014) La diligencia normal aduanera en Estados Unidos es muy inclemente; a tormento de ello, agradecimientos a los métodos informáticos realizados en la patria, la estación promedio en el que la mercadería puede alcanzar a ser redimido por la Aduana Americana es de un día. Para ello, es eternamente significativo al referir con un empleado de aduana en el fondeadero

de ingreso, que el empaque y embalaje sean los considerados, y que los concernientes documentos hayan sido perfeccionados y cedidos a tiempo.

De convenio al tipo de mercadería que se desee inscribirse a Estados Unidos, viven autorizaciones o atestados personales que son expresadas por la aduana y entidades ordenadoras personales:

Agencia de Protección Ambiental (EPA): Químicos, aerosoles, desinfectantes, efectos de lavado, bocetos, plaguicidas, funguicidas, herbicidas, sustancias venenosas.

Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA): Cosméticos de todo tipo, medicamentos sin receta, píldoras, mercaderías homeopáticas o naturistas, drogas para medicamentos y derivados y su materia prima, leche, crema, nata, queso y derivados del queso, alimentos enlatados, envasados y empaquetados.

Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA): tomates, paltas, limas, naranjas, ciruelas, aceitunas, etc. y todo tipo de vegetal y fruta, insectos vivos o sus huevos, crisálidas o larvas que no lesionen las cosechas ni los árboles, aves en corriente como pollos, gallinas, gansos, patos, palomas, cisnes, etc. (vivos o en piezas para consumo), huevos.

## **Tendencia del consumidor**

PromPeru, (2014) El norteamericano es calificado como una de las personas más consumistas eternamente dispuesto a experimentar mercadería nueva y novedosa que llame la atención en el mercado. Es severo, acostumbrado que se procede de la búsqueda de datos que se va a realizar. También, tiene conocimiento del arreglo del medio ambiente. Conoce muy bien sus pagos como comprador y hace uso de las leyes que lo protegen. En caso de estar perjudicado no duda en levantar una demanda ante daños causados por mercadería efectuadas. Si bien el valor es un voluble notable al resolver una adquisición, también son significativos la aptitud, la caución y el servicio post venta. El estadounidense espera un servicio post venta de calidad.

Las mercaderías que puedan coligar a la novedad y/o exclusividad, son más impresionables a ser estimados por su calidad y no tanto por su precio. Da específico de importancia en cómo se va a presentar el producto, por ello el envase y el etiquetado debe ser de calidad y debe llamar la atención al consumidos o al mercado. Cada vez consignan menos tiempo en ir a la búsqueda productos y cotejar precios. Un comprador gata 20 minutos como promedio en una tienda y camina menos de la cuarta parte de ella. En relación, el número de compradores que visitan tiendas chicas está en acrecentamiento, ya que se le hace más fácil.

## Productos Sustitutos

**Tabla 52.** *Productos sustitutos del camote*

<b>Producto</b>	<b>Nombre Científico</b>
Yuca	Manihot esculenta
Papa	Solanum tuberosum
Yacon	Smallanthus sonchifolius
<i>Elaboración: propia</i>	<i>Fuente: Prom Perú</i>

## Canales de distribución

La elección del canal de distribución involucra razonar varios factores, Especialmente el más básico que es: el costo Llegan a existir dos tipos: indirecto y directo 1. Distribución indirecta: (necesidad de intermediario para llegar al minorista).

Distribución directa

Conducciones de Distribución A. “Importador/ Distribuidor y/o Mayorista”:

Positivo:

Toma riesgo de la acción.

Portafolio de clientes y juicio del mercado.  
Organización como empresa norteamericana

Negativo:

Encarece el costo del producto.

No hay inspección del producto y su lugar en el mercado (el realiza la fomento, post venta, transporte y distribución).

Ignorancia del consumidor final (preferencias para adecuar el producto y desarrollar estrategias).

Solución: Pactar empresa de Servicios Logísticos que haga toda la prestación de importación y distribución del producto.

Canales de distribución B "Representante":

10 % ha 15% de comisión sobre precio del producto ya nacionalizado.

Trabajo de representación de una o varias compañías con contrato de Exclusividad por Zonas o áreas geográficas explícitas.

Intervención en Ferias Especializadas.

Positivo: Control de la comercialización del producto y conocimiento del Mercado a través de los clientes/zonas del representante.

Negativo: responsable por las gestiones y costo de importación, así como la cobranza a los clientes.

Distribución directa.

Concisamente al consumidor final: NO utilizan ningún tipo de intermediarios.

Aumento de inversión NO recomendable para pequeños.

Venta directa al minorista (ferias especializadas).

Inauguración de una tienda. (Más costosa, rentabilidad a largo plazo, estrategia y estilo de marca).

## 5.8. Planeamiento estratégico

Tabla 53. Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Capacidad Gerencial (capacidad y experiencia).	Demanda creciente del camote en los Estados Unidos.
Profesionales y operarios de alta capacidad técnica conocedores del rubro.	Alto crecimiento poblacional latina en los EEUU (consumidores de camote)
Las mejores técnicas y tecnologías utilizadas.	A la producción de camote en todas las provincias de Lambayeque.
Obtención de un producto de alta calidad.  Alianzas importantes con productores.	Cada vez más productores de camote se unen a la cultura exportadora
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Propenso a plagas y enfermedades  Subida de precios de los fertilizantes.	México es el país que más exporta camote los Estados Unidos, a un precio más competitivo
Mayor precio de flete en comparación a nuestro mayor competidor (México).  El precio internacional del camote es bajo.	Estados Unidos podría incrementar significativamente su producción de camote que actualmente es 4 veces lo que Perú produce
No contamos con un capital elevado al de las demás empresas.	Aumento del precio de fertilizantes y otros insumos.

*Elaboración: propia*

### **5.8.1. Visión**

Al 2019 ser la compañía más importante comercializadora de camote fresco que se despliegue de forma, positiva, consistente, flexible, beneficiosa y socialmente comprometida.

### **5.8.2. Misión**

Es una empresa de acopiamiento, selección y exportación de camote, que Comprará directamente a los agricultores de mano con acopiadores para la exportación de camote fresco a Estados Unidos, dentro de un cuadro de comercio justo y equilibrado. Entendiendo que el triunfo de ambos está profundamente relacionado.

### **5.8.3. Objetivos estratégicos**

Establecerá alianzas importantes consistentes con los productores de camote.

Lograr que los productores remen en conjunto a través de asociaciones.

Establecer pactos comerciales solidos con los grandes importadores y distribuidores de camote en los EEUU.

Lograr ser una empresa con un excelente equipo de trabajo en el rubro.

Lograr situarnos dentro de las 3 mayores empresas de acopio y exportación de camote fresco.

Ser conocida y reconocida como una empresa que aviva y practica el Comercio justo y equilibrado (los productores son nuestro primordial socio Estratégico).

El personal es el primordial activo en la empresa, se reconoce la jerarquía de cada persona para el éxito y crecimiento del negocio.

Buscar constantes nichos de mercados que nos permitan progresar como empresa.

#### **5.8.4. Estrategias genéricas**

Establecerá alianzas estratégicas macizas con los productores de camote.

Involucramiento desde la siembra y cosecha a través de capacitaciones, asesoramiento y supervisión firme a los productores. Que los productores consideren que somos parte de una gran familia, deduciendo que el éxito de ambos está profundamente relacionado.

Buscará de las mejores metodologías y tecnologías (innovación), económicamente factibles para la obtención de un producto de calidad para la exportación.

Contará con las mejores personas en el rubro, hondamente capacitados y motivados en ser parte de la empresa.

#### **5.8.5. Fuente de ventajas competitivas**

Perú produce camote casi todo el año.

La característica del camote peruano es superior a la del mexicano y otros países (sabor y calidad).

Perú cuenta con un suelo y clima privilegiado que hace que su camote sea único.

El precio internacional y la calidad del camote peruano son competitivo.

## 5.8.6. Alianzas estratégicas

Alianzas importantes solidas con los productores y/o asociaciones de Productores.

Alianzas estrategias con proveedores, Pactos comerciales con los importadores y distribuidores de camote en los Estados Unidos.

## 5.9. Plan de marketing

### 5.9.1. Producto

**Tabla 54. Ficha Técnica**

Nombre Científico	Ipomoea batatas
Familia	Convolvulaceae
Partida arancelaria	0714209000
Descripción arancelaria	Camotes (batatas, boniatos) frescos, refrigerados, congelados o secos.  Variedades: Tipo blanco, amarillo y anaranjado.
<hr/>	
<i>Elaboración: Propia</i>	<i>Fuente: SIICEX, (2015)</i>

**Tabla 55. Características técnicas**

<b>Por 100 gr de parte comestible ( para las variedades de pulpa amarilla )</b>	
Calorías	120
Agua	70%
Proteínas	1.2%
Carbohidratos	28%
Calcio	41 mgr



Fosforo	31 mgr
Fierro	0.8 mgr
Caroteno	0.25 mgr
Riboflavina	0.05 mgr
Niacina	0.63 mg
Tiamona	0.10 mgr

*Elaboración: propia*

*Fuente: SIICEX, (2015)*

En la tabla 55 observamos la composición química del camote por 100 gm de pulpa amarilla que se compone por agua pretilas carbohidratos calcio fosforo fierro entre otros.

**Tabla 56. Calibres aceptados actualmente por los exportadores**

<b>Tamaño</b>	<b>Peso</b>	<b>Porcentaje aceptado por los exportadores actuales</b>
<b>Extra grande</b>	909 a 1,710 gramos	10%
<b>Grande</b>	455 a 908 gramos	40%
<b>Mediano</b>	228 a 454 gramos	40%
<b>Pequeño</b>	114 a 227 gramos	10%

*Elaboración: propia*

En la tabla 56 observamos los calibre que son aceptados para exportar y que requiere dicho mercado como vemos existen diversos tamaños como es el extra grande, grande, medianos y pequeños, nuestra empresa exportara de acuerdo al calibre que dese dicho mercado o dicha empresa.

## 5.9.2. Precio

**Tabla 57.** Precio de camote empresas competidoras

Empresa	Precio	Tipo de Icoterms
Prima Farms S.A.C	1.00 \$ kg	FOB
Natural Perú S.A.C	1.20 \$ kg	FOB
Rainforest Herbal Products S.A.C	1.00 \$ kg	FOB

*Elaboración: propia* *Fuente: Sunat*

La empresa ALYO EXPORT S.A.C venderá a 45.00 \$ FOB. Por saco de 100 Lb.

## 5.9.3. Plaza

**Tabla 58.** Clientes para la compra de camote fresco

NOMBRE DE EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	PAGINA WEB
Atlantic USA Inc	17 State St # 23, New York, NY 10004, Estados Unidos	+1 212-248- 1190	<a href="http://www.atlantic.com">www.atlantic.com</a>
Roland Foods, LLC	71 W 23rd St #1500, New York, NY 10010, Estados Unidos	+1 212-248- 1190	www.rolandfoo d.com/
BCFoods, Inc.	1330 N Dutton Ave #100, Santa Rosa, CA 95401, Estados Unidos	+1 707-547- 1776	bfoods.com

*Fuente: Sunat*

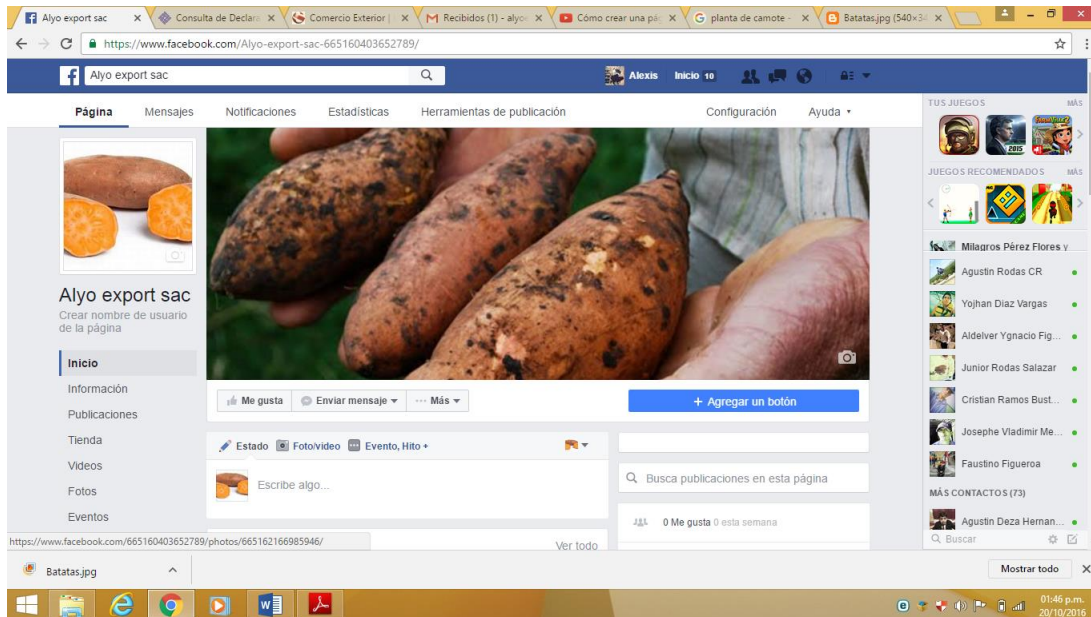
*Elaboración: propia*

En la tabla 58 observamos los principales clientes para la compra de camote

fresco en Estados Unidos con su dirección teléfono y pagina web. Entre ellos tenemos a Atlantic USA Inc., Roland Foods LLC y BCFoods Inc.

## 5.9.4. Promoción

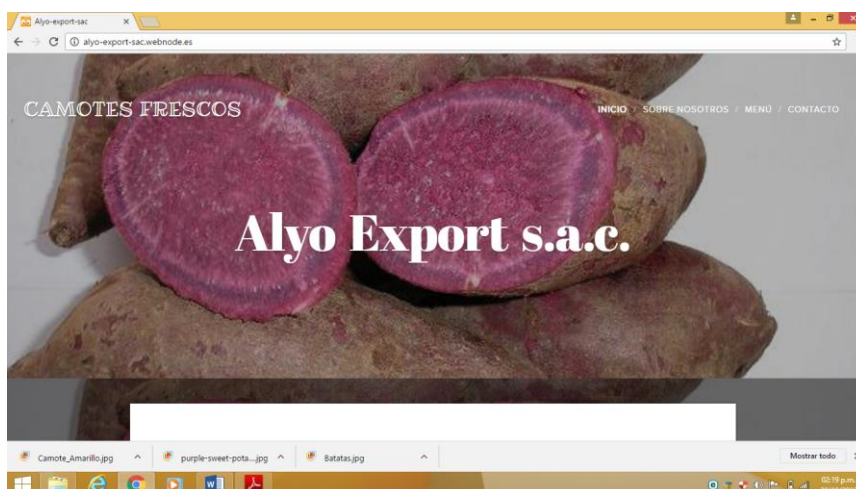
Facebook oficial de la empresa ALYO EXPORT S.A.C.



Elaboración: propia

**Figura 35.** En la figura observamos el Facebook oficial de la empresa otro medio por el cual encontraran la forma de contactarnos con nuestra empresa, dirección, email, página web, productos entre otras cosas.

Página Web oficial de la empresa ALYO EXPORT S.A.C



Elaboración: propia

**Figura 36:** en la figura observamos la Página Web oficial de la empresa otro medio por el cual encontraran la forma de contactarnos con nuestra empresa, dirección, email, página web, productos entre otras cosas.

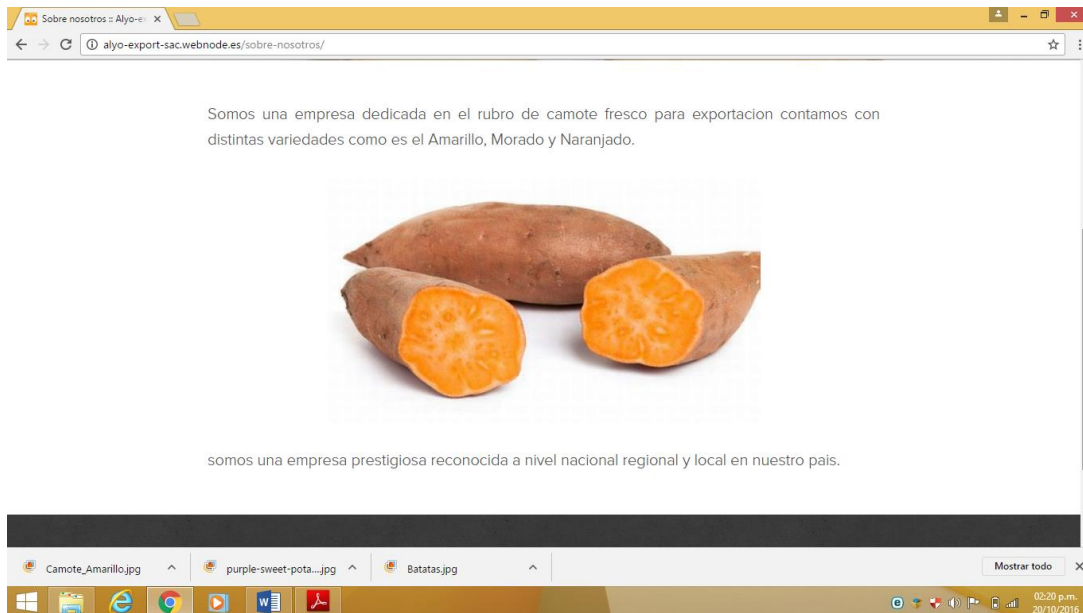
### Página Web oficial de la empresa ALYO EXPORT S.A.C



*Elaboración: propia*

**Figura 37.** En la figura observamos la Página Web oficial de la empresa donde podemos observar las variedades de camote que ofrecemos.

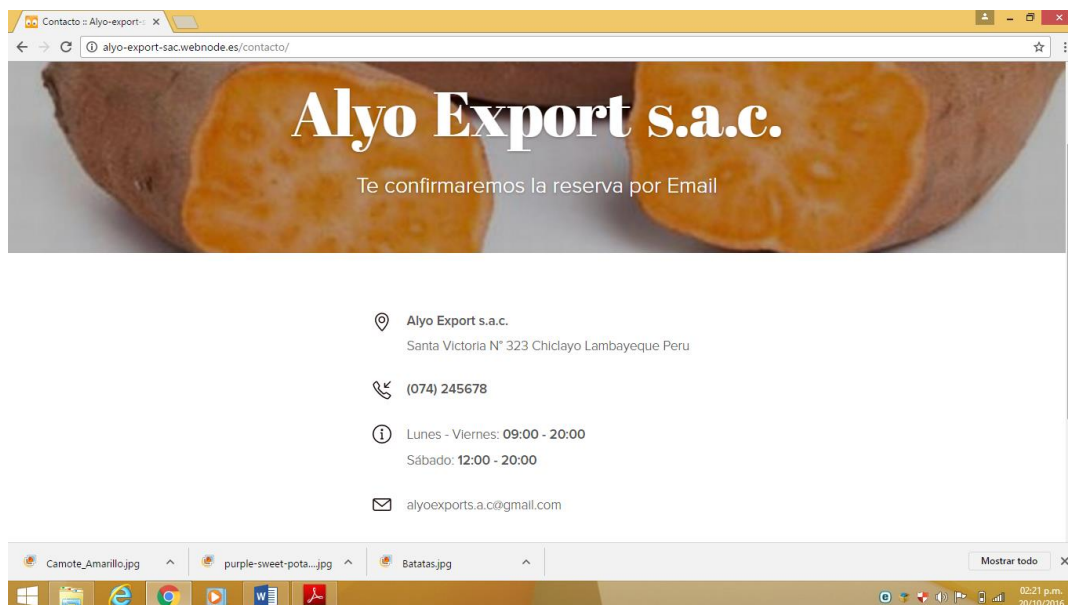
### Página Web oficial de la empresa ALYO EXPORT S.A.C



*Elaboración: propia*

**Figura 38.** En la figura observamos el Página Web oficial de la empresa, la reseña historia sobre la empresa.

### Página Web oficial de la empresa ALYO EXPORT S.A.C



*Elaboración: propia*

**Figura 39.** En la figura observamos la Página Web oficial de la empresa otro medio por el cual encontraran la forma de contactarnos con nuestra empresa, dirección, email, página web, productos entre otras cosas.

**Tabla 59** *Ferias Internacionales*

<b>Feria</b>	<b>Fecha</b>	<b>Mes</b>	<b>Ciudad</b>	<b>País</b>
NATURAL PRODUCTS EXPO WEST	11 – 13	MARZO	ANAHEIM	ESTADOS UNIDOS
SCAA	14 – 17	ABRIL	ATLANTA	ESTADOS UNIDOS
MANHATTAN COCKTAIL CLASSIC	15 – 19	MAYO	NEW YORK	ESTADOS UNIDOS
SUMMER FANCY FOOD	26 – 28	JUNIO	NEW YORK	ESTADOS UNIDOS
TALES OF THE	20 – 24	JULIO	NEW	ESTADOS

COCKTAIL				ORLEANS	UNIDOS
EXPOALIMENTARIA	28 – 30	SEPTIEMBRE	LIMA		PERU
RUEDA	DE 28 – 30	SEPTIEMBRE	LIMA		PERU
NEGOCIOS	PERÚ				
NATURA					
SUPPLY SIDE WEST	05 – 09	OCTUBRE	LAS VEGAS		ESTADOS UNIDOS
PMA	FRESH 15 – 19	OCTUBRE	ORLANDO		ESTADOS UNIDOS
SUMMIT					UNIDOS
PLMA	13 – 15	NOVIEMBRE	CHICAGO		ESTADOS UNIDOS

*Elaboración:*

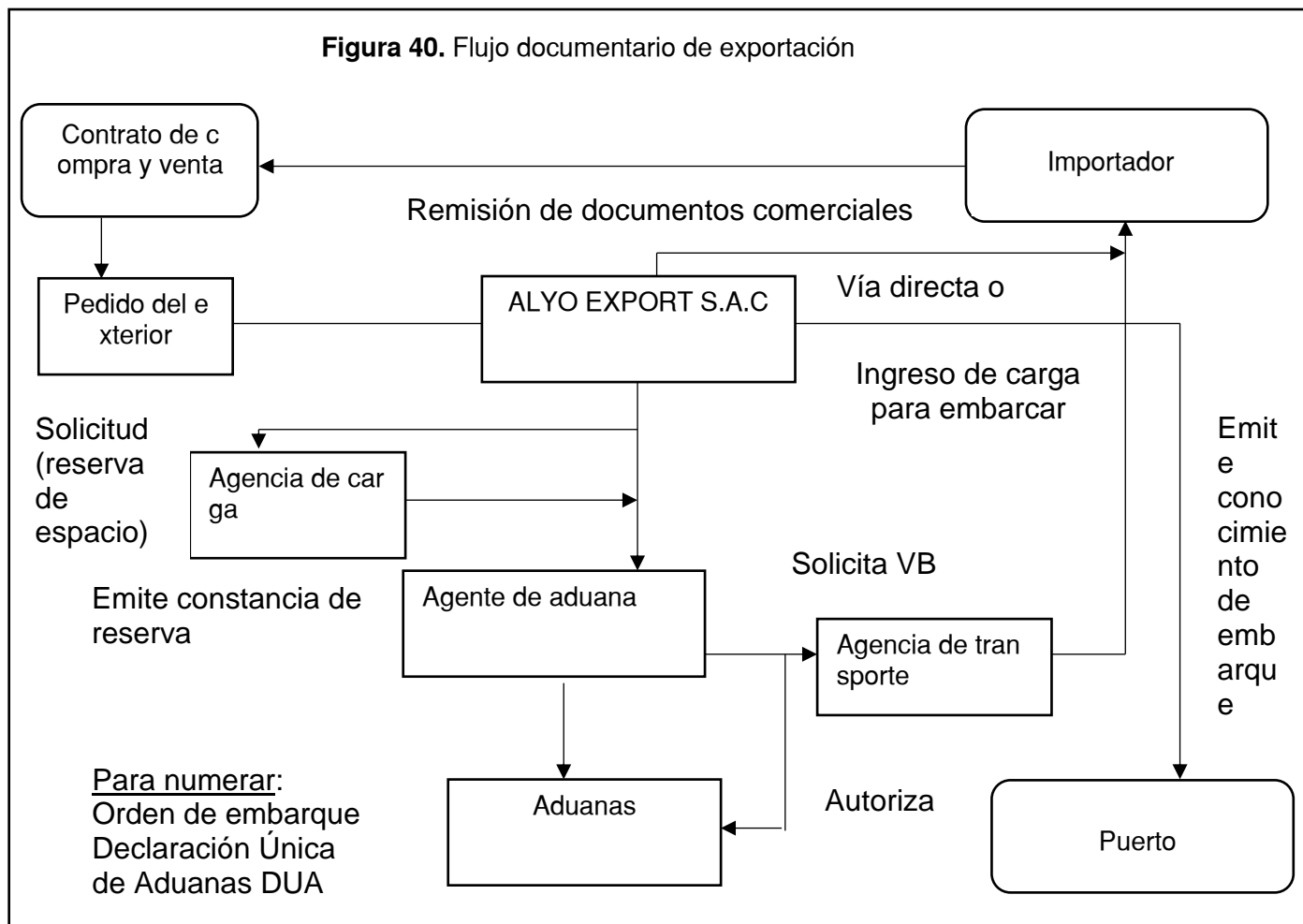
*Propia Fuente: Siicex*

En la tabla 59 observamos las ferias internacionales donde participaremos para ofrecer nuestro producto observamos la fecha como días mes, la ciudad donde se realizar y el país, la empresa estará presente en una de Estados Unidos que es PMA FRESH SUMMIT y la de Perú EXPOALIMETARIA.

## **5.10. Plan de operaciones**

### **5.10.1. Proceso interno para la exportación**

Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , (2009) Nos Dice que se ha elaborado con informe al procedimiento de exportaciones concluyentes determinado por SUNAT, éste se logra examinar en ADUANAS PERÚ. El primer paso a ejecutar es igualar el fruto a exportar con su conveniente partida arancelaria en Aduanas. En la figura, se igualan cinco principales formas dentro del transcurso de exportación que son: el importador, el exportador, el agente de carga y transporte, el agente de aduanas y la aduana. Como entidades secundarias se pueden aludir al Puerto o Aeropuerto, Bancos para el proceso de cobranza, Senasa y otros.



*Elaboración: propia*

Figura N° 40 se especifica el flujo documentario entre el Agente de Aduanas y Aduanas del Perú. A continuación, vendremos a exponer las primordiales prontitudes en el flujo como parte del procedimiento aduanero.

### **Procedimiento Aduanero**

Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , (2009)  
 El actual procedimiento de exportación, ingresó en vigencia en indivisas las aduanas de la República conteniendo la Aduana Postal de Lima por Resolución N° 0591-93-ADUANAS y diferida su vigencia por la Resolución 0741-93-ADUANAS (pub. 10.07.93). Manual del Régimen Definitivo de Exportación, aprobado por las Resoluciones antes descritas. La Aduana postal se rige por el D.S. N° 153-93-EF (pub. 61 20.11.93) y Anexos (pub. 23.11.93). Estos

procedimientos son efectuados por el Agente de Aduana o Despachador Oficial ante la Aduana y se detallan para conocimiento del exportador.

## **Presentación de la Orden de Embarque**

Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , (2009)  
El Agente de Aduana envía el Mandato de Embarque vía correo electrónico y Aduanas da un pre número, pero sin conducto; con este instrumento integra la obligación al almacén acreditado (marítimo o aéreo) en que sellan la disposición y con esto se va al Terminal Marítimo y/o Aeropuerto, integran el pre número y recientemente sale el canal (revisión física o documentaria) y legalizan la orden. Si surge investigación física, designan el panorama de aduanas y se va al almacén en que está el producto para revisar.

## **De la numeración**

Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , (2009)  
El personal de aduana comprueba que el expediente presentado esté en acorde con lo acertado en el la Obligación de Guía de Entrega de documentos (G.E.D.) timbrando, anotando y restituyendo la copia al avaro en señal de aprobación; en asunto inverso descienden a su retroceso. Los funcionarios administrativos provienen a fechar y anotar las disposiciones de embarque con el número fijado por el SIGAD (Sistema de Gestión Administrativa) y ordena el expediente a efectos de su comercialización.

## **Del reconocimiento físico**

Reconocimiento Físico Sin Incidencia. -

Trabajado el reconocimiento, el particular experto de aduanas proviene a instalar los sellos y precinto de seguridad en los productos que ingresa la encuesta conveniente al SIGAD, luego envía la orden de embarque en el recuadro "verificación de Aduanas" devolviéndole al particular administrativo del Control de Embarque.



Aforo Físico con Incidencia. -

Cuando el personal experto de la aduana verifica discrepancias entre lo ostensible y examinado, se suspende el aforo y formula el parte conveniente para los compromisos del asunto. De exponer improcedente el embarque el personal de aduana proviene a inhabilitar en el sistema y almacenar la Orden de Embarque permaneciendo los productos frenas a las habilidades legales actuales

## **Control de Embarque**

Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , (2009) Los productos deberían ser embarcados y tienen 15 días como plazo máximo calendarios numerados desde la fecha de notación de la disposición de embarque. Si los productos no fueran embarcados dentro del plazo señalado, el Agente de Aduana o Despachador Oficial corresponderá requerir la abolición de la Orden de Embarque previa certificación de la forma depositaria. La Cía. Transportadora bajo signatura de su actor, corresponderá abandonar perseverancia en la Orden de Embarque en el rubro "Verificación Cía. Transportista", la cuantía de bultos ciertamente en el barco, señalando fecha y hora de dicho hecho.

## **Acciones posteriores al embarque**

Al igual que en el paso preliminar, estos ejercicios son ejecutadas por el Agente de Aduana o Despachador Oficial.

Declaración de la Declaración Única de Aduanas (DUA)

A la solitaria exposición por segmento del Agente de Aduana o Despachador Oficial de la Declaración Única de Aduanas justamente acreditada hacia el embarque del producto amparado por el documento "ORDEN DE EMBARQUE".

De la exposición de la DUA La Declaración Única de Aduanas justamente llenada inscrita por el Agente de Aduana o Despachador Oficial que tramitó la Orden de Embarque firme asuntos de potencial maduro que existirán competentes por el director de la Aduana respectiva

En asunto de infracción, el Agente de Aduana o Despachador Oficial estará reprobado de sus actividades de aquiescencia con el inciso a) y c) del Art. 197º y el Inc. g) del Art. 197.Aº de la Ley General de Aduanas. Las Creencias que no existieran mostradas de aquiescencia existirán objeto de 65 rebotes por la Aduana devolviéndole al avaro mostrando el porqué del rechazo.

## **Numeración de la DUA**

Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , (2009)  
El personal de Aduana recepción y comprueba la Afirmación para exportar y las documentaciones que acogen al nombramiento. Si del reconocimiento y verificación de la DUA se ultimara que ésta no se halla acorde, la Aduana comunicará al Agente de Aduana o Despachador Oficial para su regularización, previo pago de una multa equivalente a 0.10 de la U.I.T. la que existirá cancelada en el plazo de diez días contados a partir del día siguiente de su comunicación; sometido dicho plazo el compromiso existirá reivindicatorio obligadamente. De ser consonante, el SIGAD genera automáticamente la numeración correspondiente

## **Fiscalización de la Aduana**

Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , (2009)  
Las Declaraciones Única de Aduanas que acogen el despacho de productos comprendidas en el inventario de Productos Tradicionales, así como unos productos que soliciten comprobación y/o análisis químicos, existirán cosa de la comprobación conveniente. Previo al ingreso, el personal de Aduanas verifica que los sellos y precintos de seguridad estén educadamente instalados y que no tengan manipulaciones alteradas. Cargador comprueba el ingreso de los productos y apunta la cantidad de equipajes, señalándose fecha y hora de sentencia acto en la casilla respectiva de la Orden de Embarque.

## **Descripción de documentos**

Orden de Embarque (OE). Dispuesto por el Agente de aduana y se muestra al instante de requerir el embarque de los productos. Adaptable a productos cuyos valores FOB estén ascendentes a los US\$ 2000.

Declaración Única de Aduanas (DUA) Es el instrumento mediante el cual se pide ante la Autoridad Aduanera la regularización de la exportación de productos.

### **Documento de Transporte**

Señala la investigación cubierta en el flete pagado o por pagar, el mismo que dependiendo del país importador constituirá parte de la base imponible sobre la cual se sufragarán los gravámenes de importación.

### **Certificado de Origen.**

Documento que confirma el origen de los productos, lo tramita el exportador en su país y lo envía al importador para autoridad consentir a las exoneraciones o disminuciones arancelarias determinadas en los convenios productivos. La forma acreditada por el MINCETUR para despachar Certificados de Origen en el marco de los pactos productivos o regímenes preferenciales de los cuales el Perú es parte o favorecido, según incumba. Es la cámara de comercio del Perú.

### **Póliza de Seguro**

Si el Incoterm designado envuelve la necesidad del proveedor de pactar un seguro de transporte a auxilio del consumidor, entonces se corresponderá lograr.

MAPFRE, RIMAC, PACIFICO, etc. Son por ejemplo garantizadoras de que ofrecen un seguro para la exportación o importación.

### **Certificado Fitosanitario.**

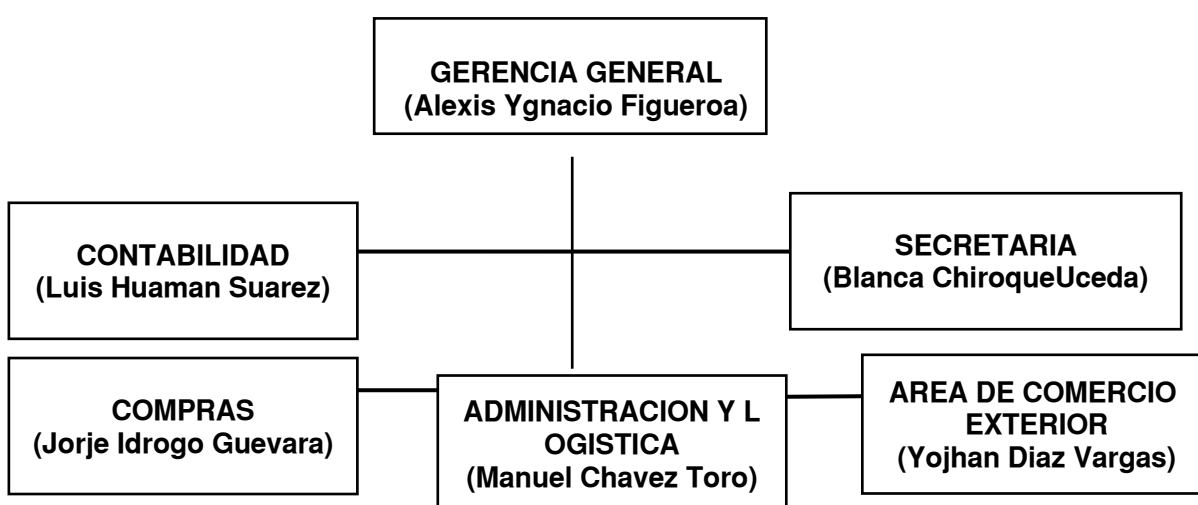
Su propósito es afirmar que los productos de exportación de origen vegetal y animal se hallen libres de cualquier enfermedad o plaga y que vivan convenientes para el gasto humano. Esta herramienta es expresada por las autoridades Sanitarias en el país del exportador (SENASA). Lista de Empaque o Contenido. Instrumento emitido por el exportador, sujeta las fichas relativas al producto para facilitar su ubicación y manipuleo.

## Certificaciones Previas

(De ser el caso) Comprobar si la mercadería a exportarse se acoge a cualquiera distinción arancelaria en el país importador, tal es el asunto de la Ley de Distinción. Para tal consecuencia se solicita la manifestación de un Certificado de Origen, el cual es visado por la Cámara de Comercio e Industria de la ciudad desde donde se ingresa.

### 5.10.2. Diseño de la estructura y el plan de recursos humanos

Figura 41.



*Elaboración: propia*

Figura 41 La organización a diseñar es horizontal y poli funcional debido a las operaciones pocas frecuentes y estacionales con la campaña de cosecha, y además con el objetivo de minimizar costos fijos, pero manteniendo las funciones centrales del negocio con personal propio.

### **5.10.3. MOF (Manual de Organización y Funciones)**

#### **Gerencia General.**

Representante legal de la compañía y en ese molesto incumbirá velar por el desempeño de todas las exigencias lógicas que conmuevan los negocios y sistematizaciones de ésta.

#### ***Objetivos***

La Gerencia General es el aparato orgánico que depende del Directorio, Comprometido en la administración y gestión de la Empresa, de desplegar las actividades que alcancen de manera eficaz, los objetivos y metas Institucionales. Para el progreso de sus actividades cuenta con el asesoramiento legal externo conveniente.

#### ***Funciones Generales***

Expresar y mostrar a la Asamblea para su asentimiento al plan anual de la Compañía que contiene las habilidades de proyección, objetivos, políticas, metas, programas y presupuestos referidos a las actividades institucionales.

Aconsejar a la Asamblea en asuntos técnicas suministrar la información necesaria.

Dirigir las medidas correctivas que fueran necesarias para el logro de los objetivos, planes, programas, metas y presupuestos establecidos.

Afirmar que el progreso de transmisiones y procedimientos que dirijan las diligencias y el uso de los recursos, se lleven a cabo acorde la habilidad, políticas, procedimientos y normas determinadas.

Crear efectuar de modo eficaz los acuerdos y resoluciones que adopte la Junta General de Accionistas y el Directorio.

Valorar los criterios y ordenamientos de selectividad en la calidad de clientes, a fin de garantizar una mejor rentabilidad lucrativa dentro de los planes diseñados.

## **Contabilidad.**

Se encomienda de organizar y maniobrar las políticas, normas, sistemas y procedimientos forzosos para avalar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad.

### ***Objetivos***

Ejecutar una eficaz administración y control del sistema contable de la Compañía, mediante la fabricación precisa y oportuna de la información Financiera y económica que ayuden al desarrollo de la Empresa para la adquisición de decisiones.

### ***Funciones***

Para completar con el objetivo del Área de Contabilidad y Finanzas, el Contador General corresponderá en realizar las siguientes funciones las mismas que no son limitativas:

Efectuar y hacer efectuar el Manual de Organización y Funciones, así como el Manual de Normas y Ordenamientos del área de Contabilidad.

Cumplir y hacer cumplir el Plan Contable General Empresarial.

Arreglar o elaborar los informes, balances, estados de ganancias y pérdidas y Otros en carácter mensual, trimestral y anual, a fin de ser presentados dentro de la fecha establecida para elevarlos al Directorio a través de la Gerencia Administración para su conveniente revisión y aprobación.

Meditar y dar conformidad a todos los documentos que respaldan las Obligaciones de pago o desembolso de fondos elevándolos a la Gerencia de Administración para su autorización.

Trazar desarrollar y actualizar los sistemas y procedimientos contables en coordinación con la Oficina de Desarrollo Empresarial, supervisando a las demás áreas de la empresa a quienes involucre el sistema para su adecuado cumplimiento.

Remitir en forma oportuna los Indicadores de gestión y otros informes en la fecha Establecida.

Suministrar la información contable - presupuestal que se solicita para fines Internos y externos previa relación con la Gerencia de Administración.

### **Secretaria.**

Individuo que se encomienda de acoger y transcribir la comunicación de un privilegiado honorífico, transportar avance la libreta de éste y proteger y establecer los instrumentos de un departamento. La obligación que cumple una secretaria suele echar de ver a modo auxiliar administrador.

#### ***Funciones específicas***

Recepcionar y archivar el archivo de Dirección.

Escribir la comunicación, de convenio a las descripciones ordinarias.

Conservar renovado el Archivo del Despacho de Gerencia.

En coherencia con el personal auxiliar atiende la buena etapa y uso de las haciendas y mobiliarios establecidos a la Agencia de Dirección.

Llevar el registro de ingresos y salidas de Oficios, Memorandos, Circulares, Cartas y Resoluciones que firma el Gerente de la empresa.

Recepcionar la comunicación y comercialización de la propia a los mercados proporcionados.

Composición de cartas a los compradores, uniendo el expediente requerido por ellos según transacción.

Ejecutar el rastreo a los compradores en cuanto a las recaudaciones.

Afirmar la coherencia con Dirección Ordinaria, Fortuna General y Mando de Capacidad Humana que suspende desemejantes acontecimientos de la compañía.

Disponer con el Dpto. Legal todo lo coherente con la inscripción en Investigaciones Públicas de las delegaciones en provincias, Lima y varios.

Inspeccionar los registros de naturaleza de la compañía y mecanismos.

## **Compras.**

Jurisdicción comprometida de la compasiva estructura para ejecutar con éxito las diligencias de adquisiciones. La gestión de la jurisdicción de adquisiciones testimonia que inseparables las haciendas, productos e enumeración obligatorios hacia la manipulación del oficio se establezcan y se hallen a tiempo en los depósitos de cualquier compañía; también, asimismo es comprometido de inspeccionar el costo de los bienes logrados, los niveles de repertorio y debe ser capaz de desplegar buenas recomendaciones con los vendedores.

## ***Funciones***

Consolidación de los módulos de costos y valorización presupuestal.

Elaboración de solicitudes de materiales e insumos para los cursos y Áreas Operativas.

Registro de gastos de materiales, insumos y servicios por Cursos y Áreas Operativas.

Elaboración de solicitudes de servicios de transporte para los cursos y Áreas Operativas.

Elaboración de solicitudes de servicios de mantenimiento de acuerdo al Plan de Mantenimiento de la Facultad.

Registro de los gastos realizados por compras de materiales y servicios en el Pregrado, Postgrado y Áreas Operativas.

Encargado del manejo de fondos a rendir cuentas.



## **Administración y logística**

Basará su encargo pliega las metodologías de estudio, subsistemas y diligencias logísticas comprendidas en la continuación de provisiones completando a toda la compañía con la intención de inspeccionar dichos métodos para que posean la cabida de abastecer a métodos industriales u colocaciones, basándose en sus insuficiencias cubierta las tres cantidades esenciales del universo: materia, energía e información, que se reflejan a través de bienes y servicios.

### **Objetivos**

Ejecutar un eficiente soporte logístico para el óptimo trabajo administrativo y operativo de ALYO EXPORT S.A.C mediante la adquisición y abastecimiento oportuno, en calidad, cantidad, oportunidad y economía de los materiales, equipos, insumos, activos fijos, servicios y todo a lo que abastecimiento se refiere de acuerdo con los planes y/o programas de administración, producción, operación y mantenimiento, vigilando por la buena administración de los inventarios físicos - valorizados mediante la clasificación ABC y el análisis de los indicadores de gestión.

### **Funciones**

Para la consecución de los objetivos el Jefe de Logística y Servicios Generales Deberá efectuar con las siguientes funciones específicas, las mismas que no son Limitativas:

Efectuar y hacer efectuar el Manual de Organización y Funciones, así como el Manual de Normas y Procedimientos de su área.

Manifiestar, ejecutar y controlar el plan de presupuesto operativo anual, regularizando corporativamente su formulación y ejecución; así como, concordar e integrándolo con el plan de gestión empresarial.

Manifiestar, proponer y ejecutar el programa anual de compras locales, nacionales y de importación en oficio a los presupuestos aprobados, previa coordinación con las áreas que lo involucren.

Dirigir, inspeccionar y evaluar los procesos de adquisiciones de insumos, equipos, repuestos, materiales y servicios, vigilando por que estas se ejecuten en relación con las normas y procedimientos de la Empresa.

Proyectar, regir coordinar y controlar el proceso de control de inventarios (stocks) mediante el análisis de índices de cobertura e índices de rotación, así como con la estadística grafica mensual de los inventarios.

Administrar el proceso de almacenamiento de insumos, equipos, repuestos y materiales.

Diseñar y plantear nuevos formularios, así como sus normas y procedimientos para las sistematizaciones de compras y almacén, reflexionando que estos implican siempre a otras áreas.

### **Área de comercio exterior.**

(Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , 2009)

Elaborar las sistematizaciones concernientes con los productos de compra exterior de contrato a las reglas internacionales proporcionadas a los conectores nomotéticos y funcionarios vigentes.

#### ***Funciones***

Instituir procedimientos de ejercicio de pacto a las orientaciones aceptas por la dirección.

Establecer e igualar conformidades de industria. Transportando a cabo o regularizando culturas de clientes.

Disponer y dirigir el cálculo hacia la exportación.

Perfeccionar la cabida de elaboración, el registro de listas y estaciones de desembolso de la mercadería.

Regularizar la producción de procedimientos de trabajo de las diferentes áreas del departamento.

Conservar relación con todas las jurisdicciones de la compañía envueltos en el transcurso de exportación.

Caminar a los diversos países para conservar contactos con el mercado externo, asemejar conformidades de negocios, habilitar la red de ventas, anunciar en las primordiales contrataciones junto con la red de ventas

## 5.11. Proyección de los estados financieros.

**Tabla 60** *Supuestos de flujo de caja*

Concepto	Dato	Comentarios
Moneda	Dólares	¿Soles o dólares americanos?
Flujo de caja	Nominal	¿Flujo nominal o flujo real?
Horizonte de evaluación (en años)	3	
Inflación anual	0.00%	No se considera la inflación por ser flujo nominal y en dólares.
Tipo de cambio	S/. 3.35	Vigente al 29/10/2016
Depreciación	Lineal según SUNAT	¿Depreciación lineal o acelerada?
Reposición de activos fijos	Sí	Al año siguiente del activo fijo totalmente depreciado.
Valor residual de activos fijos	Sí	
Recuperación Capital de trabajo	Sí	
Método Capital de Trabajo	Promedio CxC CxP Inventario	¿Promedio CxC CxP Inventarios? ¿Saldo negativos del flujo financiero?
Impuesto a la renta	28%	Régimen agrario
Distribución de utilidades	5%	
IGV	0%	Con IGV=18% / Sin IGV=0%
Remuneración Mínima Vital	S/. 850.00	Vigente a partir del 1/5/2016
UIT	S/. 3,950.00	Vigente en año 2016

*Elaboración: propia*

En la tabla 60 observamos los principales supuestos de flujo de caja como la moneda, la inflación anual, tipo de cambios, depreciación, recuperación de capital de trabajos, método de capital de trabajos, impuestos a la renta, IGV etc.,

**Tabla 61.** *Supuestos para exportación año 2017*

<b>Año 2017</b>					
<b>Mes</b>	<b>Contenedores</b>	<b>TM/Cont</b>	<b>Total TM</b>	<b>Precio venta \$</b>	<b>Total</b>
Setiembre	1	28	28	1.50	42000
Octubre	3	28	84	1.50	126000
Noviembre	5	28	140	1.50	210000
Diciembre	5	28	140	1.50	210000
<b>Total</b>	<b>14</b>		<b>392</b>		<b>588000</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 61 podemos observar los contenedores, las toneladas métricas, precio de venta en septiembre, octubre, noviembre y diciembre del 2017 obtendremos 14 contenedores.

**Tabla 62.** *Supuestos para exportación año 2018*

<b>Año 2018</b>					
<b>Mes</b>	<b>Contenedores</b>	<b>TM/Cont</b>	<b>Total TM</b>	<b>Precio venta \$</b>	<b>Total</b>
Setiembre	1	28	28	1.50	42000
Octubre	4	28	112	1.50	168000
Noviembre	6	28	168	1.50	252000
Diciembre	6	28	168	1.50	252000
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>476</b>		<b>714000</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 62 podemos observar los contenedores, las toneladas métricas, precio de venta en septiembre, octubre, noviembre y diciembre del 2018 obtendremos 17 contenedores.

**Tabla 63.** *Supuestos para exportación año 2019*

<b>Año 2019</b>					
<b>Mes</b>	<b>Contenedores</b>	<b>TM/Cont</b>	<b>Total TM</b>	<b>Precio venta \$</b>	<b>Total</b>
Setiembre	2	28	56	1.50	84000
Octubre	5	28	140	1.50	210000
Noviembre	7	28	196	1.50	294000
Diciembre	7	28	196	1.50	294000
<b>Total</b>	<b>21</b>		<b>588</b>		<b>882000</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 63 observamos los contenedores, las toneladas métricas precio, de venta en septiembre, octubre, noviembre y diciembre del 2019 obtendremos un total de 21 contenedores.

**Tabla 64.** *Supuestos para exportación año 2017*

<b>Año 2017</b>				
<b>Mes</b>	<b>TM</b>	<b>PU S/ x Kg</b>	<b>Total S/</b>	<b>Total \$</b>
Setiembre	32.941	0.7	23059	6883
Octubre	98.824	0.7	69176	20650
Noviembre	164.706	0.7	115294	34416
Diciembre	164.706	0.7	115294	34416
<b>Total</b>	<b>461.176</b>		<b>322823.53</b>	<b>96365.23</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 64 podemos observar las toneladas métricas que compraremos al precio por kilogramo que compraremos el total en soles y el total en dólares de los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre del año 2017, obtendremos un total de \$ 96,365.23.

**Tabla 65.** *Supuestos para exportación año 2018*

<b>Año 2018</b>				
<b>Mes</b>	<b>TM</b>	<b>PU S/ x Kg</b>	<b>Total S/</b>	<b>Total \$</b>
Setiembre	32.941	0.7	23059	6883
Octubre	131.765	0.7	92235	27533
Noviembre	197.647	0.7	138353	41299
Diciembre	197.647	0.7	138353	41299
<b>Total</b>	<b>560.000</b>		<b>392000.00</b>	<b>117014.93</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 65 podemos observar las toneladas métricas que compraremos, al precio por kilogramo que compraremos el total en soles y el total en dólares de los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre del año 2018, obtendremos \$ 117,014.93

**Tabla 66.** *Supuestos para exportación año 2019*

<b>Año 2019</b>				
<b>Mes</b>	<b>TM</b>	<b>PU S/ x Kg</b>	<b>Total S/</b>	<b>Total \$</b>
Setiembre	65.882	0.7	46118	13766
Octubre	164.706	0.7	115294	34416
Noviembre	230.588	0.7	161412	48183
Diciembre	230.588	0.7	161412	48183
<b>Total</b>	<b>691.765</b>		<b>484235.29</b>	<b>144547.85</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 66 podemos observar las toneladas métricas que compraremos al precio por kilogramo que compraremos el total en soles y el total en dólares de los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre del año 2019, obtendremos un total de \$ 145,547.85.

**Tabla 67.** *Cultivo de camote fresco (inversión en activos fijos)*

<b>AREA :</b>	<b>46.1</b>	has
1.-Agua de Pozos subterranos con C:E hasta = 1.4 milimhos/cm como maximo y RAS menor igual a 3		
2.- Se tiene que asumir 1.0 lps/ha desde un inicio por seguridad		

<b>INVERSIONES EN ACTIVO FIJO ADMINISTRATIVO</b>		<b>Precio Unitario \$</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Inversión Total US\$</b>
<b>OFICINA</b>	Computadoras	500	2	1,000.00
	Balanzas y equipos de acopio	1,000	2	2,000.00
	Mesas sillas de trabajo, Útiles de escritorio, estantes	500	1	500.00
<b>MOVILIDAD</b>	Camión	50,000	1	50,000.00
	Motocicletas	1,500	2	3,000.00
	Equipos de comunicación	50	4	200.00
<b>TOTAL</b>				<b>56,700.00</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 67 observaremos el cultivo de camote fresco en inversión en activos fijos, el área como agua de pozos subterráneos, activo fijo administrativo, como movilidad; camionetas motocicletas y equipos de comunicación, oficina, computadoras, balanza y equipos de acopio, mesas, sillas de trabajo útiles de escritorio y estantes.

**Tabla 68.** *Cultivo de camote fresco (inversión en activos fijos)*

Vida útil (en años)	Depreciación anual	Valor residual	Reposición activos fijos	Número de veces en reposición
3	333.33	0	-	0
3	666.67	0	-	0
3	166.67	0	-	0
3	16,666.67	0	-	0
3	1,000.00	0	-	0
3	66.67	0	-	0
	<b>18,900.00</b>	-	-	

*Elaboración: propia*

En la tabla 68 observamos vida útil en años que son 3 años la depreciación anual por años el valor residual por años la reposición de activos fijos y el número de veces en reposición.



**Tabla 69.** *Flujo de inversión en activos fijos*

Concepto	2016	2017	2018	2019	Total
	0	1	2	3	
Computadoras	1,000				1,000
Escritorios y sillas	2,000				2,000
Mesas sillas de trabajo, Útiles de escritorio, estantes	500				500
Camioneta	50,000				50,000
Motocicletas	3,000				3,000
Equipos de comunicación	200				200
<b>TOTAL</b>	<b>56,700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>56,700</b>

*Elaboración: propia*

En el tabla 69 observamos el flujo de inversión en activos fijos entre los años 2016, 2017, 2018 y 2019, observamos los precio de los activos fijos de las computadoras valorizado en S/1,000, escritorio y sillas valorizado en S/2,000, mesa sillas de trabajo útiles de escritorio estantes valorizado en S/ 500, camioneta valorizado en S/ 50,000, las motocicletas valorizado en S/3,000 y los equipos de comunicación en S/200 con un total de activos fijos de S/56,700.

**Tabla 70.** *Calculo de la depreciación anual-activa fija inicial*

<b>Concepto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>	<b>Valor residual</b>
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>		
Computadoras		333	333	333	1,000	0
Escritorios y sillas		667	667	667	2,000	0
Mesas sillas de trabajo, Útiles de escritorio, estantes		167	167	167	500	0
Camioneta		16,667	16,667	16,667	50,000	0
Motocicletas		1,000	1,000	1,000	3,000	0
Equipos de comunicación		67	67	67	200	0
<b>TOTAL</b>		<b>18,900</b>	<b>18,900</b>	<b>18,900</b>	<b>56,700</b>	<b>0</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 70 observamos el cálculo de la depreciación anual de activo fijo inicial entre los años del 2016 2017 2018 y 2019 con una depreciación anual de cero en el año 2016 en el 2017 con una depreciación de S/18,900 en el 2018 una depreciación de S/18,900 y en el 2019 una depreciación de S/18,900, sumandos un total en los cuatros años de S/56,700.

**Tabla 71.** *Flujo de depreciación anual total*

<b>Concepto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Total depreciación anual		18,900	18,900	18,900	56,700

*Elaboración: propia*

En la tabla 71 observamos el total de la depreciación del flujo anual total de los años 2016, 2017, 2018 y 2019 con un total S/56,700.

**Tabla 72. Costo de acopio del camote**

Precio de compra	S/. 0.70	Del flujo de caja:	
TM de Materia prima a acopiar	461	VANe	VANf
Rendimiento TM por hectárea	10.0	87,832	40,642
aprox			
N° de Ha a ubicar	46.1	VANe	VANf
Costos de Cosecha por Tm en USD	\$100.00	47.9%	41.2%

*Elaboración: propia*

En la tabla 72 observamos el costo de acopio de camote precio de compra, TM a acopiar, rendimiento por ha y costo de cosecha por TM.

**Tabla 73. Costo de acopio del camote**

Concepto	2016 0	2017 1	2018 2	2019 3
Número de hectáreas	En ha	46.1	46.1	46.1
TM a cosechar	TM / ha	461	560	692
Costo de cosecha por Ha.	US\$ / ha	100	100	100
Costo de cosecha Total	US\$	4,612	56,000	69,176
Transporte a centro de acopio TM	\$/TM	10	10	10
Transporte a centro de acopio Total	US\$ / ha	4,612	5,600	6,918
Alquiler de centro de acopio	US\$	1,000	1,000	1,000
Costo Otros gastos de acopio	US\$	200	200	200

*Elaboración: propia*

En la tabla 73 observamos el costo de acopio del camote número, de ha, TM a cosechar, costo de cosecha, transporte, alquiler de local y otros.

**Tabla 74. Costo de acopio del camote**

<b>Concepto</b>		<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>
<b>Año</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>Costos directos</b>		<b>106,789</b>	<b>129,415</b>	<b>159,583</b>	<b>395,787</b>
A. Mano de obra y					
Transporte		106,789	129,415	159,583	395,787
Número de hectáreas	En ha	46	56	69	171
TM a cosechar	TM / ha	461	560	692	1,713
Costo Materia Prima	\$	96365	117015	144548	357,928
Costo de cosecha por Ha.	US\$ / ha	100	100	100	300
Costo de cosecha Total	US\$	4612	5600	6918	17,129
Transporte a centro de acopio					
TM	\$/TM	10	10	10	30
Transporte a centro de acopio					
Total	US\$ / ha	4612	5600	6918	17,129
Alquiler de centro de acopio	US\$	1000	1000	1000	3,000
Costo Otros gastos de acopio	US\$	200	200	200	600
Costos indirectos					
A. Costos de Campo					
Mantenimiento de Maq y					
Equipo	10%	5,670	5,670	5,670	17,010
Provisión de imprevistos	5%	5,339	6,471	7,979	19,789
Administrativos	10%	10,679	12,941	15,958	39,579
B. Costos de					
Administración					
	Ver	57,041	57,041	57,041	171,124
Costos de personal	planillas	55,521	55,521	55,521	166,564
Gastos de Oficina	Ver tabla	1,520	1,520	1,520	4,560
<b>TOTAL</b>		<b>185,519</b>	<b>211,539</b>	<b>246,232</b>	<b>643,289</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 74 observamos el costo de acopio de camote, costos indirectos, mano de obra y transporte y costos directos, costo de campo y costo de administración.

**Tabla 75. Costos indirectos, costo de personal**

<b>Personal</b>	<b>Sueldo mensual (en soles)</b>	Asignación familiar	Gratificación	CTS	Descuento AFP	Neto a pagar	Contribución del empleador EsSalud	Costo mensual (en soles)	Costo mensual (en dólares)	Dólares /año
<b>Dato &gt;&gt;</b>		0%	33%	33%	13.0%		9.0%			
Gerente general	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 192.50	S/. 96.25	S/. 455.00	S/. 3,333.75	S/. 315.00	S/. 4,558.75	\$1,360.82	\$16,329.85
Jefe de Exportaciones	S/. 2,500.00	S/. 0.00	S/. 137.50	S/. 68.75	S/. 325.00	S/. 2,381.25	S/. 225.00	S/. 3,256.25	\$972.01	\$11,664.18
Jefe de Acopio	S/. 2,500.00	S/. 0.00	S/. 137.50	S/. 68.75	S/. 325.00	S/. 2,381.25	S/. 225.00	S/. 3,256.25	\$972.01	\$11,664.18
Asistente	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 66.00	S/. 33.00	S/. 156.00	S/. 1,143.00	S/. 108.00	S/. 1,563.00	\$466.57	\$5,598.81
Secretaria	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 66.00	S/. 33.00	S/. 156.00	S/. 1,143.00	S/. 108.00	S/. 1,563.00	\$466.57	\$5,598.81
Seguridad	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 55.00	S/. 27.50	S/. 130.00	S/. 952.50	S/. 90.00	S/. 1,302.50	\$388.81	\$4,665.67
<b>Total</b>	<b>S/. 11,900.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 654.50</b>	<b>S/. 327.25</b>	<b>S/. 1,547.00</b>	<b>S/. 11,334.75</b>	<b>S/. 1,071.00</b>	<b>S/. 15,499.75</b>		<b>\$55,521.49</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 75 podemos observar costos indirectos y costo de personal, gerente general, jefe de exportaciones, jefe de acopio, asistente, secretaria, seguridad en total pagando mensualmente un total del S/11,900.

**Tabla 76.** *Datos de costos de personal*

Remuneración mínima vital	S/. 850.00
RMV anualizada mínimo	S/. (Incluye 2 meses de gratificación + 1 sueldo anual CTS) 1,062.50

*Elaboración: propia*

En la tabla 76 podemos observar la remuneración mínima vital, RMV utilizada el mínimo.

**Tabla 77.** *Útiles de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Meses</b>	<b>\$/año</b>
Útiles de oficina	50	4	200
Internet	30	4	120
Teléfono	50	4	200
Combustible	200	4	800
Equipos	50	4	200
<b>Total</b>	<b>380</b>		<b>1,520</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla N° 77 podemos observar los útiles de oficina que utilizaremos en la empresa, internet, teléfono, combustible, equipos teniendo un costo total mensual de S/380.

**Tabla 78** *Costos de exportación de camote fresco en dólares*

Rendimiento de Exportación	85%
Rendimiento descarte para mercado nacional	10%
Merma	5%

*Elaboración: propia*

En la tabla 78 observamos el costo de exportación de camote en dólares, rendimiento de exportación de 85%, rendimiento de descarte al mercado nacional de 10 % y la merma de 5%.

**Tabla 79. Costos de exportación de camote fresco en dólares**

Precio Exportación	\$45.00 lb	Sacos 100 /saco	\$4.50
Precio Mercado Nacional	\$20.00 por TM	Kg /saco	45.36
Merma	\$0.00 por TM		

*Elaboración: propia*

En la tabla 79 podemos observar el costo de exportación de camote en dólares, precio exportación, precio mercado nacional y merma.

**Tabla 80. Costos de exportación de camote fresco en dólares**

Cajas/pallet	28
Pallet/cont	22
Cajas/cont	617

*Elaboración: propia*

En la tabla 80 observamos el costo de exportación de camote en dólares, el número de cajas en pallet 28, número de pallet en contenedor 22 y número de cajas en contenedor 617.

**Tabla 81. Costos de exportación de camote fresco en dólares**

<b>Campaña Año</b>	<b>2016 0</b>	<b>2017 1</b>	<b>2018 2</b>	<b>2019 3</b>	<b>Total</b>
<b>Producción total en TM</b>					
Sacos de exportación		8,642	10,494	12,963	<b>32,099</b>
Palletts		308	374	462	<b>1,144</b>
Nº de Contenedores		14	17	21	<b>52</b>
Costo maquila (inc. envase y embalaje)		38,889	47,222	58,333	<b>144,444</b>
Costos de Exportación por contenedor		4,670	4,670	4,670	
Costos de Exportación Total		65,377	79,387	98,066	<b>242,830</b>
<b>Costos Totales USD \$</b>		<b>104,266</b>	<b>126,609</b>	<b>156,399</b>	<b>387,275</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 81 observamos el costo de exportación de camote en dólares, la producción total en TM, en los años 2016, 2017, 2018 y 2019

**Tabla 82. Gastos de exportación por contenedor**

<b>Gastos de exportación por contenedor</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario (en US\$)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Estiba en planta	Pallet	10	22	220
Flete a Piura (Almacén) – Paita	Flete	450	1	450
	completo			
Operador logístico	Servicio	1,710	1	1,710
Aforo físico	Servicio	131	1	131
Certificado de origen	Servicio	62	1	62
Certificado fitosanitario	Servicio	113	1	113
Gastos Operativos	Servicio	164	1	164
Envío de documento a USA	Courrier	390	1	390
Gastos de Aduanas	Servicio	750	1	750
Gastos Administrativos	Servicio	180	1	180
<b>Subtotal FOB</b>				<b>4,170</b>
Gastos de ventas, comisiones	Servicio	500	1	500
<b>TOTAL FOB</b>				<b>4,670</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 82 observamos los gastos de exportación por contenedor, estiba en planta, flete a Piura, operador logístico, certificado de origen, certificado fitosanitario, gastos operativos, envío de documento a USA, gastos de aduanas y gastos administrativos.

**Tabla 83. Marketing**

<b>Concepto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Cantidad de ferias		3	3	3	
Costo por feria (a todo costo)		6,000	6,000	6,000	
Costo total en ferias		18,000	18,000	18,000	54,000
Mantenimiento web page		3,600	3,600	3,600	10,800
Folltería publicitaria		1,500	1,500	1,500	4,500
Comunicaciones (internet, telefonía)		1,500	1,500	1,500	4,500
<b>Total costo de marketing</b>		<b>24,600</b>	<b>24,600</b>	<b>24,600</b>	<b>73,800</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 83 observamos el marketing que utilizara la empresa con sus respectivos costos que se gastarán entre los años 2016, 2017, 2018 y 2019 con un total de costo de marketing en el 2016 cero en el 2017 S/ 24,600 en el 2018 S/ 24,600 y en el 2019 S/ 24,600 sumando un total entre los tres años de S/ 73,800.



**Tabla 84.** *Ingresos por ventas de exportación de camote*

Rendimiento de Exportación	85%
Rendimiento descarte para mercado nacional	10%
Merma	5%

*Elaboración: propia*

En la tabla 84 podemos observar los ingresos por venta de exportación de camote, rendimiento de exportación, rendimiento de descarte mercado nacional y merma.

**Tabla 85.** *Ingresos por ventas de exportación de camote*

Precio Exportación	\$45.00	Sacos 100 lb	Maquila /saco	\$4.50	por saco 100 lb	Sacos/pallet	28
Precio Mercado Nacional	\$20.00	por TM	Kg /saco	45.36		Pallet/cont	22
Merma	\$0.00	por TM				Sacos/cont	617

*Elaboración: propia*

En la tabla 85 observamos el costo de exportación de camote en dólares, precio exportación, precio mercado nacional y merma.

**Tabla 86. Ingresos por ventas de exportación de camote**

<b>Campaña Año</b>	<b>2016 0</b>	<b>2017 1</b>	<b>2018 2</b>	<b>2019 3</b>	<b>Total</b>
<b>Acopio total en TM</b>					
Acopio total	En TM	461	560	692	<b>1,713</b>
Producto exportable	En TM	392	476	588	<b>1,456</b>
Producto de descarte para mercado nacional	En TM	46	56	69	<b>171</b>
N° de contenedores		14	17	21	<b>52</b>
<b>Ingresos por productos USD\$</b>					
<b>Ingreso por Exportación</b>	En sacos de 100 lb.	<b>388,889</b>	<b>472,222</b>	<b>583,333</b>	<b>1,444,444</b>
N° de sacos de 100 libras	En sacos de 100 lb.	8,642	10,494	12,963	<b>32,099</b>
Exportaciones brutas		388,889	472,222	583,333	<b>1,444,444</b>
(-) Costo maquila (inc. envase y embalaje)					
<b>Ingreso por descarte para mercado nacional</b>	En US\$ TM	<b>922</b>	<b>1,120</b>	<b>1,384</b>	<b>3,426</b>
<b>Draw Back (4% del FOB)</b>	4%	<b>15,556</b>	<b>18,889</b>	<b>23,333</b>	<b>57,778</b>
<b>Ingresos Totales</b>	En US\$	<b>405,367</b>	<b>492,231</b>	<b>608,050</b>	<b>1,505,648</b>

*Elaboración: propia*

En la tabla 86 observamos el ingreso por ventas de exportación de camote, acopio total, producto exportable, producto descarte nacional, N° de contenedores, ingresos por exportación, N° de sacos entre otros.

**Tabla 87. Flujo de caja económico y financiero**

<b>Concepto</b>		<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>Ingresos</b>	<b>0</b>	<b>408,898</b>	<b>492,231</b>	<b>608,050</b>	<b>1,509,179</b>
Ingresos por exportación		388,889	472,222	583,333	1,444,444
Ingresos descarte para mercado nacional		1,120	1,120	1,384	3,624
Draw Back (4% del FOB)		18,889	18,889	23,333	61,111
<b>Egresos</b>	<b>-</b>	<b>341,285</b>	<b>387,366</b>	<b>449,202</b>	<b>1,177,853</b>
Costos directos		106,789	129,415	159,583	395,787
Costos indirectos		78,730	82,124	86,649	247,503
Costos de exportación		104,266	126,609	156,399	387,275
Costos de marketing		24,600	24,600	24,600	73,800
Depreciación de activos fijos		18,900	18,900	18,900	56,700
Gastos financieros por préstamo bancario		8,000	5,718	3,071	16,789
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-</b>	<b>67,613</b>	<b>75,503</b>	<b>114,371</b>	<b>238,555</b>
Impuesto a la renta	28%	18,932	29,362	44,477	92,700
<b>Utilidad después de impuestos</b>		<b>48,681</b>	<b>71,440</b>	<b>135,287</b>	<b>232,611</b>
Depreciación activos fijos		18,900	18,900	18,900	56,700
<b>Costos de inversión</b>	<b>-283,196</b>	<b>226,496</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-56,700</b>
Inversión en activos	-56,700	0	0	0	-56,700
Valor residual de activos fijos					-
Desembolso para Capital de trabajo	-296,496				-226,496
Recuperación Captial de trabajo		226,496	-	-	226,496
<b>FLUJO ECONOMICO</b>	<b>-283,196</b>	<b>294,077</b>	<b>94,403</b>	<b>133,271</b>	<b>238,555</b>
Préstamo bancario	50,000				50,000
Amortización		-14,263	-16,545	-19,192	-50,000
Intereses		-8,000	-5,718	-3,071	-16,789
Total cuota		-22,263	-22,263	-22,263	-66,789
<b>Flujo Financiero</b>	<b>-233,196</b>	<b>249,552</b>	<b>49,877</b>	<b>88,745</b>	<b>154,978</b>
Flujo Financiero acumulado	-233,196	-16,356	66,233	154,978	

*Elaboración: propia*

En la tabla 87 observamos el flujo de caja económico y financiero, ingresos, egresos, utilidad ante de impuestos, utilidad después de impuestos, costosa de inversión, flujo económico y flujo financiero.

**Tabla 88. Flujo de caja económico y financiero**

Capital propio	233,196		
Aporte de la asociación de productores	233,196	82%	82%
Aporte de socios privados	0	0%	
Capital a financiar	50,000	18%	Agrobanco, Fondo Agroideas No reembolsable
Tasa de interés bancario (TEA)	16.0%		
Período de pago deuda bancaria	7	años	

*Elaboración: propia*

En la tabla 88 podemos observar el flujo de caja económico y financiero como capital propio S/237,326, aporte de la asociación de productores S/237,326, aportes de socios privados 0 , capital a financiar S/ 50,000, tasa de interés bancario de 16% y el periodo de pago de deuda bancaria de 7 años.

**Tabla 89. Flujo de caja económico y financiero**

	<b>Flujo económico</b>	<b>Flujo financiero</b>	
VAN	87,831.98	40,641.64	Pasa
TIR	48%	41%	Pasa
Relación Beneficio / Costo	1.27	1.27	Pasa

*Elaboración: propia*

En la tabla 89 observamos el flujo de caja económico y financiero como el VAN económico de S/87,831.35 y financiero S/40,641.64, TIR económico de 48% y financiero de 41% y beneficio costo económico y financiero de 1.27.

**Tabla 90. Flujo de caja económico y financiero**

Relación Deuda / Capital	Ratio	0.21	C	0.823
Beta del Capital	$\beta$	1.25	D	0.177
Rentabilidad esperada de mercado	Tm	5.00%	C+D	1.0000
Tasa libre de riesgo	Tf	3.00%		
Impuesto a la renta	Tx	28.0%		
Interés de la deuda	Td	16.0%		
Riesgo País (sector agrícola)	Rp	20.00%		
CAPM (Capital Asset Pricing Model) Modelo de Valoración de los activos financieros	Ta	<b>25.50%</b>		
Costo de oportunidad ajustado	Ta	<b>26.00%</b>	Costo de oportunidad del accionista	
<b>Costo Promedio Ponderado Capital</b>	CPPC ó WACC	<b>23.44%</b>	Costo de oportunidad del negocio	

*Elaboración: propia*

En la tabla 90 podemos observar el flujo de caja económico financiero, relación deuda, beta de capital, rentabilidad del mercado, tasa libre de riesgo, impuesto a la renta, interés de la deuda, riesgo país entre otros.

**Tabla 91. Préstamo bancario**

Entidad bancaria:	Agro banco
Monto de la deuda	50,000
TEA	16.0%
Período de amortización	3 años
Período de gracia	0 años

*Elaboración: propia*

En la tabla 91 observamos el préstamo bancario, con la entidad que trabajaremos que es agro banco, el monto que prestaremos es de S/50,000 con una tasa de interés del 16 % y un periodo de amortización de 3 años.

**Tabla 92. Flujo de la deuda**

<b>Concepto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Préstamo	50,000				50,000
Amortización de capital		-	-	-19,192	-50,000
		14,263	16,545		
Interés		-8,000	-5,718	-3,071	-16,789
Total cuota anual		-	-	-22,263	-66,789
		22,263	22,263		

*Elaboración: propia*

En la tabla 92 observamos el flujo de caja, como el préstamo, amortización de capital e intereses, durante los años 2016, 2017, 2018 y 2019 con un total de cuota anual de los cuatro años de S/ 66,789.

**Tabla 93. Punto de equilibrio**

<b>Concepto</b>		<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Total</b>
	<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
Costos indirectos		78,730	82,124	86,649	247,503
Depreciación		18,900	18,900	18,900	56,700
Total costos fijos		97,630	101,024	105,549	304,203
Costos de acopio		106,789	129,415	159,583	395,787
Costos de exportación		104,266	126,609	156,399	387,275
Total costos variables		211,055	256,024	315,983	783,061
Cantidad de sacos de exportación		8,642	10,494	12,963	1,170,336
Precio de Venta Unitario	US\$FOB / soco	\$45.00	\$45.00	\$45.00	
Costos Variables Unitarios	US\$ / saco	\$24.42	\$24.40	\$24.38	
Margen unitario		\$20.58	\$20.60	\$20.62	
Punto de equilibrio (en scos)		4,744	4,903	5,118	
Punto de equilibrio (en ventas)		213,498	220,657	230,298	
Según flujo de caja (en sacos)		8,642	10,494	12,963	
% distancia entre PE y Flujo de caja		82%	114%	153%	

*Elaboración: propia*

En la tabla número 93 observamos el punto de equilibrio en sacos por cada año en el 2017 un punto de equilibrio de S/ 4,744, en el 2018 un punto de equilibrio de S/ 4,903 y en el 2019 un punto de equilibrio de S/ 5,118. También observamos el punto de equilibrio en ventas en el 2017 S/ 213,498, en el 2018 S/ 220,657 y en el 2019 S/ 230,298.

**Tabla 94. Análisis de Sensibilidad**

VARIABLES	VARIACIÓN		INDICADORES			
	Tendencia	%	TIR E	VAN E	TIR F	VAN F
Inversiones	Incremento	-10.00%	70%	5,508,992	79%	3,624,266
		-5.00%	68%	5,349,981	75%	3,552,072
		0.00%	66%	5,201,019	71%	3,479,878
		5.00%	64%	5,060,460	68%	3,407,685
		10.00%	62%	4,926,999	65%	3,335,491
Rendimientos	Reducción	-10.00%	56%	3,837,516	58%	2,374,243
		-5.00%	61%	4,519,267	65%	2,927,061
		0.00%	66%	5,201,019	71%	3,479,878
		5.00%	70%	5,882,770	77%	4,032,696
		10.00%	74%	6,564,521	83%	4,585,514
Precios	Reducción	-10.00%	56%	3,837,516	58%	2,374,243
		-5.00%	61%	4,519,267	65%	2,927,061
		0.00%	66%	5,201,019	71%	3,479,878
		5.00%	70%	5,882,770	77%	4,032,696
		10.00%	74%	6,564,521	83%	4,585,514
Costos de Producción	Incremento	-10.00%	67%	5,327,133	73%	3,585,743
		-5.00%	74%	5,265,273.9	72%	3,533,808
		0.00%	66%	5,201,019	71%	3,479,878
		5.00%	65%	5,134,368	70%	3,423,954
		10.00%	64%	5,065,321	69%	3,366,034

En la tabla 94 observamos el análisis de sensibilidad con sus variables, variación e indicadores.

**CAPÍTULO VI**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



## 6.1. Conclusiones

De acuerdo al estudio realizado podemos decir que la elaboración de un plan de negocios para la exportación de camote muestra un 93% de viabilidad comercial, lo cual da una brecha de confianza ante la presente propuesta; llegando a la conclusión que el camote es un producto con un gran potencial exportador al mercado de Estados Unidos, debido al estudio de mercado realizado a lo largo de la investigación, teniendo a favor la sobreproducción del camote a fin de año .

De acuerdo al diagnóstico situacional los productores obtienen una gran producción de camote obteniendo en el año 2015 mil quinientos doce Tm y muchas veces no obtienen ganancias generadas por la producción del camote, por la caída del precio llegando a devaluarse a S/. 0.54 precio en chacra por la saturación del mercado; sin embargo, actualmente no cuentan con una capacitación constante para mirar el mercado exterior que les pueda beneficiar.

El plan de negocio obtiene factibilidad en cuestión económica financiera, con una VAN económico de 87,83.98 y financiero de 40,641.64, con un TIR económico del 48% y financiero del 41%, y la relación beneficio costo económico y financiero de 1.27 ya que se denota un gran beneficio para los agricultores como para la empresa ALYO Export S.A.C, sin embargo, la poca experiencia profesional de los participantes genera un poco de desestabilidad en el manejo.

Las importaciones de camote de Estados Unidos de camote fresco del Perú son muy altas con altos rangos de crecimiento obteniendo un 46.88% de participación 2015, existiendo buenas perspectivas para la exportación de este producto; sin embargo, la logística peruana de exportación todavía es muy baja en cuestión competitividad comparado con otros países de Latinoamérica.

Los indicadores económicos y financieros del plan muestran que el negocio es viable, y con aporte propio de la empresa exportadora ALYO EXPORT S.A.C el cual se financiara con 233,196 Soles que es el 82% propio, y con 50,000 Soles que es un 18% por una entidad financiera, Sin embargo, el financiamiento inicial de inversión es alto.

## **6.2. Recomendaciones**

Recomendamos esta propuesta de un plan de negocio para la exportación de camote al mercado de Estados Unidos de la empresa ALYO EXPORT S.A.C. porque permitirá que los productores logren una mayor valoración de su producto producido y así dar un apoyo un paso

Buscar entes del estado como Promperú, Gercetur, Sierra exportadora, que genere una mayor ayuda en temas de capacitación y difusión para la mayor obtención de conocimientos de producción, exigencias del mercado, y exportación por parte de los agricultores y promocionar la empresa Alyo Export S.A.C. mediante el apoyo del estado o instituciones privadas, con la participación en Ferias y Misiones Comerciales Internacionales

Adoptar el plan de negocios con personal que tenga experiencia fundamentada en el tema de exportaciones a mercados exteriores, o capacitando constantemente al personal de la empresa Alyo Export S.A.C

Incrementarlas estrategias de comercialización a nivel internacional y aprovechar las facilidades de acceso que tenemos del camote fresco a los Estados Unidos, para lograr una mayor factibilidad de funcionamiento logístico de exportación en alianza con los proveedores de servicios logísticos de la zona.

Negociar con el banco una tarifa regulada en el costo de capital a financiar, también se negociar la tarifa que se utilizara para las transferencias y cobranzas de exportación.

## Referencias

- Acevedo Ibáñez, A., & López, A. (1986). El proceso de la entrevista. México, D. F: Limusa Noriega Editores.
- Agrodata Perú. (Marzo de 2016). Agrodata Perú. Obtenido de <http://www.agrodataperu.com/2016/04/camote-peru-exportacion-marzo-2016.html>
- Alfredo Salinas, S. (Noviembre de 2010). Importancia de las Exportaciones. Obtenido de ASalinassalinassblog: <https://aSalinassalinass.wordpress.com/2010/11/02/la-importancia-de-las-exportaciones/>
- Ander-Egg, E. (1995). Tecnicas de Investigación Social. Lumen Argentina.
- Arcila, C., & García, A. (2014). Propuesta de canales de distribución comercial para la exportación de Yacón al mercado de Estados Unidos por parte de los agricultores de la provincia de San Ignacio-Cajamarca. San Ignacio.
- Carmona, P. (2011). Modelo de plan de negocios de cultivos alternativos de agro exportación para empresarios agricultores del distrito de Ferreñafe. Ferreñafe: Universidad Señor de Sipan.
- Cegarra Sánchez, J. (2004). Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. Madrid: Díaz de Santos.
- Centro Internacional de la Papa. (2017). CIP International Potato Center. Obtenido de CIPOTATO.ORG: <https://cipotato.org/es/programas-de-investigacion/camote/datosycifrasdelcamote/>
- CIP. (Mayo de 2015). Centro Internacional de la Papa. Obtenido de CIP International Potato Center: <https://cipotato.org/es/programas-de-investigacion/camote/datosycifrasdelcamote/>
- Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo. (2015). PromPerú. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=7E1ECA2-186A-46E4-B8CA-C1D551E2E2E9.PDF>
- Data & Business Camote-Sweet Potato. (Mayo de 2013). Data & Business Cmote-SweetPotato. Obtenido de <http://b2bctrade.blogspot.pe/2013/05/data-business-camote-sweet-potato.html>
- Franklin, B. F. (1998). Organizacion de Empresas . Mexico.

- Fernández, E., & Libaque, O. (2013). Propuesta de asociación de agricultores para la exportación para la exportación de café hacia los EE.UU, del caserío de Tocuya de la provincia de Rodríguez de Mendoza-Amazonas-2013. Amazonas.
- Galindo Cáceres, L. J. (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Pearson Educación.
- Greg, B. D. (2008). Cómo preparar un plan de negocios exitoso. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Guerra Guerra, P. E. (2012). Plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de insuflado de quinua en el Distrito Metropolitano de Quito. Obtenido de Pontificia Universidad Católica Del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/5142>
- Hernández Meléndrez , E. (2006). Cómo escribir una tesis. Obtenido de [http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/como\\_escribir\\_tesis.pdf](http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/como_escribir_tesis.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, R. (Septiembre de 1995). CEDAF: Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal. Obtenido de <http://www.cedaf.org.do/publicaciones/guias/download/batata.pdf>
- Hueso, A., & Cascant, J. (2012). Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación. Obtenido de [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n\\_6060.pdf?sequence=3](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n_6060.pdf?sequence=3)
- Daniels, D. (2013). Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones. Miami.
- Kamiya Matsuoka, N., Ridia Gamero, N. L., & Torres Artica, P. E. (2013). Plan de Exportacion de Quinua y derivdo con destino a Estados Unidos. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Weinberger W. V. (2009). Plan de Negocios. Obtenido de USAID del pueblo de los Estados Unidos de America: [http://www.cohep.com/contenido/biblioteca/portaldoc204\\_3.pdf?135d06de15e4ce25c44e86513a1456e9](http://www.cohep.com/contenido/biblioteca/portaldoc204_3.pdf?135d06de15e4ce25c44e86513a1456e9).
- Kitzing Darras, G. (2013). Plan de negocios producción y exportación de aceite de ciruela. Obtenido de Repositorio Academico De La Universidad De Chile: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/113997>
- Maggio Gonzáles, E. (2009). Así se Exporta. Chile: RIL editores.

- Méndez, L. (2014). Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior-Siicex. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Puntos%20criticos%20en%20proceso%20exportacion.pdf>
- Ministerio de Agricultura. (2017). MINAGRI. Obtenido de [http://frenteweb.minagri.gob.pe/sisca/?mod=consulta\\_cult](http://frenteweb.minagri.gob.pe/sisca/?mod=consulta_cult)
- Muñoz Rodríguez, A. A., Tello Fernández, M. A., & Castillo Alva, V. J. (2013). Exportación de aguaymanto fresco orgánico a Estados Unidos. Lima: Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas.
- PromPeru. (2014). Guia de Mercado EstadosnUnidos. Obtenido de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Estados%20Unidos.pdf>
- Red por un America Latina sin Transgenicos. (19 de Agosto de 2017). Rallt. Obtenido de Rallt: [http://www.rallt.org/boletin/boletin%20240-300/Bol.%20278\\_%20camote%20transgenico.pdf](http://www.rallt.org/boletin/boletin%20240-300/Bol.%20278_%20camote%20transgenico.pdf)
- Hoyos, H. B. (2013). Plan de marketing: diseño, implementación y control. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Sabino, C. (1986). El proceso de investigación. Episteme Editorial.
- Samaniego Viñachi, C. S. (2015). Plan de negocios para la producción y comercialización de jarabe endulzante a base de Jícama con proyección de exportación a Estados Unidos. Obtenido de Repositorio Universidad Internacional Del Ecuador: <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/709>
- SIEA. (2013). Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias. Obtenido de <http://siea.minag.gob.pe/siea/>
- SIICEX. (Junio de 2015). Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/camote1.pdf>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2015). SIICEX. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2015). SIICEX. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>

- Soto Anacleto, O. A. (2014). Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe, departamento de Lambayeque. Lambayeque.
- Super Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2009). SUNAT. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- Tamayo, M. (1994). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa.
- Universidad de Córdoba. (20 de Agosto de 2017). Diseño de encuestas. Obtenido de [http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09\\_13\\_21\\_sesion\\_6.pdf](http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09_13_21_sesion_6.pdf)
- Valenzuela, L. (2010). Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la producción y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú: [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/528/VALENZUELA+\\_VALDIVIA\\_LUCIA\\_IMPLEMENTACION\\_PRODUCION\\_HARINA\\_BANANO.pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/528/VALENZUELA+_VALDIVIA_LUCIA_IMPLEMENTACION_PRODUCION_HARINA_BANANO.pdf?sequence=1)
- Mondragón, M. (Octubre de 2016). Etapas de Una Empresa para Exportar. Obtenido de Mondragón [mondragon.com](http://www.Mondragónmondragon.com/2016/10/etapas-que-debe-seguir-una-empresa-para.html): <http://www.Mondragónmondragon.com/2016/10/etapas-que-debe-seguir-una-empresa-para.html>

# ANEXOS

## Anexo 1: Encuesta 1

Dirigido a importadores de camote



### ENCUESTA PARA LA INVESTIGACION DE: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMOTE FRESCO HACIA LOS ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA ALYO EXPORT SAC LAMBAYEQUE 2016.

1. ¿Actualmente, que variedad de camote importa?

- Morado
- Amarillo
- Anaranjado

2. ¿Qué cantidad, aproximada, del producto estaría interesado en importar?

- 1 ton
- 2 ton
- 3 ton
- 4 ton
- 5 ton a más

3. Estaría interesado en importar camote de Perú

Si

No

4. ¿Utiliza contratos de compra-venta internacional para sus operaciones de importación?

Sí

No

No aplica

5. ¿Cuál es el termino de comercio internacional INCOTERM que utiliza en sus importaciones?

- Exw

- Cif
- Fob
- Otros
- No aplica

**6. ¿Cuáles son las formas de pago que comúnmente utiliza en sus negociaciones internacionales?**

- Cartas de crédito
- Pago al recibir la mercancía
- Pago anticipado
- 50% inicio 50% entrega
- Crédito a 90 días
- Crédito a 60 días
- Crédito a 30 días
- No aplica
- Otros

**7. ¿A qué precio se vende este tipo de producto al consumidor en su país?**

- \$1 kg
- \$2 kg
- \$3 kg
- \$4 a más kg
- 

**8. ¿Qué tipo de transporte prefiere para la importación de camote?**

- Marítimo
- Aéreo
- Otros

**9. ¿Le gustaría que nuestra empresa le venda el camote peruano?**

Sí  No



## Anexo 2: Encuesta 2

Dirigida a los agricultores de camote



**ENCUESTA PARA LA INVESTIGACION DE:  
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMOTE FRESCO  
HACIA LOS ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA ALYO EXPORT SAC  
LAMBAYEQUE 2016.**

**GENERO: MASCULINO**  **FEMENINO**

**LOCALIDAD:**

**1. ¿Qué edad tiene actualmente?:**

- a) 25 a 45 años
- b) 45 a 65 años
- c) 65 años a más

**2. Tiempo que lleva dedicado a la actividad agrícola:**

- a) 0 a 5 años
- b) 5 a 10 años
- c).10 años a más

**3. ¿Número de hectáreas que posee?**

- a) 0 a 5 ha.
- b) 5 a 10 ha.
- b) 10 ha a más

**4. ¿Cuántas hectáreas sembradas tiene de camote?**

- a) 0 a 5 ha.
- b) 5 a 10 ha.
- c) 10 ha a más

**5. ¿Usted cree que, para la exportación, las certificaciones son necesarias?**

- a). sí
- b). No

¿Porque?  
\_\_\_\_\_

**6. ¿Utiliza maquinaria en la producción de camote?**

- a). Sí . Alquilada
- b). No . Propia

**7. ¿Cuál es el costo aproximado de producción de camote por kilo?**

- a). 40 cent. A 50 cent.
- b). 60 cent. A 80 cént.

c). 80 cent. A más

**8. ¿cuál es su rendimiento por cada campaña que produce camote?**

- a) 10,000 -15000
- b) 15000 - 20000
- c).20000 - 25000
- d). > - 25000

**9. ¿Utiliza usted algún tipo de pesticidas para producción de camote?**

- a). Si
- b). No

**10. ¿Conoce Usted los pesticidas permitidos y no permitidos?**

- a). Si                      ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
- b). No

**11. Conoce Usted ¿Cuáles son los niveles de pesticidas permitidos?**

- a). Si
- b). No

**12. ¿Qué cultivos poseen?**

- a). Camote
- b). Camote y arroz
- c). Camote, arroz y maíz.

**13. ¿Ha recibido capacitación o asistencia técnica para la mejora de su cultivo e información técnica para la mejora de sus equipos en los últimos años?**

- a).Si                      Por Quién: \_\_\_\_\_
- b).No

**14. ¿Quiénes son los que comercializan el camote?**

- a) Agroindustria
- b) Agro exportadora
- c) Acopiador
- d) Súper Mercado

### ANEXO 3: Entrevista

Dirigida a un exportador de camote



**ENTREVISTA PARA LA INVESTIGACION DE:  
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMOTE FRESCO  
HACIA LOS ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA ALYO EXPORT SAC  
LAMBAYEQUE 2016.**

- 1) ¿Cómo se comercializa el camote en el Perú??
- 2) ¿Cuáles son los países importadores de camote es más sofisticada?
- 3) ¿Qué mercado específico cree que sea el más conveniente para exportar?  
¿Por qué?
- 4) ¿Conoce usted de importadores que estén interesados en la compra de productos agrícolas frescos como el camote?
- 5) ¿Cuál es el tipo de envase adecuado para la exportación del producto?
- 6) ¿Cuántos kg de camote por envase se coloca?
- 7) ¿Cuántas tm por contenedor se envía?
- 8) ¿Qué tipo de contenedor se utiliza?
- 9) ¿Cuáles son las variedades de camotes que se exportan?
- 10) ¿Tiene algún calibre específico o dimensión cada unidad de camote?



**Figura 42.** Entrevista a representante de empresa importadora



**Figura 43.** Entrevista dirigida al empresario



**Figura 44.** Encuestas a productora de camote



**Figura 45.** Encuestas a productores de camote



**Figura 46.** Encuesta con agricultora de camote



**Figura 47.** Encuestas a otros productores de camote



**Figura 48.** Encuestas a productores de camote



**Figura 49.** El camote, con el productor de camote



**Figura 50.** Camote



**Figura 51.** Encuestas a productores de camote





**Figura 52.** Encuestas a productores de camote

poll

fruit  
fruit@crops.be  
Mostrar detalles

al yo export s.a.c. al yo export s.a.c. <al yoexports.a.c@gmail.com>  
para fruit

2 nov. (Hace 12 días.)

good afternoon gentlemen Crops The Natural Choice como frscos a marketer of products we want to enter the United States market noseria much trouble reponder help sta survey, thanks

poll.docx

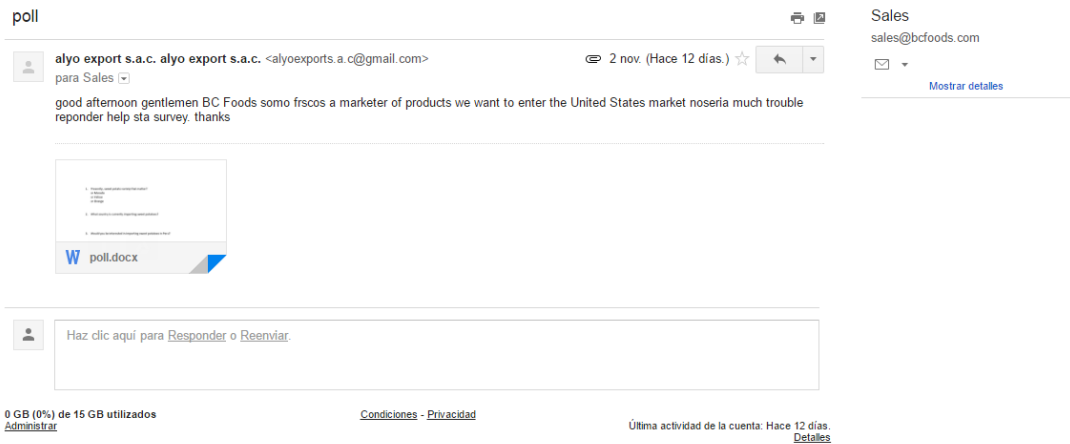
Haz clic aquí para [Responder](#) o [Reenviar](#).

0 GB (0%) de 15 GB utilizados  
[Administrar](#)

[Condiciones](#) - [Privacidad](#)

Última actividad de la cuenta: Hace 12 días  
[Detalles](#)

**Figura 53.** Encuestas a empresa importadora de camote Estados unidos



**Figura 54.** Encuestas a empresa importadora de camote Estados unidos