UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO SECO – JAÉN

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN

Autor:
Ramírez Carranza, Marleni

Asesor:
Mg. Mory Guarnizo, Sandra

Línea de Investigación:
Emprendurismo y Planes de negocios

Pimentel – Perú
2019

DEDICATORIA

Esta investigación va dedicada a mis padres, quienes con su apoyo incondicional, sus consejos, valores, su motivacion constante han sabido direccionar mi vida para ser una persona de bien, para alcanzar las metas deseadas, y convertirme en una gran persona.

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

AGRADECIMINETO

Agradecer a Dios por darme la fortaleza necesaria para vencer los obstáculos que se presentaron a lo largo de este ciclo.

Un profundo agradecimiento a mis padres por su cariño y apoyo incondicional brindado

A mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro, gracias a las ganas por transmitirme sus conocimientos y dedicación que los ha regido.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo proponer un plan de negocio de exportación de cacao en grano seco desde Jaén. La investigación fue de tipo descriptiva y diseño No Experimental, se aplicó una encuesta a 84 productores de cacao y entrevistas a especialistas. Entre los resultados tenemos: Para lograr constituir el plan de negocios de exportación, se sustenta en el proceso de producción del cacao y por cuyas características son: los productores tienen parcelas de cacao con una antigüedad de 9 y 11 años, poseen entre 2 y 3 hectáreas, están organizdos, tienen conocimientop para producir cacao orgánico, cosechan un promedio de 3,000 Kg. y 4,000 Kg de cacao al año, cosechan cada 16 y 19 días, la mayoría (57%) no tienen apoyo técnico y no usan (68%) abono o fertilizantes; el costo anual de mantenimiento de una parcela es entre 2,000 a 2250 soles; tienen interés para participar en la exportación de cacao y su expectativa es de obtener precios alto y tener mercado seguro. En los resultados se ha determinado si el plan de negocio para exportar cacao en grado desde Jaén es viabale a nivel económico y financiero, donde los principales factores a considerar son: capacidad productiva, apoyo tecnológico, financiamiento, entre otros, cuentan con la capacidad para cubrir la demanda de los proveedores. Del análisis realizado se pude constatar que la cantidad que produce los productores organizados, los gastos por exportación, los gastos de producción y logística de exportación, se puede tener un margen de ganancia favorable.

PALABRAS CLAVE: Plan de negocio, exportación, cacao

ABSTRACT

The objective of the research was to propose a business plan for exporting dry cocoa beans from Jaén. The research was of descriptive quantitative type and non-experimental design, a survey was applied to 84 cocoa producers and interviews with specialists. Among the results obtained, we have: The elements to achieve the business plan for export, is based on the conditions and process of production of cocoa and whose characteristics are: producers have plots of cocoa with an age of 9 and 11 years , possen between 2 and 3 hectares, are organized, have knowledge to produce organic coconut, harvest an average of 3000 Kg. and 4,000 Kg of cocoa per year, harvest every 16 and 19 days, the majority (57%) do not have technical support and do not use (68%) fertilizer or fertilizer; the annual cost of maintenance of a plot is between 2,000 to 2250 soles; They are interested in participating in the export of cocoa and their expectation is to obtain high prices and have a safe market. The results have determined the economic and financial viability of the business plan for the export of cocoa beans from Jaén, where the main factors to be considered are: productive capacity, technological support, financing, among others, have the capacity to cover the demand from suppliers. From the analysis carried out, it can be verified that the amount produced by the organized producers, the export expenses, the production expenses and export logistics, can have a favorable profit margin

KEYWORDS: Business plan, export, cocoa

INDICE

RESUMEN iv

PALABRAS CLAVE: Plan de negocio, exportación, cacao iv

ABSTRACT.....v

KEYWORDS: Business plan, export, cocoa v

INDICE.....vi

I. INTRODUCCIÓN 9

1.1. Problema de Investigación.....11
1.2. Antecedentes. 16
1.3. Formulación del problema.....22
1.4. Aspectos Teóricos. 22
1.5. Objetivos. 32
1.6. Hipótesis.....33
1.7. Justificación.....33

II. MATERIAL Y MÉTODO 34

2.1. Tipo y diseño de la investigación. 34
2.2. Población y Muestra. 34
2.3. Variables 35
2.4. Operacionalización de variables 35
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de información. 37

III. RESULTADOS.....39

3.1. Analisis e interpretación de resultados (Tablas y figuras).....39

IV. DISCUSIÓN 51

V. CONCLUSIONES 53

REFERENCIAS.....54

ANEXO 58

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución poblacional 35
Tabla 2: Variables, Operacionalizacion 36
Tabla 3: Estadísticos de Fiabilidad.....38
Tabla 4: Sexo de los productores de cacao.....39
Tabla 5: Edad de los productores de cacao 40
Tabla 6: Cuántos años producen cacao 41
Tabla 7: Cantidad de héctareas que usan para sembrar cacao.....42
Tabla 8: Participa en una Asociación de productores de cacao.....43
Tabla 9: Producción kilos/hectárea de cacao por año 44
Tabla 10: Con que frecuencia cosechan cacao.....45
Tabla 11: Veces de apoyo técnico por año para control de plagas y enfermedades 46
Tabla 12: Tipo fertilizante y abono que usa 47
Tabla 13: Costo mantenimiento anual.....48
Tabla 14: Interés y voluntad para exportar cacao.....49
Tabla 15: Expectativas por la exportación de cacao.....50

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura básica de Plan de Negocio 23
Figura 2: Mescla de Marketing 28
Figura 3: Estrategias de Operaciones 29
Figura 4: Cadena de Valor de Miclaed Porter 30
Figura 5: Sexo de los productores de cacao 39
Figura 6: Edad de los productores de cacao 40
Figura 7: Cuánto tiempo producen cacao 41
Figura 8: Cantidad de héctareas que usan para sembrar cacao. 42
Figura 9: Participa en Asociación de productores de cacao 43
Figura 10: Producción Kilos/hectárea de Cacao por año 44
Figura 11: Con que frecuencia cosechan cacao 45
Figura 12: Veces de apoyo técnico por año para control de plagas y enfermedades 46
Figura 13: Tipo fertilizante y abono que usa 47
Figura 14: Costo mantenimiento anual 48
Figura 15: Interés y voluntad para exportar Cacao 49
Figura 16: Expectativas al exportar Cacao 50

I. INTRODUCCIÓN

El plan de negocio constituye un documento sistemático y ordenado de una empresa, en donde se detalla el producto o servicio que están ofreciendo y todos los factores que participan en la ejecución de las operaciones (Arbaiza, 2013); así mismo, se establece el propósito del negocio que va realizar, comunica las estrategias, planes y tácticas que es usado por los inversionistas, socios o administradores (Greg, 2008) y es un documento que precisa con claridad la visión empresarial, identificar las oportunidades, objetivos, estrategias, procesos, actividades, resultados económicos y financieros que se esperan de una empresa (Weinberger, 2009)

Actualmente, las empresas a nivel mundial tienen la tendencia de ampliar las fronteras de sus negocios y buscar nuevos mercados a nivel nacional e internacional; para lograr este propósito de colocar productos o servicios a nivel internacional, sobre todo los productos agropecuarios, deben considerar procedimientos, requisitos y condiciones que le van a permitir exportar algun producto, como el cacao en grano; un principal instrumento es la elaboración de un plan de negocios para la exportación de cacao en grano.

En el nororiente peruano, en particular en Jaén, el cacao es un producto que en las últimas décadas se fue incorporando nuevas variedades que se acondicionan a la zona, permitiendo obtener características adecuadas que le permita competir con otras zonas a nivel nacional e internacional, así se han obetenido un cacao con características convencionales e incluso un cacao orgánico.

En este contexto, los productores de cacao, para poder comercializar su producto se han organizado para poder responder a los requirimiento y demanda de los nuevos mercados que se han idenficiado y que se convierte en las futuras metas de expotación.

El presente estudio planteó como objetivo general establecer un Plan de Negocios para la exportación del grano seco de cacao desde Jaén, el cual permite lograr unas condiciones y procesos de producción del cacao adecudas, volumen y capacidad técnica de los productores.

La prsente investigación está organizada en seis capítulos, que a continuación se describen:

Capítulo I: Introducción: describe la realidad problemática, lo antecedentes académicos, la formulación del problema, los aspectos teóricos del tema de investigación, la definición de los objetivos e hipótesis y la justificación respectiva

Capítulo II: Materiales y Métodos: donde se describe las características de la investigación, tipo y diseño, variables y operacionalización, población y muestra, las técnicas y los instrumentos usados para recoger los datos e información

Capítulo III: Resultados: se presentan la interpretación y análisis de resultados expresados en tablas y figuras, cada una de ellas con sus respectivas interpretaciones de análisis

Capítulo IV: Discusión: se realiza una discusión de los resultados en función de los antecedentes académicos que se presentan, así como en relación a los objetivos establecidos.

Capítulo V: Conclusiones: se presentan las conclusiones se función de cada uno de los objtivos establecidos

1.1. Problema de Investigación.

A Nivel Internacional

ICCO - Organización Internacional del Cacao (2018), señala que el cacao es un especie vegetal de diversos usos, su grano se usa para al fabricación por las industria de chocolate, confitería, cosméticos y farmacéutica. El cacao orgánico ha logrado un proceso de posicionamiento en el mercado orgánico, la venta de cacao es pequeña, representan actualmente el 0,5% del total de producción de cacao orgánico la cual proviene de los países de Tanzania, Madagascar, Belice, Uganda, Brasial, Costa Rica, El Salvador, República Dominicana, Nicaragua, México, Venezuela y Perú.

En Perú existen tierras adecuadas para semnbrar de manera eficiente de cualquier producto agrícola y las condiciones clímaticas son favorables para la siembra del cacao, considerando que está en franja ecuatorial que permite tener precipitaciones permanentes, estas condiciones de tierra y clima permite obtener un producto agrícola de calidad.

FOCUSECONOMICS - Pronósticos Económicos de los Principales Economistas del Mundo (2018), considerando la fluctuación del preciso del cacao, señala que a partir de la demanda de cacao por parte de Europa y Asía la sganancias durante el año han tenido un incremento. En Asia, en los últimos siete años, el cacao tuvo un crecimiento máximo en los meses de enero a marzo, de manera similar sucedió en Europa. En mayo el Precio Spot fue de 2,719 dólares por tonelada métrica, equivalente al 6,4% superior al mes anterior; asimismo el precio se incremento en un 43,2% con relación al mes del año anterior.

Este contexto es producto del incremento del consumo de chocolate en los principlaes paíes consumidores de cacao y que las empresas importadores han logrado posicionarse y competir d forma intensa, al extremo de retirar a una principal empresa competidora de cacao y que representa el 19% de la exportación mundial.

Banco de Desarrollo de América Latina - CAF (2017), señala que en Latinoamérica es una importante región que se dedica a la producción variada de cacao a nivel mundial, representa el 80% de la producción mundial; tiene clima, tierras y diversidad genética que le

permite tener un producto de calidad. La organización mundial de cacao, señala que entre el 70% y 100% del cacao que se exporta desde Colombia, Bolivia, Ecuador, Costa Rica, México y Perú, son especiales vairedades de cacao. El reto es tener una posición competitiva en el mercado mundial.

Una de las ventajas competitivas de la región es la de tener tierras adecuadas, clima favorble y diversidad genética; pero tiene limitaciones para incrementar la productividad, brindar asistencia técnica a lso agricultores y contar con financiamiento para lograr un aumento de productos de calidad.

El Diario El Independiente de España (2017), indica que desde hace cinco (5) años el consumo de chocolate a nivel mundial se ha estancado y paralelamente los precios de la materia prima se han ido cayeno paulatinamente. En ele año 2017, el cacao, ha tenido la cotización más baja en una década, su valor ha disminuido en un 40% desde el año 2016. "Es la peor racha para este mercado en más de 17 años". Una evidencia de este contexto es lo que sucede en el principal productor d cacao: toneladas de cacao que se han podrido en el puerto de Costa de Marfil

Es verdad que el cacao no tuvo su mejor momento el año 2017 ya que se debió a factores macroeconómicos como la excesiva producción de Costa de Marfil y el aumento desmesurado del cultivo de cacao, ya que esto provocó una sobreoferta, la cual conlleva asimismo a la baja de precios del cacao, sin embargo, últimos reportes del cacao en el año 2018 comentan una estabilidad de precios futuros.

El Diario Cacao México (2017) señala que los principales países productores de cacao se encuentran en (en orden ascendente) Asia, América Centrla y África del Oeste; a nivel mundal, los ocho (8) países que tienen la mayor producción de cacao son (en orden ascendente) Malasia, Ecuadro, Camerún, Brasil, Nigeria, Indonesia, Ghana, y Costa de Marfil; aglutinan el 90% de la producción de cacao a nivel mundial. Asímismo, estos países productos, son también los principales exportadores de cacao, excepto Malasia y Brasil, quienes dedican su producción al consumo interno.

Según el diario de Venezuela Viva el cacao (2017) Producción mundial de cacao aumentó en último año. En 4.733 millones de toneladas de cacao se ubicó la producción mundial del grano para el año cacaotero 2016/2017, según las últimas estimaciones revisadas por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) y publicadas recientemente en el boletín trimestral de estadísticas de la semilla. La cifra de producción representa 740 mil toneladas más o un 18,5% de incremento en relación con el balance del año cacaotero 2015/2016, cuando cerró en 3.993 millones de toneladas. El incremento de la producción del cacao podría afectar la demanda a un largo plazo y provocaría la reducción de precios, esto es una variable no controlable, pero existen métodos para evitarlo como el de mantener una producción de cacao diferenciado.

Contexto Nacional

Carrión (2018), indica que el Perú está siendo reconocido en los diferentes eventos mundiales por tener una excelente calidad del chocolate. En el año 2017, en la Feria Inernational Chocolate Awards, realizado en EE.UU., el Perú logró ganar 28 medallas de oro, plata y bronce en las diferentes catergorías ralizadas. En este año, Perú logró exportar soalemente la suma de US$ 6.95 millones en comparación con los meses de enero a noviembre del 2016 que lograron exportar US$ 8.34 millones.

El cacao que produce Perú está destacando a nivel mundial por su calidad, esta es una ventaja competitiva que se debe aprovechar y junto a ello se tienen que mejorar la gestión y capacidad de negociación de los precios de venta.

Gestión (2018), citando a la Gerencia de Agro Exportaciines de la Asociación de Exportadores – ADEX, señala que el Perú a partir del reconocimiento internacional que ha tenido por la calidd del chocolate, ha lograo incrementar las exportaciones en un 20% en el periodo de enera a noviembre del año 2017

El Perú siempre se ha identificado por producir un producto de calidad, el reto siempre será tener y mantenera una alta competitividad en el mercado internacional y se un referente por la demandan de cacao

La Organización Internacional del Cacao (ICCO, 2018), congrego en Lima a investigadores, expertos y productores de cacao en su Primer Simposio Internacional sobre Investigación de Cacao (ISCR 2017), el objetivo era dinamizar los resultados de las diferentes investigaciones para incrementar de manera sostenible la rentabilidad de la producción de cacao. La comunidad mundial de investigadores de cacao establecieron una suma de recomendaciones para desarrollar el cacao a nivel mundial: adpatar y mitigar el cambio climático, ser parte de la seguridad alimentaria y analizar el cadmio del cacao; estas recomendaciones y preocupaciones deben abordarse con suma urgencia

ICCO es una de las organizaciones a nivel mundial que han logrado promover investigaciones sobre el cacao para adecuarse a los efectos del cambio climático, plagas que se han presentado y mejorar los precios a través del la promoción del mercado jsuto.

El comercio (2017) indica que la producción de cacao en el Perú es una de las actividades agrícolas más dinámicas, ha logrado una producción de 108,000 toneladas de cacao siendo un récord histórico. Este logró es producto de las coordinaciones establecidas entre los productorers de cacao, sector público y la coorperación internacional que permitió cultivar a nivel record la cantidad de 129,842 hectáreas de cacao. En el año anterior se logró un incremento del 13,7% en relación al año 2015 y la producción fue de 95,000 toneladas

Se resalta el valor de las coordinaciones entre los diferentes actores de la comunidad nacional que se dedican a la producción y comercialización de cacao para lograr mejores resltados e incrementar la rentabilidad a través de la exportación.

Gestión (2017), señala que las exportaciones del cacao cayeron significativamente, Jaime Salomón, viceministro de Desarrollo e Infraestructura Agraria y Riego, explicó que fue por el resultado del incremento de la producción mundial que influyó en la caída del precio, es

una tema de la relación de la oferta y la demanda. El Perú ha tenido un crecimiento anual entre 9% y 10% en las exportaciones del cacao, pero por el stokamiento a nivel mundial y el acceso de compra para los consumidores, ha conllevado a disminuir las compras. Por ejemplo, la suma de la producción del cacao en los países africanos ha producido un ingreso de 250 mil toneladas adicionales de cacao, afectando su comercialización.

En este contexto, la sobre oferta es un factor incontrolable y que su incidencia afecta significativamente el precio del cacao y por ende a los productores a nivel mundial, por ello es necesario que los productores tienen que diversificar la producción para no afectar toda la economía familiar.

Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2016), la cantidad de cacao y sus derivados se han incrementado en un 15,9%; en los nueve (9) últimos años la cantidad de exportación de cacao y sus derivados tienen un acumulado aproximado del 290,9%, teniendo un promedio anual del 16,4%. Desde el 2010, el cacao en crudo es el producto que ha tenido una mayor demanda, superando a la manteca de cacao que fue superior a la del año 2009. Las divisas por la exportación del cacao en el año 2005 fue de US$ 35,6 millones y en el año 2014 fue de 234,2 millones, teniendo un crecimiento aproximado de 557,8%, tieniendo un incremento anual de 23,3%. Los principales derivados del cacao comercializados fueron: cacao en grano, manteca de cacao, cacao en polvo e incluso los que se usa en alimentación.

La producción y exportación del cacao se ha incrementado de manera considerable en el Perú, esto es porque los productores han optado por sembrar cacao por su precio y para garantizar los ingresos económicos en las familias.

Contexto Local

Agencia Peruana de Noticias (ANDINA, 2018) señala que la producción de cacao en San Martín, Amazonas y Cajamarca, tienen una demanda creciente en los países de Suiza, Austrialia e Italia por su sabor y textura exquisita; han logrado que el chocolate traspase las fronteras a nivel nacional para llegar a Europa. En el Perú existe diversas organizaciones de productores de cacao que son promovidas por DEVIDA (Comisión Nacional para el Desarrollo

y Vida sin Drogas), facilitaron que los productores de coca logren incorporar en sus cultivos el cacao y lograr su exportación; estos granos son los más solicitados a nivel mundial.

Los países extranjeros cada más y más logran cautivarse por la exquisitez de nuestro cacao peruano es por ello que los granos de cacao cultivados en el Perú siempre van a tener un mercado seguro

Romero (2017), en un estudio sobre el cacao en el Perú y el mMundo, señalan que la producción de cacao en grano en Jaén asciende a 904 toneladas anuales, equivalente al 3,2% de la producción nacional

Jaén es una zona con abundante recursos naturales y el cacao es un producto que se adecua a las condiciones climáticas y la tierra, además que el mercado nacional e internacional tiene mucha demanda y garantiza una buena rentabilidad.

1.2. Antecedentes.

Internacionales

Walter (2017), en investigación sobre "Plan de negocios para el establecimiento de una exportadora de cacao fino de aroma en Cobán, Alta Verapaz, Guatemala" tuvo como ojetivo hacer una evaluación de factibilidad para implementar una empresa exortadora de cacao fino de aroma en grano seco y fermentado. Se hizo un análisis del estado del cacao a través del uso de información secundaria y que tiene un rol fundamental en la cadena de cacoo en Guatemala. Realizaó diversas entrevistas usando medios diversos a expertos, empresas y productores de cacao. Concluyó: se exportará chocolate al mercado de EE.UU; se incluirá dentro de la organización y política del comercio justo y libros abiertos; se realizará promociones para premiar a los mejores productores decacao con un equivalente del 30% de las utilidades netas obtenidas del cacao; a través del la asistencia técnica, capacitación y cooperación internacional garantizará el precio y calidad del cacao.

La investigación plantea la necesidad de contribuir con asistencia técnica, cooperación internacional y capacitaciones para obtener un cacao de calidad y de esa forma ser competitivos en el mercado nacional e internacional.

Gutiérrez (2017) en su investigación sobre "Plan de negocios para la comercialización de insumos a partir de cacao fino de aroma en Nilo – Cundinamarca". Tuvo como objetivo hacer un diseño de un plan de negocios que permita realizar un proceso de comercialización de los productos e insumos del grano de cacao. Entre sus principales conclusiones, tenemos: es condición necesaria realizar un reconocimiento de la zona o región productora de cacao, conocer a los agremiados, saber de las empresas acopiadaras de cacao; sobre esta base se realiza el plan de negocios para saber sus potencialidades, amenzas, fortelezas y debiidades, definir los objetivos y metas, definir quienes van a participar en este negocio y conocer el volumen de acopio que pueden realizar.

El diseñar un plan de negocios permite establecer los criterios técnicos para mejorar le proceso productivo del cacao y que incluye promover valor agregado, así como mejorar el uso de la materia prima en la chocolatería. Este plan de negocios desarrollan procesos industriales a nivel administrativos, molienda, ventas, servicios de proveedores, apoyo en marketing y publicidad.

Rivera y Solís (2016), su investigación sobre "Plan de Exportación de Cacao orgánico hacia el mercado de la Unión Europea. Caso ilustrativo Cáritas el Salvador" Tuvo como objetivo principal el diseño e implementación de una plan de exportación hacía la Unión Eurpoa para realizar la inclusión del cacao orgánico que se produce a través de un sistema de agroforestales. A nivel metodológico se ha establecido realizar la investigación con productores sin experiencia de exportación, personal profesional en exportación de cacao, instituciones u organizaciones que apoyan la exportación de cacao. Concluyeron: existen organizaciones que contribuyen para facilitar la exportación de productos orgánicos, como el cacao orgánico, pero no cuentan con la experiencia o no tienen la información actualizada para realizarlo; esto es porque no existe procedimientos definidos para dicho rubro. Los productores de cacao orgánico deben obtener

certificaciones diversas para acreditar a nivel nacional e internacional el origen orgánico del cacao.

Los autores señalan que elaborar un plan de xportación de cacao orgánico tiene sus limitaciones en el proceso de exportación como tal y constituye en una etapa muy difícil realizarlo; no se tiene apoyo detallado, los procesos de exportación no están definidos y el factor técnico debe estandarizarse para lograr volumen y calidad en la producción; estos factores deben optimizarse para realizar una exportación rápida a corto plazo.

Mejillones y Jaime (2015), en su investigación sobre "Plan Estratégico de Producción de cacao fino en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghái". Tuvo como objetivo general elaborar un plan estratégico para la exportación de cacao fino de aroma, definiendo el proceso de introducción y posicionamiento en el mercado de Shanghai. Concluyeron: Ecuador exporta diversos tipos de cacao, como el cacao fino de aroma, cacao criollo; el producto que se exporta con más frecuencia y calidad es el cacao fino de aroma, las ventas y producción se realizan a China, Unión Europea, EE.UU y otros países. El cacao fino de aroma es el producto que tienen mucha importancia y valor en el mercado mundial, ocupa el quinto lugar entre los tipos de exportación de cacao a nivel mundial

La investigación nos muestar el valor de realizar una planificación estratégica para poder exportar cacao; un plan estratégico permite definir la ruta de la producción, comercialización, negociaciones de precios y el proceso de exportación con los actores del mercado de destino; en este caso es exportar un producto de calidad y orgánico

Nacional

Sevilla (2017), en su investigación sobre "Análisis de las causas de variación en las exportaciones del cacao peruano". Tuvo como objetivo general hacer un análisis de las causas principales que inciden en la variación de la producción y precios de cacao. Concluyó: usando un análisis econométrico se observo una alta incidencia de la producción, precio del cacao y tipo de cambio en la exportación del cacao. El principal factor que influye en la exportación de

cacao en el Perú es el tipo de cambio, tiene un alto porcentaje de elasticidad en relación a los otros factores; si el tipo de cambio disminuye o se incrementa en 1%, las exportaciones pueden aumentar o disminuir en un 31,1%.

Montalvo (2016), en la investigación sobre "Estudio de mercado para la diversificación de la oferta exportable de cacao orgánico tostado en la Cooperativa Agraria Cafetalera Bagua Grande Ltda. Al mercado de Estados Unidos". Tuvo como objetivo principal la de realizar un estudio de mercado para determinar la oferta exportable de cacao orgánico tostado. Concluyó que si es viable exportar cacao tostado al mercado de EE.UU.; existen empresas que demandan el probar el cacao tostado de origen orgánico. Además el estudio de mercado identificó los gustos, necesidades y preferencias que tienen el mercado de EE.UU. para poder comercializar el producto indicado.

Lavaggi, Mori y Rozas (2016), en su investigación sobre "Plan de negocio para una empresa de exportación de chocolate orgánico". Tuvo como objetivo general fue la de analizar e identificar el mercado preferente para le vanta del chocolate orgánico. Concluyeron que el planificar a largo plazo se debe realizar a partir de una estrategia genérica de enfoque que considere calidad del producto y experiencia de consumo que exige los consumidores. La influencia de la esfera de la empresa garantiza procesos involucrados dentro del entorno de los lineamientos establecidos para la responsabilidad social. Para dar sostenibilidad al proceso de exportación es condición necesaria la de establecer alianzas estrategias con los proveedores de cacao y los responsables de la maquila de chocolare para garantizar un nivel de flexibilidad frente a los cambos que realiza la demanda y de esta manera no poner en riesgo el abastecimiento de las empresas que demandan el producto. A nivel del Marketing Mix debe considerar que el producto esta en la categoría "Premium"

Los investigadores plantean que para lograr una eficiente exportación es necesario tener un producto de calidad y sobre ese producto se realiza un plan de negocio, de esta forma tendrá una ventaja competitiva en el mercado internacional; además que tienen que tener las alinzas con los proveedores, empresas y clientes de la zona y alineados a la estrategia genérica.

El Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI (2016) realiza una investigación sobre "Estudio del cacao en el Perú y en el mundo". Tuvo como objetivo principal la de realizar un estudio de las perspectivas del mercado, proceso evolutivo de la producción, comercio mundial, estado de la demanda y oferta del cacao a nivel mundial, así como las tendencias de los preciso y los exportadores e importadores principales del cacao a nivel mundial. Concluyó: según ICCO, señala que al 2023 el cacao tendrá una caída mundial de los stocks, lo precios a nivel mundial serán altos y con incrementos permanentes; aproximadamente entre el 90% al 92% de la producción del cacao será de tipo convencional, normal o común; a nivel nacional, casi el 56% pertenecen a este tipo de cacao y de la variedad "Forastero". El incremento de la demanda a generado que el Perú incremente la oferta del cacao. En el Perú, la producción nacional, se ha incrementado en un 15,5% anual, con 87,3 mil toneladas cosechas entre 2009 a 2015 y de 121,3 mil hectáreas sembradas en el año 2015.

MINAGRI afirma que la producción de cacao mundial no ha logrado cubriri ni satisfacer la demanda del mercado mundial a largo plazo, por está reazón los precios siguieran altos y en crecimiento. Más del 50% del cacao es convencional y por ello se tiene que considerar mayor enfoque en la calidad del producto.

Loayza y Maldonado (2015), en su investigación sobre "Propuesta de proyecto para el fortalecimiento de la competitividad de los productores de cacao del valle Primavera-VRAEM orientado a mercados con beneficios diferenciales" Tuvo como objetivo principal formular una propuesta para articular a los productores de cacao con los mercados diferenciales que permitan sostener a largo plazo la actividad agrícola. Concluyeron que existe una creciente demanda de cacao del tipo ordinario o convencional, así como el cacao gourmet o especial, es una oportunidad el tener superiores precios por calidad de grano, participación de las empresas que producen chocolate, proteger las variades nativas; adicionalmente los productores se organizan para brindar asistencia técnica, dar mantenimiento y control fitosanitario para garantizar crecimiento en la producción y aprovechar las ferias locales, regionales, nacionales e internacionaes para la promoción del cacao

El proceso de crecimiento del cacao en el Perú ha contribuido para reducir la pobreza externa en el país y a nivel social, se ha contribuido para erradicar y sustituir el cultivo de la hoja de coca por la producción de cacao

Local

Collantes (2017) en su investigación sobre "Estudio de prefactibilidad para implementar el proceso de exportación de café orgánico en la Provincia Rodríguez de Mendoza - Región Amazonas". Concluyó: que el estudi de prefactibilidad ha identificado los factores que influyen en el proceso de exportación de café orgánico; existe un tradición cafetalera en la región y el país; el Perú es el sexto país exportador de café orgánico a nivel mundial; Alemania es el principal receptor de las exportaciones d café desde el Perú pero tienen un aproximado de 21,813 toneladas para satisfacer y un crecimiento anual del 5%; el mercado potencialmente interesante para seguir exportando café orgánico es Alemania; el Perú representa el 8% de la exportación de café orgánica en Alemania y con un crecimiento del 5% anual

Esta investigación nos permite conocer una ruta para la exportación de productos de la región de Amazonas, para definir el plan de negocios es necesario considerar la capacidad local, proceso de exportación y principales mercados a nivel mundial.

Mesa (2016) realiza una investigación sobre "Plan de negocios para la asociación de productores agropecuarios de Huicungo (Apahui)". Tuvo como objetivo general realizar la elaboración de un Plan de Negocios sobre el cacao seco para la Asociación de Productores Agropecuarios de Huicungo – APAHUI en San Martín. Concluyó que existe alta disponibilidad de mataria prima; el consumo de cacao por persona en la región es muy bajo, aproximadamente consumen un promedio de 0,53Kg/persona por año; en la provincia Mariscal Cáceres de la región de San Martín existe una demanda sin ser satisfecha, teniendo en cuenta que existe una producción de cacao cuyo rendimiento de grano seco es del 40%.

Tusta (2016), en su investigación sobre "Plan de negocio para la producción y exportación de caracol comestible (Helix Aspersa) en la Región Amazonas". Determinó que los

factores principales críticos para tener éxtio en el negocio son: 1) existe una demanda que no ha sido satisfecha y no han logrado llegar hasta el momento, los países de América Latina que tienen las condiciones adecuadas para la producción de moluscos recién están iniciando con esta actividad; 2) existe una red u organización de aproximadamente 100 productores que han iniciado de manera formal esta actividad y han empezado a recibir la contribución de las empresas a través de asistencia técnica y recursos. La empresa a comprar la producción firma un compromiso con los productores, así garantiza la producción y compra. En Amazonas existen áreas que puede ser destinada para la actividad helicicola, demanda una inversión mínima inicial y puede realizar vinculada a las otras actividades cotidinas.

La investigación establece un Plan de Negocios para exportar productos helicicola desde Amazonas para cubrir una demanda no satisfecha en el mercado mundial, además que la alianza entre empresa comercializadora y productores garantiza el éxito de la exportación.

1.3. Formulación del problema.

¿Es factible un plan de negocio de exportación de cacao en grano seco en Jaén?

1.4. Aspectos Teóricos.

1.4.1. Plan de Negocio.

Arbaiza, (2013) señala que un plan de negocio consitituye un documento donde se detalla una empresa, se hace una descripción de servicios y productos que ofertan y precisan los factores que participan e influyen en el desarrollo de sus acciones y operaciones (p.21).

Greg, (2008), indica, también, que un plan de negocio es un documento que se usa para precisar el propósito de la empresa en relación a los diversos proyectos que tienen y permite cohesionar al negocio. Un plan de negoico es un instrumento que puede ser usado para comunicar e informar sobre las estrategias, técticas y planes para los inversionistas, socios y administradores (p.6).

Según Weinberger (2009), refeirer que un plan de negocios es un instrumento de comunicación; en él se define con precisión y claridad la visión empresarial, objetivos,

oportunidades externas, estrategias, los procesos de acuerdo a la progranción de acciones de la empresa, los resultados financieros y económicos proyectados y las expectativas (p.11).

1.4.2. Estructura del plan de negocios

Arbaiza, (2013) refiere que la estructura de un plan de negocio se adecua a la complejidad que tienen los proyectos o negocios de las empresa y a la forma de trabajar de los empresarios. En forma general, un plan de negocio debe contener lo siguiente:

Figura 1: Estructura básica de Plan de Negocio
***Fuente**: Adaptado de Arbaiza. Como elaborar un Plan de Negocio.*

1.4.2.1.Descripción del negocio.

Arbaiza, (2013) indica que en esta parte se realiza la presentación y definición sobre el concepto de los productos, servicios y de la empresa en general. En esta parte se describe los antecedentes y las razones por la cual se ha optado por este negocio, producto o servicio con la intención de impactar en los potenciales participantes (p.35).

De acuerdo al Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI (2016) en el estudiuo realizado sobre el cacao en el Perú y el mundo indica que el cacao tiene las siguientes características:

a) *Producto.* Científicamente se le conoce como Teobroma cacao, (comida de los dioses) El cacao es un árbol que crece en regiones tropicalizadas en la longitud de 20° al norte y 20° al sur de la línea ecuatorial, tiene una altitud de 400 a 1200 msnm, con una temperatura que oscila entre 18º y 32º. No requiere de riego permanente, aprovecha el agua de las lluvias. Se han identificado tres variedades principales d cacao: forastero, trinitario y criollo.

El cacao en grano constituye en una de las principales materias primas que se usa en la industria de chocolates, confitería, cosméticos y para la producción farmacéutica. Además que se usa su mantenga, aceite, pasta y polvo de cacao. Es muy bien usado en la producción de chocolate y sus derivados.

b) *Área cosechada.* A nivel mundial existe un crecimiento paulatino de las áreas destinadas a la siempre de cacao; en los años del 2000 al 2009 tuvo un crecimiento de un 3% y entre los años del 2009 al 2014, creció la superficie cosechada en un 4%

c) *Rendimiento.* A nivel tecnológico, el cacao no ha tenido un redimiento exitoso, ha tenido muchas limitaciones. Casi el 90% de la producción pertenece a pequeños propietarios que possen menos de 5 hetcáreas. Por la plagas, enfermedades y cambios climáticos, al año, se pierde el 30% de la producción mundial. El rendimiento promedio a nivel mundial es de 460 Kg/Ha.

d) *Estacionalidad de la producción.* El proceso productivo del caco se realiza en todo el año, pero en los meses de abril hasta agosto logra altos volúmenes; la producción se concentra en especial en los meses de mayo a julio en las regiones de San Martín, Piura, Ayacucho, Junín y Huánuco.

e) *Tendencias y parámetros de producción.* La producción de cacao en San Martín y en toda la amazonía peruana tienen grandes potencialidades; las condiciones ecológicas, climáaticas y de tierra le permite obtener un cacao de calidad con una gran demanda en el mercado nacional e internacional.

f) *Proyección de producción*. Una planta de cacao puede producir hasta los 30 años con el mantenimiento correspondiente, luego d este tiempo requiere de realizar un proceso de refuerzo a través del uso de abonos orgánicos; la producción anual varía de acuerdo a las regiones; por ejemplo en Africa la producción es de 300 Kg/He, pero la producción promedio mundial es de 900 Kg/He.

g) *Control de enfermedades.* Tenemos las isiguientes enfermedades

Escoba de bruja *(Crenipellis pemiciosa).* Es una enfermedad que se dedica atacar los tejidos de la planta en crecimiento, como cojines florales, brotes axiliares o terminales, y al fruto en su diferente estado. Es una enfermedad endémica y se fortalece en zonas con altas precipitaciones de lluvias. Se controla podando en el árbol todas las zonas afectadas; debe evitar mucha sombra y retirando los árboles que tiene hojas o ramas muy bajas y resistentes; todas las partes eliminadas del árbol de cacao debe ser amontonado y cubierto con hojarascas u otros materiales orgánicos.

Pudrición parda (*phytophthora palmivora*). Es un hongo que se localiza en el árbol de cacao, en el ambiente, suelo afectando al cacao, se distribuye por las lluvias, acción del hombre y los vientos. Las partes que más afecta es el tronco y el fruto. A través de fungicidas orgánicos se realiza cuatro pulverizaciones desde el inicio de la floración; ayuda mucho el remover los frutos secos que no han sido afectados o tienen mínimas lesiones. Cuando el hongo afecta al tronco, se utiliza un cuchillo para sacarlo de toda la zona afectada hasta encontrar la zona sana

y se pasa una solución de sales cúpricas en toda la zona afectada.

Moniliases *(monilophthora roreri).* Es una enfermedad que se carateriza por atacar el el fruto de cacao tierno y que tienen pequeñas pretuberancias; en el fruto de cacao mayor, se presentan manachas oscuras o una cubierta blanca en la superficie; un fruto enfermo tiende a pesar más que una sana, pero en su interior es ocuoso y la almendra no se usa. Su control es través del recojo y entierro de los frutos que tienen inicialmente la enfermedad y luego esparciar zinc o azufre mojable.

1.4.2.2. Análisis del mercado.

Arbaiza, (2013), señala los pasos para tener éxito en el análisis del mercado (p.51).

a) *Análisis del entorno.* Es importante hacer un análisis de los factores externos que afectan al negocio o empresa. Se realiza un análisis de los factores políticos, económicos, tecnológicos, geográficos, ecológicos para conocer en detalle el entorno.

1) *Análisis de la industria o sector.* Se raliza un análisis de todas las empresas o negocios que son parte de la competencia para conocer las características de los productos similares que ofrecen e incluso analizar los productos que pueden sustituir el producto que se ofrece. Se utiliza las cinco fuerzas competitivas de Porter: Rivalidad entre los competidores de la industria, riesgo de ingreso de competidores potenciales, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los clientes y amenaza de productos sustitutos.

b) *Investigación del mercado objetivo.* Permite tener la información sobre los productos o servicios de la competencia que existe en el mercado objetivo.

1.4.2.3. Planeamiento estratégico

Arbaiza, (2013) Las estrategias se define puede definirse sobre la base de las decisiones o respuestas que puede proporciona el propietario o emprendedor sobre la situación del producto o empresa en general. (p. 84).

a) Misión y visión del negocio, objetivos estratégicos y grupos de interés. La misión constituye en un manifiesto que resume la razón de ser del negoico o la identidad del mismo que se presenta y conoce en el mercado objetivo. La visión es la que permite establecer las relaciones a nivel interno (personal) y externo (clientes o grupso de interés)

b) Análisis FODA. Es analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenzas y se realiza para optimizar los recursos propios en relación a las condiciones exteriores y la generación de nuevos recuros o mejoras.

c) Estrategias genéricas. De acuerdo a Porter (2010), son tres las estrategias genéricas: Diferenciación, liderazgo en costos y diferenciación (p. 87).

1.4.2.4. Plan de marketing

Arbaiza, (2013) señala que un plan de márketing permite realizar una integración coherente de las conclusiones que se han obtenido en los planes estratégicos y el análisis de mercado. Aquí se definen objetivos que se alinean con la estrategia general de la empresa. Este proceso permite posicionar el producto o servicio a largo plazo (p.109).

a) Objetivos, posicionamiento y mezcla de marketing. Weinberger (2009) señala el objetivo general de un plan de márketing está vinculado con las ventas del negocio (p.120). Para obtener un posicionamiento éxitoso, debe identificar una demanda potencial en incremento que permita generar un beneficio y lograr una mejora de volumen y precios por los productos o servicios que se ofrecen. Según Thomas y Derammelaere (2008), el punto neurálgico en el plan de marketing es el diseño de la mezcla de marketing. .

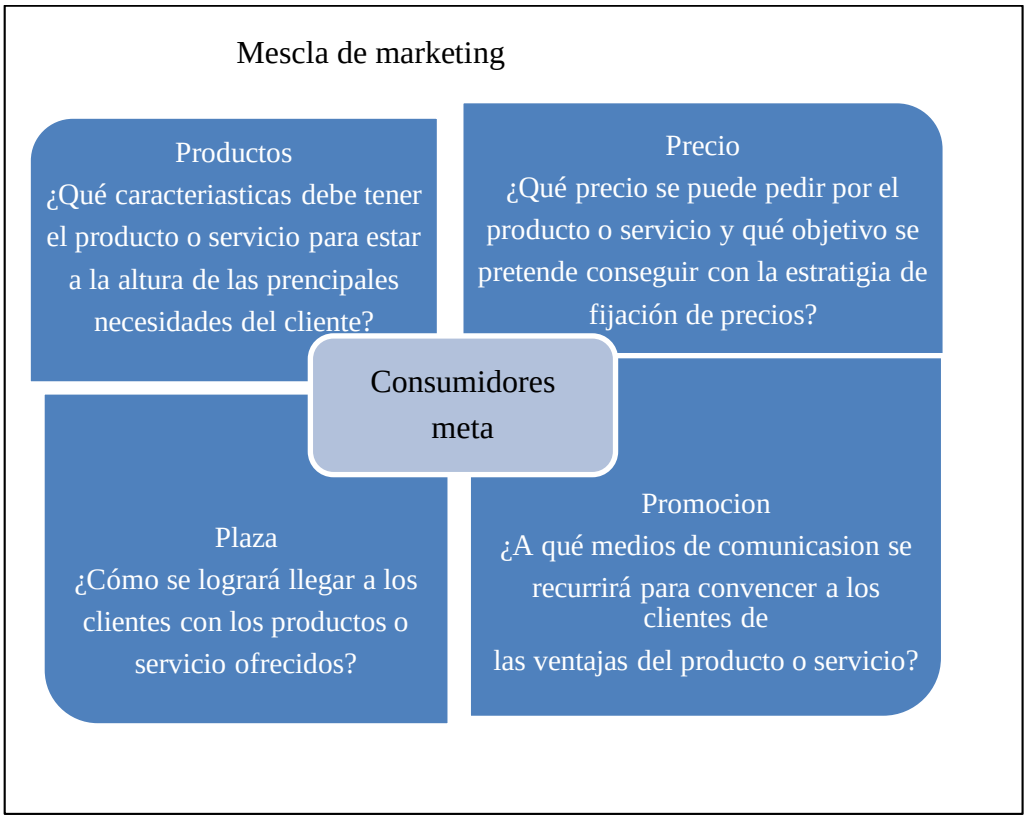

Figura 2: Mescla de Marketing
Fuente: Muñiz, 2010, p.73

1.4.2.5. Plan de operaciones

Arbaiza, (2013) indica que el plan de operaciones consiste en identificar cada uno de los elementos que participan en la fabricación del producto o en promover un servicio (p.138).

a) *Estrategia de operaciones.* Según Falcon (2016), las estrategias de operaciones son propuestas con relación al proceso productivo a nivel de costos, flexibilidad, calidad y tiempos de entrega (p.61).

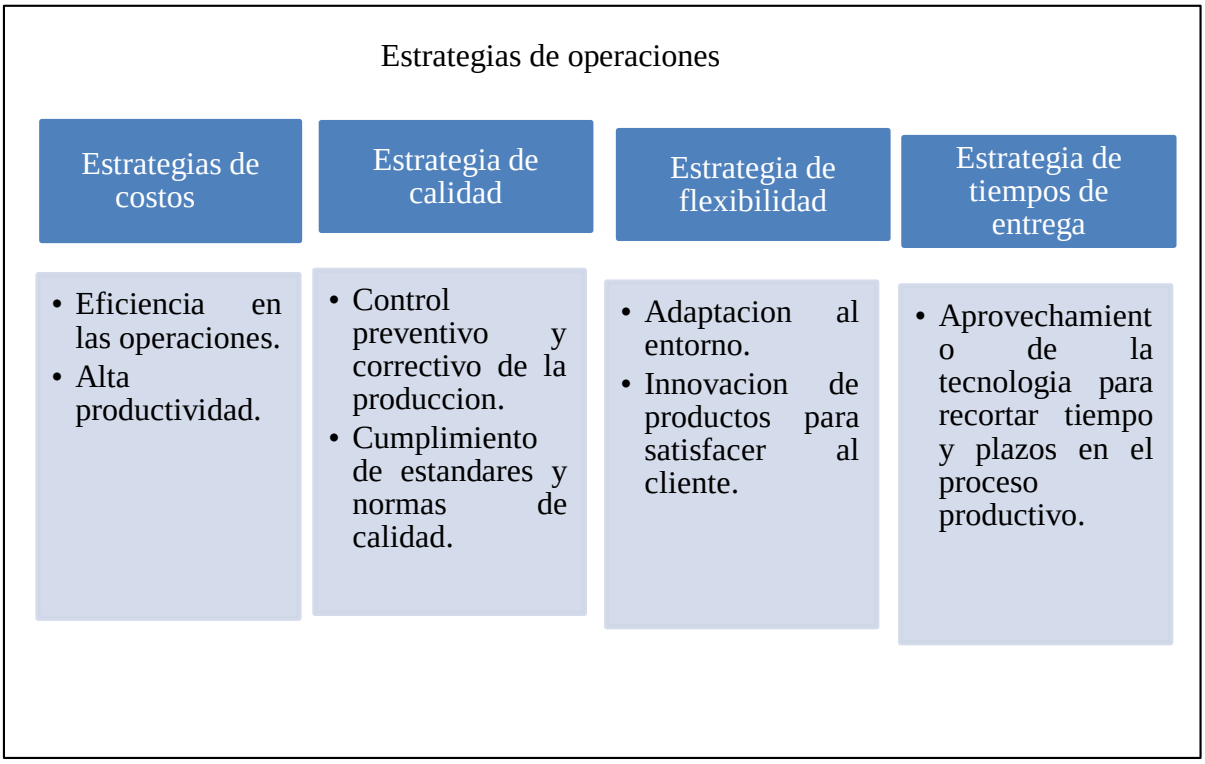

Figura 3: Estrategias de Operaciones
Fuente: Falcón, 2016, pp 62 - 63

b) *Gestión de operaciones.* Arbaiza, (2013) señala que la gestión de operaciones esta implicado lo siguiente: detalle sobre la logística de aprovisionamiento, el uso y manejo de los inventarios, la forma que se va lograr la productividad, al forma que se va realizar el el control de calidad y la forma de supervisar el servicio de terceros, entre otros. (p.140). Abrams (2003) indica que el plan operativo debe contener los siguientes puntos indispensables (p.79):

1) Las instalaciones: Costos por compra, por alquiler de edificio, planta o terreno; costos por mejoramiento, remodelaciones, entre otros.

2) Los equipos: Costos por maquinaria, computadoras, herramientas, transporte, telecomunicaciones, entre otros.

3) Materiales y suministros: Costos por útiles o materiales de oficina, tarjetas de presentación del personal responsable de la empresa, entre otros.

4) Mano de obra y otros: Pagos a especialistas, consultores, contadores, abogados, obtener permisos y licencias, entre otros..

Porter (2010) señala que la cadena de valor está representada por la suma de las actividades principales que se van a ejecutar y son:

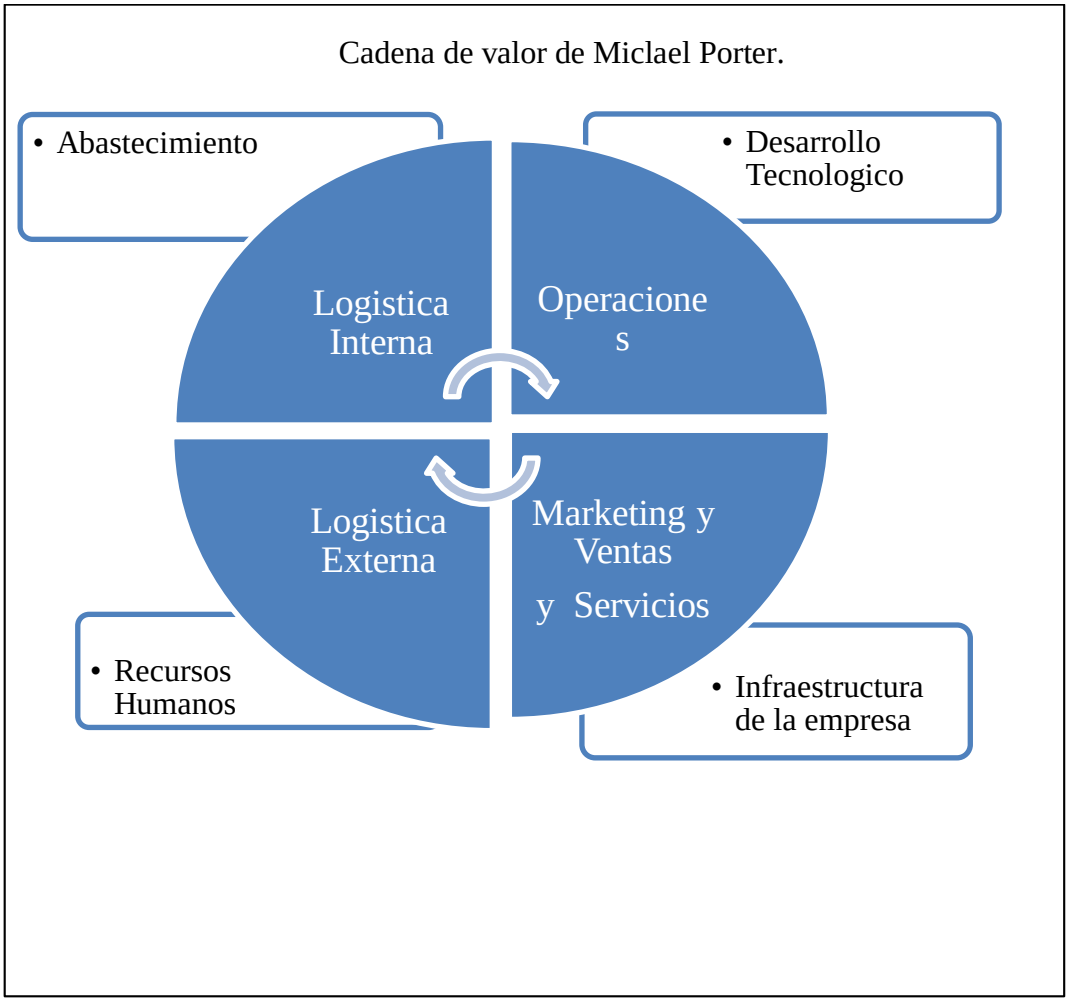

Figura 4: Cadena de Valor de Miclaed Porter
Fuente: Porter (2010)

1.4.2.6. Organización

Arbaiza, (2013), refiere que es una estructura diseñada de manera sistemática, ordenada y con sinérgica entre todas las variedades que tiene una empresa. Es un proceso de diseño organizacional (p.166).

1.4.2.7. Gestión de recursos Humanos

Arbaiza (2013) indica que la gestión de recursos humanos es un elemento que permite cohersionar el equipo de trabajo a través de los conocimientos y experiencias que tiene el personal para realizar las actividades de forma innovadora y creativa dentro de la empresa; es importate que la empresa invierta en el personal para lograr una sostenibilidad en el tiempo a nivel de calidad y volumen. Es fundamenta realizar un proceso de inducción, capacitación y evaluación del nivel de desempeño del personal existente (p.122).

1.4.2.8. Análisis económico y financiero

Arbaiza, (2013), señala que un análisis económico y financiero en la empresa, va definir los costos iniciales para poder ejecutar el negocio y establecer el presupuesto de los costos que se van usar en la operaciones de los planes y las proyecciones de rentabilidad que se va lograr con el negoico y definir el origen y acceso a financiamiento (p.192).

a) Presentación del plan financiero. Según Weinberger (2009) refiere que los documentos fundamentales que debe tener un plan financiero son: resumen de requerimientos financieros, préstamos, flujo de efectivo, realizar proyecciones en tres años de ingresos, analizar el punto de equilibrio, definir el estado de pérdias y ganancias.

b) Proyecciones. Consiste en realizar una identificación de los potenciales riegos que podrían afectar al negocio o empresa, realizar indicadores de medición y seleccionar el o los riesgos que deseamos asumir, ver las opciones de transferencia a terceros, identificar las herramientas de transferencia y cobertura que permita obtener una gestión con eficiencia.

c) Análisis económico y financiero. El análisis económico y financiero está dirigido y orientado para lograr los objetivos de los socios o inversionistas; esperan obtener una rentabilidad superior a las tasas de interés a plazo fijo que ofrecen los bancos, de esta forma se minimizan los riesgos de inversión. Los indicadores y métodos para analizar la rentabilidad en una empresa son:

1) Estado de ganancias y pérdidas. Presenta los resultados de las operaciones de negocios realizadas durante un período, mostrando los ingresos

generados por ventas y los gastos en los que haya incurrido la empresa.

2) Flujo de caja económico. Presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

3) El Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno. Es premisa del VAN que el dinero posee un valor cambiante en el tiempo; por ello se debe descontar de los flujos de efectivo una tasa de costo de oportunidad de capital (COK); el inversionista la aceptará tomando en consideración el riesgo.

4) Análisis del punto de equilibrio. El punto de equilibrio (PE) alude a que las actividades de la empresa se encuentran en un punto en el cual los ingresos totales equivalen a los egresos, y, por tanto, no hay ganancias ni pérdidas.

5) Análisis de la sensibilidad. Este método puede ser utilizado para evaluar el impacto producido por los cambios en algunos factores claves sobre la tasa de retorno, como las variaciones en el precio, el producto, la logística y, sobre todo, en factores no controlables, como el entorno social o el comportamiento de la competencia y de los clientes.

6) Balance general. Representa el panorama de la situación financiera de la empresa en un momento determinado. Elaborarlo requiere de conocimientos contables.

d) *Fuentes de financiamiento.* Arbaiza, (2013). Si se tratase de un emprendimiento pequeño, el círculo familiar y social del empresario puede ser la primera fuente a la que este acuda, además de a sus propios ahorros. También es posible optar por financiamiento del Estado, el cual demanda un plan de negocio muy detallado y preciso. Las principales instituciones que ofrecen financiamiento para emprendedores son el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, Promperú y el Banco de la Nación.

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo general.

Formular un Plan de Negocio de Exportación de cacao en grano seco desde Jaén

1.5.2. Objetivos específicos.

a) Especificar viabilidad financiera y económica del Plan de Negocio de Exportación de cacao en grano seco de Jaén.

b) Realizar un plan de negocio de exportación de cacao en grano seco de Jaén.

1.6. Hipótesis.

La elaboración de un plan de negocio de exportación facilitará la comercialización del cacao en grano seco de Jaén.

1.7. Justificación

El presente trabajo de investigación se justifica porque con el desarrollo de un plan de negocios de exportación de cacao en grano seco de Jaén, permitiría identificar costos de post cosecha y exportación, identificar tiempos y puntos críticos, que permitirá tener un producto de buena calidad lo cual conllevará a una exportación directa que permitirá al pequeño productor mejores precios, mejoraran sus niveles de ingreso; permitiendo contribuir en el desarrollo de la ciudad de Jaén. Por otro lado traerá consigo varios puestos de trabajo y un mejor nivel de vida para los agricultores y a mi persona, y porque no decir que también traerá ingresos a nuestro País.

En lo económico y social con la exportación de cacao al mercado internacional, se promueve el crecimiento económico de la ciudad de Jaén, generara mayores ingresos a los productores, mejorando sus condiciones de vida y conribuyendo al crecimiento económico de Jaén. El plan de negocios permitirá usar adecuadamente los recursos disponibles, construir alianzas estratégicas, involucrar a los productores directamente, cubrir las necesidades familiares e incrementar el desarrollo de la región y del país.

Por otro lado es importante comprender las potencialidades de un plan de negocio de exportación del cacao, la planificación previa a la ejecución de acciones es una solución para las asociaciones y empresas evitando así crear negocios que no dan resultados positivos, el cacao se ha convertido en un alimento muy popular entre las personas que buscan un estilo de vida saludable. Considerando sus beneficios para la salud. El contenido del cacao incluye una amplia variedad de nutrientes y un conjunto de propiedades incluso es una potencia antioxidante que

nuestro cuerpo agradece. El gran alimento cardiosaludable. Mismas condiciones que hacen que este plan de negocio será mucho más efectivo.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación.

2.1.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación es Descriptiva. Solamente se ha observado y descrito el contexto y situaciones reales tal como son y se han presentado; de esta manera en el Plan de Negocios se ha descrito el proceso de su elaboración, las limitaciones y problemas que se ha presentado en su proceso de constitución.

2.1.2. Diseño de investigación.

En la investigación se uso un diseño No Experimental, y Transversal.

Este diseño de investigación es No Experimental porque se realiza sin que se haga en obsoluto ninguna manipulación de las variables. Se realiza la investigación observando los fenómenos, hechos y situaciones tal como se presentan sin realizar alguna intervención para alterarla o adecuarla para algún fin. En esta investigación se analizan las vairables y se propone una Plan de Negocios para exportar cacaoen grano desde la provincia de Jaén.

Es Transversal porque la información recopilada a través de la aplicación de los isntrumentos de investigación se realiza en un periodo determinado de tiempo; en este caso se aplicó la encuesta a los productos y las entrevistas a los expertos sobre cacao en un tiempo determinado.

2.2. Población y Muestra.

2.2.1. Población.

La población estuvo constituida por la suma de los productores que se dedican a la producción de cacao en Jaén. Según MINAGRI (2016) son 650 productores.

Tabla 1: Distribución poblacional
Distribución poblacional.

Productores Cacao	Cantidad	Porcentaje %
Hombres	350	55%
Mujeres	292	45%
Total	650	100%

Fuente: MINAGRI (2016)

2.2.2. Muestra.

La muestra de la investigación fue probalistica, los productores de cacao tuvieron la posibilidad de participar. La muestra se determinó usando la siguiente fórmula:

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

$$N = \frac{650 * 1.96^2 * 0.5^2}{(650-1) * 0.10^2 + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$\mathbf{N} = \frac{624.26}{7.4504}$$

$$\mathbf{N} = 84$$

2.3. Variables

Plan de Negocio de exportación de cacao

2.4. Operacionalización de variables

Tabla 2:
Operacionalizacion de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Plan de negocio de Exportación cacao	Explicación del negocio	Héctareas sembradas y cosechas	Encuesta
		Rendimiento por héctarea	
		Tiempo de siembre y cosecha	
		Parémetros y tendencias cacao	
		Perspectiva producción cacao	
		Control fistosanitario	
		Costos de producción	
	Análisis de Mercado	Análisis contexto o entorno	Entrevista y Análisis Documental
		Análisis del rubro cacao	
		Investigación y análisis de mercado cacao	
	Plan Estratégico	Definición objetivos, visión y misión	Entrevista y Análisis Documental
		Análisis FODA	
		Estrategias Generales	
	Plan marketing	Estrategia de Producto	Entrevista y Análisis Documental
		Estrategia de Precio	
		Estrategia de Plaza	
		Estrategia de Promoción	
	Plan de Operaciones	Estrategia de Operaciones	Entrevista y Análisis Documental
		Gestión de Operaciones	
	Estrutura orgánica	Diseño Organizacional	Entrevista y Análisis Documental
	Gestión de Recursos Humanos	Procesos de inducción	Análisis Documental
		Plan de Capacitación	
		Evaluación y análisis de Desempeño	
	Análisis Económico y Financiero	Planificación financiera	Entrevista y Análisis Documental
		Proyecciones	
		Análisis financiero y económico	
		Origen y partidas de financiamiento	
		Facturación comercial	
		Declaración de exportación	
		Inventario de de embalaje	
		Conocimiento e información de embarque	

Fuente: *Elaboración propia*

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

2.5.1. Técnicas de recolección de datos.

Encuesta. Se aplicó una encuesta a los productores de cacao en Jaén y se obtuvo información sobre el proceso de cultivo del cacao y que se utilizón para analizar la vairable correspondiente.

Entrevista. Se aplicó una entrevista a profesionales y personas que se dedican a la exportación del cacao desde Piura para conocer en detalle el proceso de exportación.

Análisis documental. Se recurrió a bibliografía especializada sobre el proceso de exportación de productos agrícolas a través de libros, revistas, boletines impresos y acceso a biblioteca virutal.

2.5.2. Instrumentos de recolección de datos.

Los isntrumentos que se han usado son los siguientes:

Cuestionario. Se utilizó un cuestionado para aplicar a los productores de la muestra y conocer las características del producto y la viabilidad del negocio

Guía de Entrevistas. Se utilizó para realizar la entrevista a los profesionales y expertos en exportación de cacao y obtener información para el plan de negocio de exportación.

Fichas análisis de documentos, se utilizó para registrar la información y datos obtenidos de la revisión de la bibliografía especializada

Análisis Estadístico de los Datos. Se utilizó para realizar el procesamiento de datos y para la cual se usó el Programa Estadístico SPSS y Excel

2.5.3. Validez y confiabilidad

La validez de los intrumento de investigación se obtuvo a través de la revisión y evaluación de profesionales o especialistas en el tema, quienes dieron su aprobación para ser aplicado y granatizando resultados óptimos

La Confiabilidad se realizó utilizando el métodoAlfa de Cron Bach el mismo que se obtuvo a través del uso del Programa SPSS. Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan que es confiable un instrumento cuando el indicador del Alfa de Cron Bach es igual o superior a 0,72, obteniendo un nivel de confiabilidad excelente y garantiza su aplicación

Tabla 3:
Estadísticos de Fiabilidad.

Estadísticos de Confiabilidad		
Alfa de Cron Bach	Elementos tipificados	Nº Ítems
0.751	0.811	8

FUENTE: Elaboración propia

.

III. RESULTADOS

3.1. Analisis e interpretación de resultados (Tablas y figuras)

Tabla 4:
Sexo de los productores de cacao

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	75	89
Mujer	9	11
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

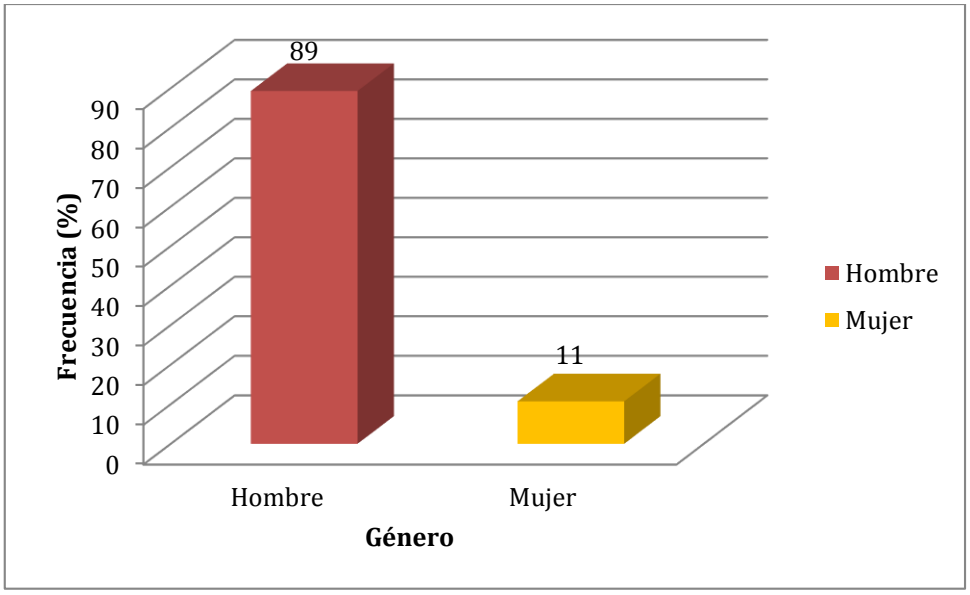

Figura 5: Sexo de los productores de cacao
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los encuestados, el 89% de los productores de cacao son hombres y el 11% son mujeres. Con estos datos se afirman el rol masculino que tienen en la conducción de l agricultura y con un proceso lento de la incursión de las mujeres.

Tabla 5:
Edad de los productores de cacao

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 29 años	1	1
30 a 39 años	12	14
40 a 49 años	17	20
50 a 59 años	25	30
60 a más años	29	35
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

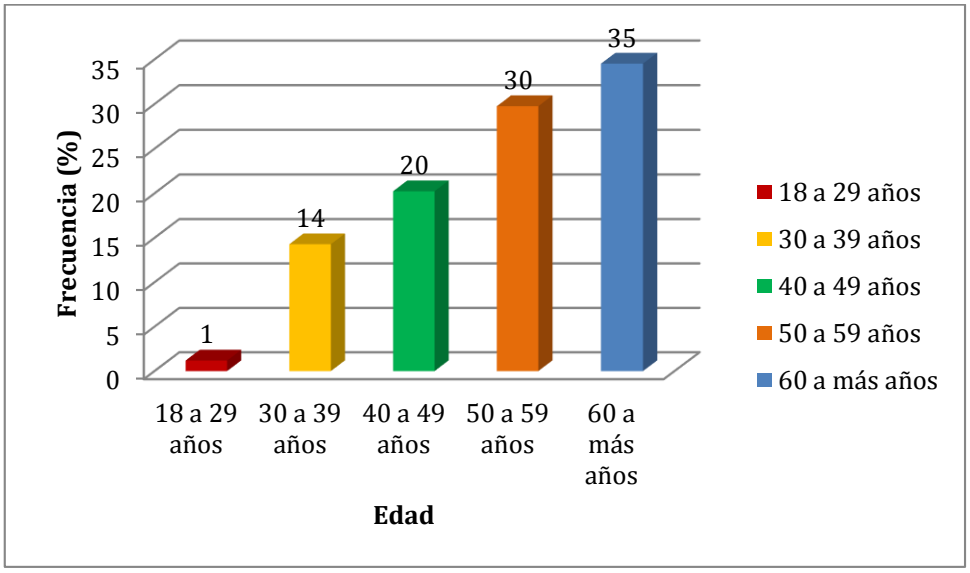

Figura 6: Edad de los productores de cacao
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los productores de cacao encuestados, el 35% indican que sus edades son superiores a 60 años, el 30% señalan que sus edades oscilan entre los 50 a 50 años, el 20% sus edades están entre los 40 a 49 años, el 14% sus edades oscilan entre 30 a 39 años y solo el 1% sus edades estan entre 18 a 29%. Estos datos indican que la mayoría de los productores de cacao son adultos mayores (65%) y sus edades son superiores a 50 años

Tabla 6:
Cuántos años producen cacao

Años Producción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de tres años	8	10
6 años	10	12
9 años	23	27
11 años	26	31
Más de 12 años	17	20
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

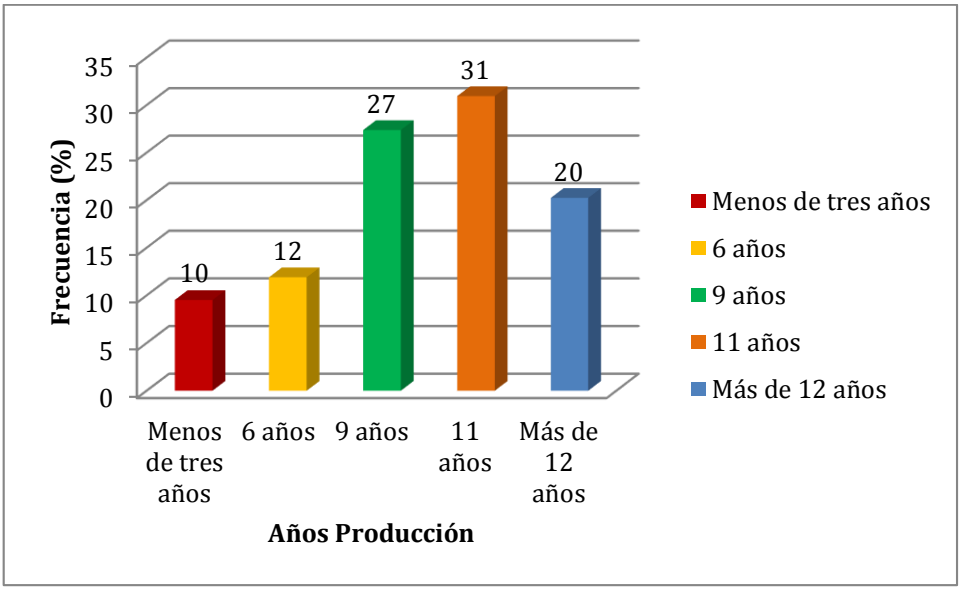

Figura 7: Cuánto tiempo producen cacao
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los productores de cacao entrevistados, el 31% llevan cultivando un total de 11 años; el 27% viene cultivando desde hace 9 años y el 20% cultivan cacao más de 12 años. Las parcelas están organizadas con cosechas permanentes. Usan el Cacao de tipo CCN-51, no tiene el mismo aroma que su clon por las alteraciones genéticas, además que es superior en tamaño al cacao nacional, resistente a propiedades, planta de poca estatura.

Tabla 7:
Cantidad de héctareas que usan para sembrar cacao.

Hectáreas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de una hectárea	9	11
1 Hectárea	9	11
2 Hectáreas	29	35
3 Hectáreas	29	35
4 a más hectáreas	8	10
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

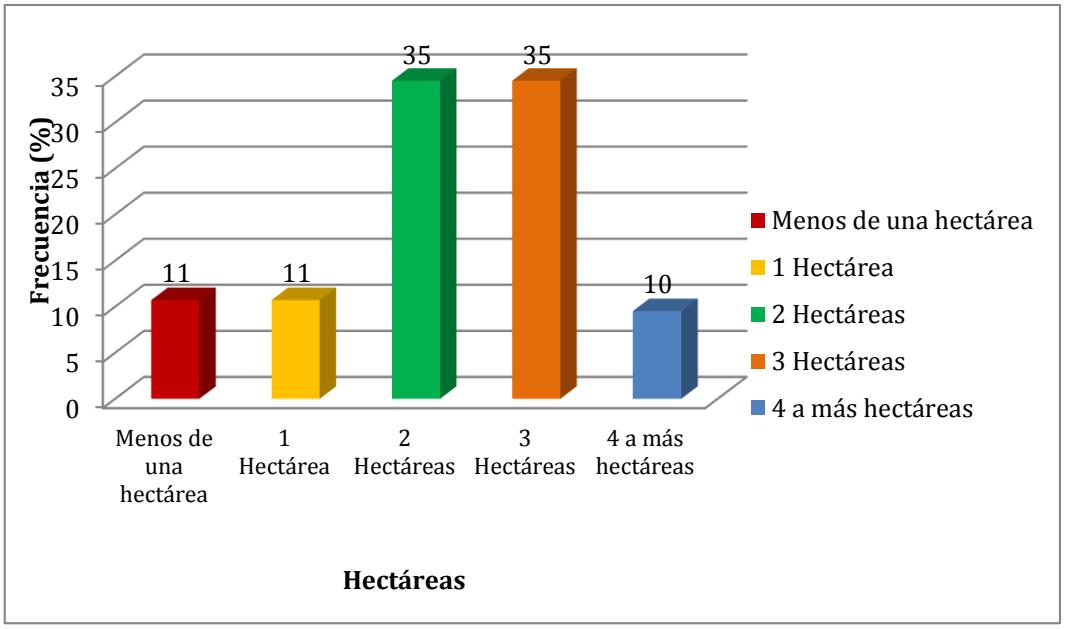

Figura 8: Cantidad de héctareas que usan para sembrar cacao.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los encuestados, el 35% 2 y 3 héctaras de cacao, respectivamente, el 11% tienen entre 1 y menos de una hectárea, respectivamente y el 10% tienen más de 4 hectareas de cacao. Este dato nos permite constatar que los productores de cacao son medianos productores y que tienen una cantidad de cacao ofertada que permite sumar una capacidad de cacao exportable

Tabla 8:
Participa en Asociación de productores de cacao

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	52
No	38	45
Otro	2	2
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

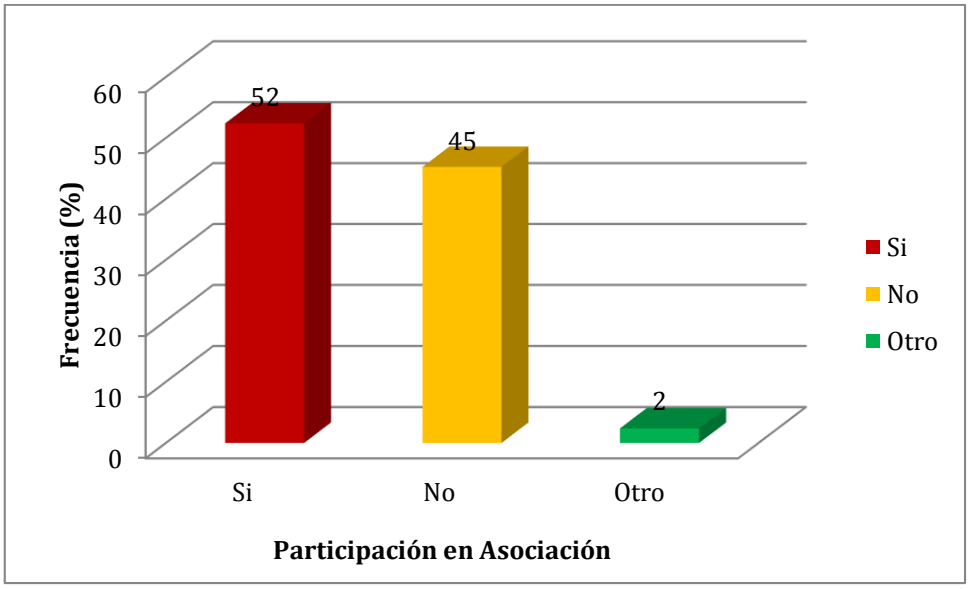

Figura 9: Participa en Asociación de productores de cacao
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de los productores de cacao encuestados, el 52 % señalan que "Sí" pertenecen a alguna Asociación de Productores de Cacao y el 45% indican que "No" están asociados. Este dato nos permite ver el rol d ela organización para lograr con éxito la exportación, la factibilidad para sumar producción, brindar asistencia técnica y capacitación en manejo y post cosecha de cacao para garantizar rendimiento y calidad en la exportación.

Tabla 9: Producción kilos/hectárea de cacao por año
Producción Kilos/hectárea de cacao por año.

Kilos por Hectárea	Frecuencia	Porcentaje
1,000 Kg.	7	8
2,000 Kg.	13	15
3,000 Kg.	30	36
4,000 Kg.	24	29
Más de 5,000 Kg.	10	12
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

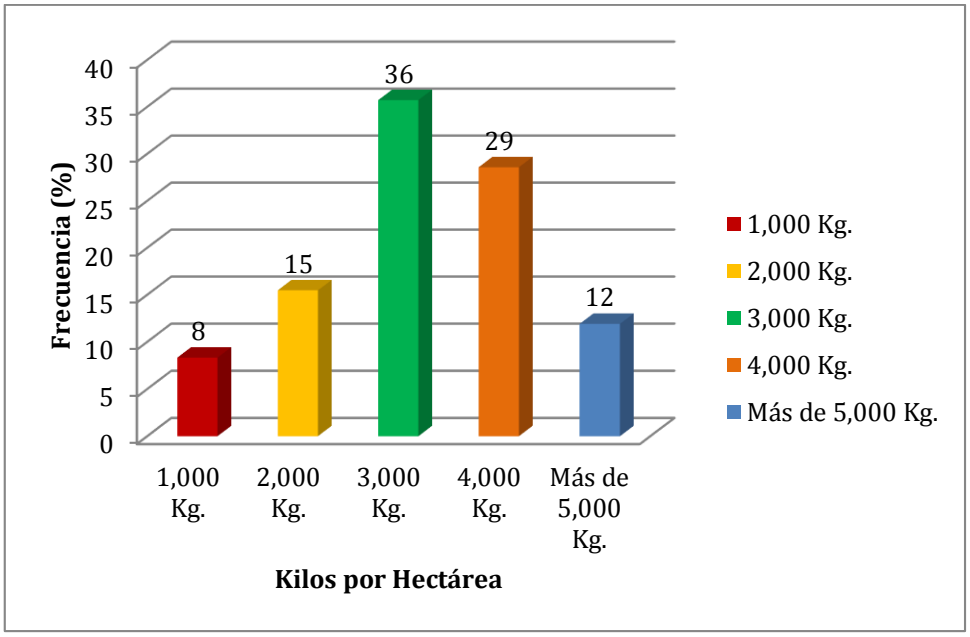

Figura 10: Producción Kilos/hectárea de Cacao por año
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Del total de los productores de cacao encuestados, el 36% señalan que producen 3,000 Kg/ Hectárea y el 29% indican que prdoucen 4,000 kg/Hectárea, obteniendo una promedio de 65% producen más de 3,000 Kg/Hectárea de cacao por año. Este dato nos permite constatar que los productores de cacao tienen capacidad para exportar.

Tabla 10:
Con que frecuencia cosechan cacao

Tiempo Cosecha	Frecuencia	Porcentaje
A los 10 días	4	5
A los 13 días	8	10
A los 16 días	32	38
A los 19 días	34	40
A los 22 días	6	7
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

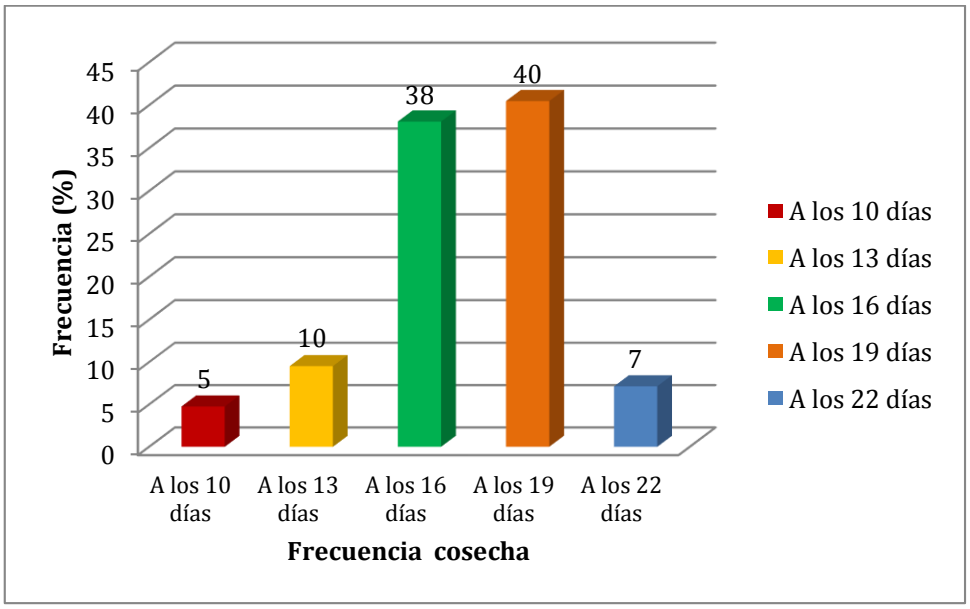

Figura 11: Con que frecuencia cosechan cacao
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De total de los prodcutores de cacao encuestados, el 78 % señalan que cosechan cacao entre los 16 (38%) y 19 (40%) días. Esto permite tener un margen para organizar el transporte, buscar personal y preparar la logística. El proceso de cosecha es lento para evitar que pierda peso y se evita dejar muchos días porque se madura más de lo normal, así se garantiza un buen comercio

Tabla 11:
Veces de apoyo técnico por año para control de plagas y enfermedades

Veces	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	48	57
1 vez al año	26	31
2 veces al año	5	6
3 veces al año	4	5
4 veces al año	1	1
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

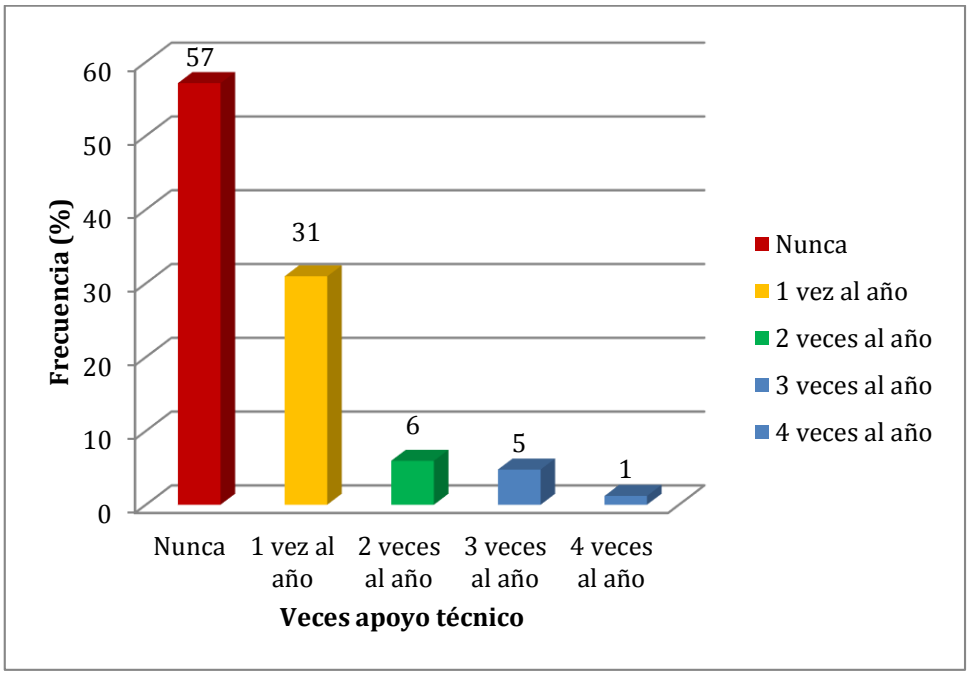

Figura 12: Veces de apoyo técnico por año para control de plagas y enfermedades
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los productores de cacao encuestados, el 57% indican que "Nunca" han recibido apoyo técnico para el control de plagas y enfermedades, el 31% señala que una vez al año ha recibido dicho apoyo. Este dato es preocupante porque se requiere buscar una inversión o solicitar apoyo técnico para el control de plagas y enfermedades en al provincia de Jaén.

Tabla 12:
Tipo fertilizante y abono que usa

Tipo Fertilizante	Frecuencia	Porcentaje
Orgánico	15	18
Inorgánico	8	10
Ninguno	57	68
Otro	4	5
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

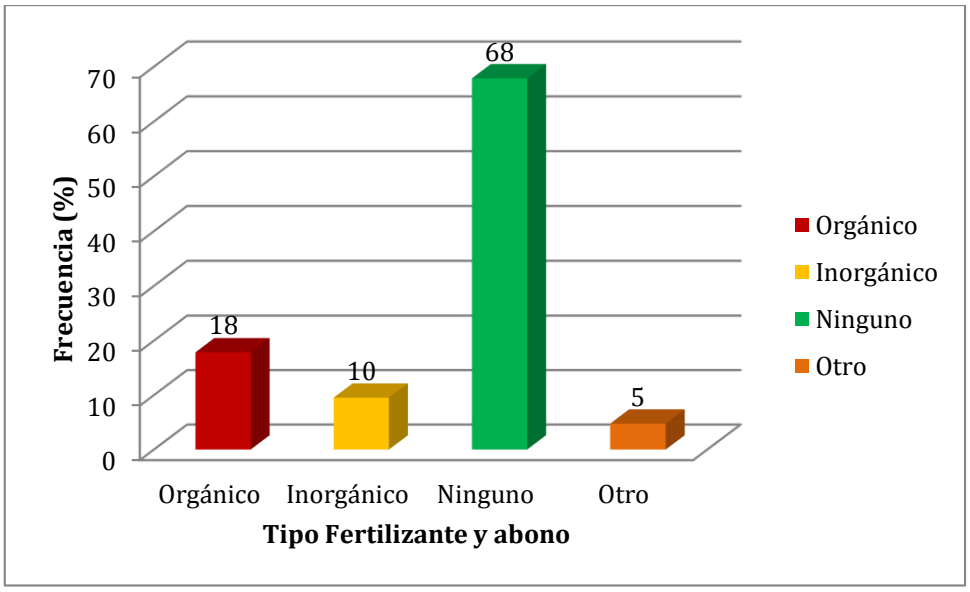

Figura 13: Tipo fertilizante y abono que usa
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los productores de cacao enceustados, el 68% indican que no usan "Ningun" tipo de fertiizante o abono y el 18% señalan que el tipo de fertilizante y abono que usan es "Orgánico". Este dato permite constatar que un factror de la baja producción es la falta de abono y fertilizantes a las parcelas, por eso para incrementar la producción es necesario utilizar de manera más frecuente los abonos y fertilizantrs orgánicos.

Tabla 13:
Costo mantenimiento anual

Costo	Frecuencia	Porcentaje
1500 a 1750	12	14
1750 a 2000	33	39
2000 a 2250	31	37
2250 a 2500	5	6
Más de 2500	3	4
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

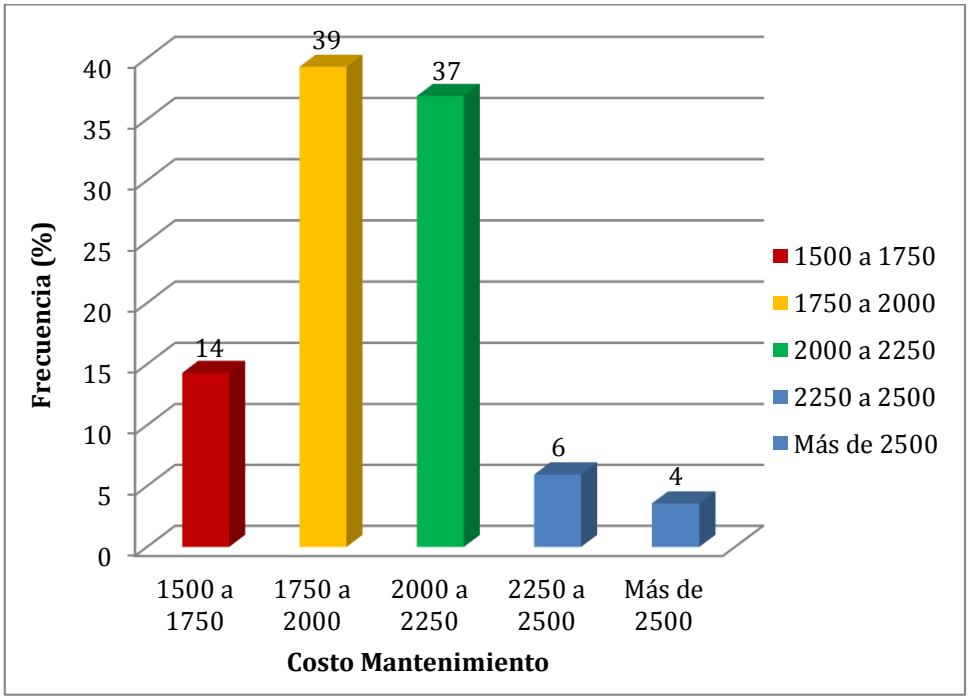

Figura 14: Costo mantenimiento anual
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de losproductores de cacao encuestados, el 39% indica que el costo de mantenimiento es entre 1,750 a 2 0006 Nuevos Soles y el 37% señalan que el costo por mantenimiento anual es entre 2,000 a 2,250 soles. Con este dato permite establecer el grado de rentabilidad y el punto de equilibrio, así como establecer las condiciones para negociar el precio con los proveedores y para exportar.

Tabla 14:
Interés y voluntad para exportar cacao.

Expotar	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	93
No	2	2
Otra	4	5
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

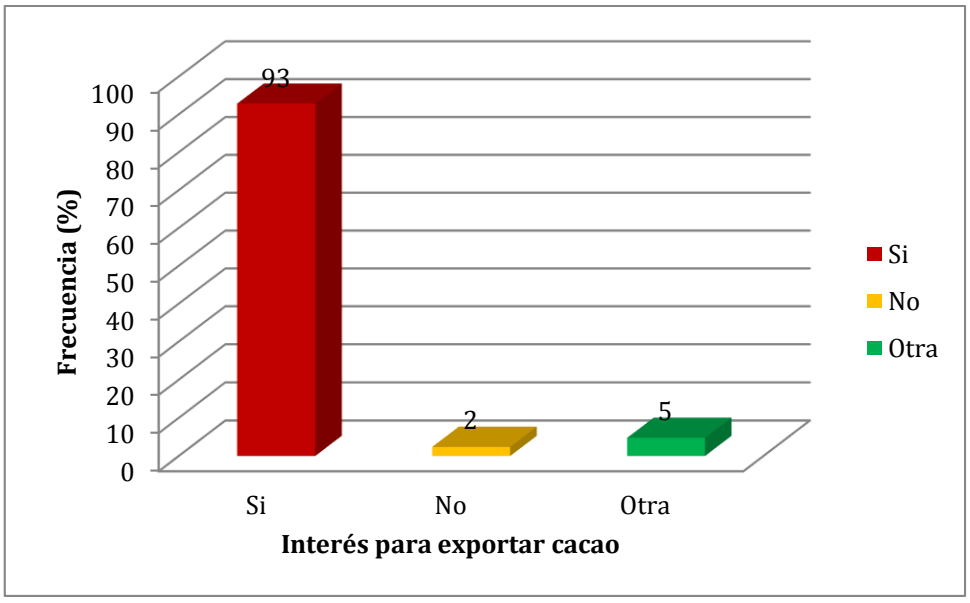

Figura 15: Interés y voluntad para exportar Cacao
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los productores de cacao encuestados, el 93% tienen el interés y voluntad para iniciar un proceso de exportación de cacao de alta calidad y con precios competitivos, organizados, se pueden lograr acceder a proveedores, recibir pedidos, así como apoyar a los agricultores para lograr sacar sus productos desde las chacras.

Tabla 15: Expectativas por la exportación de cacao
Expectativas por la exportación de cacao

Expectativas	Frecuencia	Porcentaje
Vender totalidad producido	6	7
Vender altos y mejores precios	63	75
Garantizar el mercado externo	9	11
Obtener una producto de alta calidad	6	7
Total	**84**	**100**

Fuente: Elaboración propia.

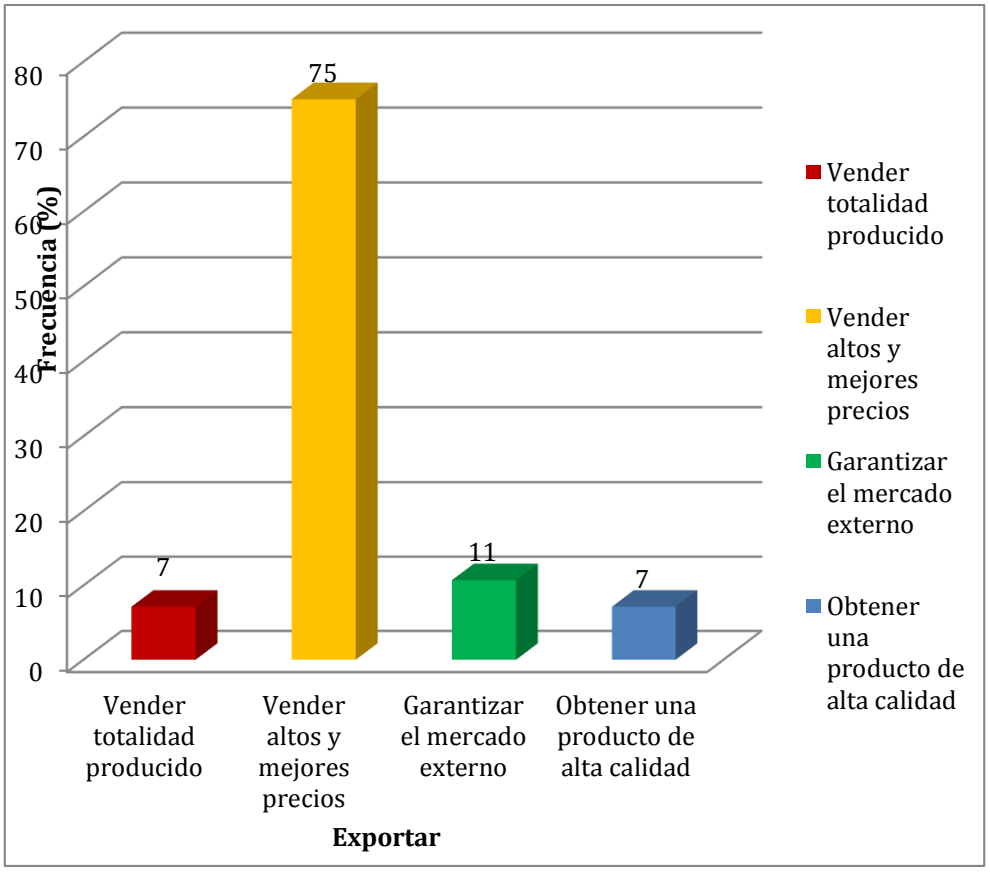

Figura 16: Expectativas al exportar Cacao
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Del total de los productores de cacao encuesatados, el 75% indican que su principal expectativa es "Vnder altos y mejores precios" y el 11% su expectativa es "Garantizar el mercado externo". Existe una oportunidad para exportar.

IV. DISCUSIÓN

.

El objetivo general fue formular un Plan de Negocios de Exportación de Cacao en grano seco desde Jaén y los objetivos específicos fueron: específicar la viabilidad financiera y económica del Plan de Negocio de exportación de cacao en grano seco de Jaén y elaborar un plan de negocio de exportación de cacao en grano seco de Jaén.

Los datos que se han recopilado han permitido alimentar a la estructura del plan de negocios de exportación, que nos permite conocer la realizada del producto: cacao y las condiciones en que se produce. Además de conocer los elementos externos para garantizar y tener éxito en el negocio de exportación.

Los elementos para lograr constituir el plan de negocios de exportación, se sustenta en la antigüedad de las parcelas que se dedican al cultivo de cacao, las cuales tienen entre 9 y 11 años, la mayoría de los agricultores tienen entre 2 y 3 hectáreas y confirman que son medianos productores; por lo general están asociados y tiene conocimiento sobre cómo obtener cacao orgánico; cosechan un promedio de 3000 Kg. y 4,000 Kg de cacao al año, con estos datos permite saber que pueden cubrir la demanda de los requerimientos por los clientes extranjeros; la cosecha se realiza cada 16 y 19 días, la mayoría (57%) no tienen apoyo técnico y no usan (68%) abono o fertilizantes; el costo anual de mantenimiento de una parcela es entre 1,750 a 2250 soles. Muestran interés para participar en la exportación de cacao y su expectativa es de obtener precios alto y tener mercado seguro.

Estos resultados tienen relación con la investigación de Walter (2017) quién en su investigación sobre “Plan de negocios para el establecimiento de una exportadora de cacao fino de aroma en Cobán, Alta Verapaz, Guatemala” en donde determina que es necesario acceder al sistema de Comercio Justo en los donde los medianos y pequeños productores de forma organizada pueden exportar sus productos; además que es parte de la política de Comercio Justo es premiar a los productores proporcionando el 30% de las

utilidades netas producto de las exportaciones de cacao; acompaña a llos productores con capacitaciones y asistencia técnica. Garantiza un precio justo y estable.

De la entrevista realizada se logró establecer que el precio de venta es fijado por las condiciones del mercado internacional determinado por la la demanda y la oferta. Sin embargo, así como las cantidades que se deben obtener para que el plan de negocio sea rentable y viable.

Estos resultados tienen relación con la investigación realizada por Lavaggi, Mori y Rozas (2016) quienes en us estudio sobre "Plan de negocio para una empresa de exportación de chocolate orgánico" concluyeron que para que el proyecto sea sostenible es necesario promover alianzas estratégicas con empresas proveedores de cacao para flexibilizar ante los cambios que suceden con la demanda y asegurar el stock de abastecimiento para los clientes periódicos externos.

Analizando los costos por mantenimiento por hectárea de cacao se considera que asciende a un costo que oscila entre los 1750 a 2250 Nuevos Soles; comparando estos resultados con los datos proporcionado por el MINAGRI, determina que con estos costos se puede obtener ganancias aproximadas al 59%.

Estos datos coinciden con el estudio realizado por Arbaiza, (2013) quien indica la importancia del Plan de Negocios para la exportación, en donde se analiza los factores externos e internos que inciden de manera directa en el negocio de un producto. Además que se puede conseguir financiamiento estatal y para lo cual exige un Plan de Negocio preciso y muy detallado.

V. CONCLUSIONES

Los elementos para lograr constituir el plan de negocios de exportación, se sustenta en las condiciones y proceso de producción del cacao y por cuyas características son: los productores tienen parcelas de cacao con una antigüedad de 11 y 9 años, possen entre 2 y 3 hectáreas, están organizados, tienen conocimientop para producir cacao orgánico, cosechan un promedio de 3000 Kg. y 4,000 Kg de cacao al año, cosechan cada 16 y 19 días, la mayoría (57%) no tienen apoyo técnico y no usan (68%) abono o fertilizantes; el costo anual de mantenimiento de una parcela es entre 2,000 a 2250 soles; tienen interés para participar en la exportación de cacao y su expectativa es de obtener precios alto y tener mercado seguro.

En los resultados se ha determinado la viabilidad financiera y económica del plan de negocio de exportación de cacao en grano seco desde Jaén, donde los principales factores a considerar son: capacidad productiva, apoyo tecnológico, financiamiento, entre otros, cuentan con la capacidad para cubrir la demanda de los proveedores.

Del análisis realizado se pude constatar que la cantidad que produce los productores organizados, los gastos por exportación, los gastos de producción y logística de exportación, se puede tener un margen de ganancia favorable

REFERENCIAS

Abrams, R. (2003). El Plan de negocios exitoso: Secretos y Estrategias. California, Estados Unidos: The Planning Shop.

Adex (28 de enero del 2018). Perú aumenta sus exportaciones de chocolate en 20% debido a premios internacionales. Diario Gestión. Recuperado de: https://gestion.pe/economia/mercados/peru-aumenta-exportaciones-chocolate-20-debido-premios-internacionales-225963

Arbaiza, F. (2013). Como Elaborar un Plan de Negocio. Lima, Perú: ESAN ediciones.

Banco de Desarrollo de América Latina (15 de noviembre del 2017). Latinoamérica produce el 80% del cacao prime del mundo. Recuperado de: https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/11/latinoamerica-produce-el-80-del-cacao-prime-del-mundo/

Banco Mundial (2016). Práctica Global de Transporte y Tecnologías de la Información Región de América Latina y el Caribe, Análisis Integral de Logística en Perú Parte 2a: Resultados por productos: Cacao. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Reporte_Anexo_Cacao_Final.pdf

Cacao de San Martín tiene gran demanda en Australia, Italia y Suiza (25 de abril del 2018) Agencia Peruana de Noticias .Recuperado de: http://andina.pe/agencia/noticia-cacao-san-martin-tiene-gran-demanda-australia-italia-y-suiza-707832.aspx

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo (PROMPERU, 2018). Logística de Exportación. Recuperado de: https://www.promperu.gob.pe/ppInst.aspx.

Falcón M. (2016). Políticas de Promoción al Comercio y su efecto en las Exportaciones de cacao en el Departamento de Piura, Perú, periodo 2012-2015. (Licenciado en Negocios Internacionales). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo - Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/381/falcon_mj.pdf?sequence=1

Greg, B. (2008). Como preparar un Plan de Negocio Exitoso. México. Mc Graw Hill.

Gutiérrez, D. (2017) Plan de negocios para la comercialización de insumos a partir de cacao fino de aroma en Nilo - Cundinamarca (Administración de Empresas Agropecuarias) Universidad de la Salle, Bogotá - Colombia. Recuperado de:

http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21610/12081025_2017.pdf?sequence=1

Instituto Nacional de Estadística e Informática (21 de enero del 2016). Evolución de las exportaciones de cacao y sus derivados 2005-2014, Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/volumen-exportado-de-cacao-y-sus-derivados-crecio-159-8825/

Lavaggi J., Mori P. y Rozas G. (2016). Plan de negocio para una empresa de exportación de chocolate orgánico (Magister en Administración) Universidad del Pacífico, Lima - Perú. Recuperado de: http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1520?show=full

Loayza M. y Maldonado M. (2015). Propuesta de proyecto para el fortalecimiento de la competitividad de los productores de cacao del valle Primavera-Vraem orientado a mercados con beneficios diferenciales. (Licenciado en Gestión Empresarial) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6807/LOAYZA_MARIELA_LOBATO_MADOLYN_PROPUESTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mejillones. P. y Jaime. T. (2015). Plan Estratégico de Producción de cacao fino en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghái (Ingeniería Comercial) Politécnica Salesiana, Ecuador. Recuperado de: https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10015/1/UPS-GT001016.pdf

Mesa A. (2016). Plan de negocios para la asociación de productores agropecuarios de Huicungo (Apahui), distrito de Huicungo, provincia de mariscal Cáceres, región San Martín. (Título de Ingeniero Agroindustrial). Universidad Nacional de San Martin, San Martin – Perú. Recuperado de: http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/532/TFAI_27.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio de Agricultura y Riego. (Julio del 2016). Estudio del cacao en el Perú y en el mundo. Recuperado de: file:///C:/Users/carlos/Downloads/estudio-cacao-peru-julio-2016.pdf

Ministerio de Comercio Exterior Y Turismo (MINCETUR, 2013) El ABC del comercio exterior guía práctica del exportador volumen III. Perú. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/03_GUIA_DEL_EXPORTADOR.pdf

Montalvo, V. (2016). Estudio de mercado para la diversificación de la oferta exportable de cacao orgánico tostado en la cooperativa agraria cafetalera Bagua grande Ltda. Al mercado de estados unidos. (Licenciado en Administración). Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo - Perú. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/906/1/TL_MontalvoHuertasHolandyMargot.pdf

Muñiz, L. (2010). Guía práctica para mejorar un plan de negocio. Barcelona, España: Profit Editorial.

Organización Internacional de Cacao (8 de febrero del 2018). La industria del chocolate. Recuperado de: https://www.icco.org/about-cocoa/chocolate-industry.html

Organización Internacional de Cacao (16 de mayo del 2018). Simposio internacional de investigación del cacao atrae 500 asistentes a Lima, Perú. Recuperado de: https://www.icco.org/home/latest-news.html

Peligra exportación de cacao peruano a Europa si no se reducen índices de cadmio en cultivos. (3 de julio del 2016). Agencia agraria de noticias. Recuperado de: http://agraria.pe/noticias/peligra-exportacion-de-cacao-peruano-a-11481

Porter M. (2010). Ventaja Competitiva. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Pronósticos Económicos de los Principales Economistas del Mundo (11 de mayo del 2018). Perspectiva del precio del cacao. Recuperado de: https://www.focus-economics.com/commodities/agricultural/cocoa

Radebaugh H., Daniels D. y Sullivan P. (2013). Negocios Internacionales. México, México: Pearson Educación.

Rivera, A. y Solís. G. (2016). Plan de exportación de cacao orgánico hacia el mercado de la unión europea. Caso ilustrativo Cáritas el Salvador (Licenciadas en Mercadeo Internacional) Universidad de El Salvador, El salvador. Recuperado de: http://ri.ues.edu.sv/9392/1/TESIS%20FINAL%20FEBRERO%202016.pdf

Sevilla, R. (2017). Análisis de las causas de variación en las exportaciones del cacao peruano. (Bachiller en Administración). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima - Perú. Recuperado http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2846/1/2017_Sevilla_Analisis-de-las-causas-de-las-variaciones.pdf

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2017). Aranceles. Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe/

Thomas, A. & Derammelaere, S. (2008). Escribir un plan de negocios convincente. Nueva York, Estados Unidos: La Serie Educativa de Barron.

Walter, O. (2017) Plan de negocios para el establecimiento de una exportadora de cacao fino de aroma en Cobán, Alta Verapaz, Guatemala (Ingeniero en Administración en Agro negocios) Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano Honduras - Honduras. Recuperado de: https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6136/1/AGN-2017-001.pdf

Weinberger, K. (2009). Plan de negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Lima, Perú: Nathan Associates Inc.

ANEXO

ANEXO 1: Encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CACAO

Sr/ Sra/ srta/: Por motivo de realizar la tesis para obtener el título de Bachiller en Ciencias Administrativas con el **Tema:** PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO SECO, JAÉN

Objetivo: Recager información para al formulación de un Plan de Negocios para la exportación de cacao en grano seco desde Jaén.
Instrucciones: Se le agradece marcar con un aspa (X) la alternativa correspondiente.

1) Sexo:
a) Hombre
b) Mujer

2) Edad…

3) ¿Hace cuánto tiempo produce cacao?
a) Menos de 3 años
b) 4 años
c) 5 años
d) 6 años
e) Más de 7 años

4) ¿Cuántas hectáreas destina para la siembra de cacao?
a) 1 hectárea
b) 2 hectáreas
c) 3 hectáreas
d) 4 hectáreas
e) Más de 5 hectáreas

5) ¿Participa de una organización o asociación de productores de cacao?
a) Si
b) No
c) Otra……

6) ¿Cuántos Kilos de cacao porduce por una hectárea al año?
a) 1000 kg
b) 2000 kg
c) 3000 kg
d) 4000kg
e) Más de 5000 kg

7) ¿Con qué frecuencia realizan la cosecha de cacao?
   a) A los 10 días
   b) A los 13 días
   c) A los 16 días
   d) A los 19 días
   e) A los 22 días

8) ¿Cuántas veces al año reciben apoyo técnico para el control de plagas y enfermedades?
   a) Nunca
   b) 1 ves al año
   c) 2 veces al año
   d) 3 veces al año
   e) 4 veces al año

9) ¿Que tipo de abono o fertilizante o abono usan en la producción de cacao?
   a) Organico
   b) Inorganico (Quimicos)
   c) Ninguno
   d) Otros……

10) ¿Cuál es el costo de mantenimiento al año por una hectára de cacao?
   a) 1500 a 1750
   b) 1750 a 2000
   c) 2000 a 2250
   d) 2250 a 2500
   e) Mas de 2500

11) ¿Tiene interés y voluntad para exportar cacao?
   a) Si
   b) No
   c) No opine

12) ¿Cuál es su expectativa al exportar cacao?
   a) Vender toda la producción
   b) Vender a precios más altos
   c) Tener mercado seguro
   d) Sacar un producto de calidad

1. **Encuesta**

ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CACAO

Sr /sra /srta: Con motivo de desarrollar la tesis para la obtención del título de Bachiller en Ciencias Administrativas con el **Tema:** PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO SECO JAÉN

Objetivo: Recabar la información necesaria para: Proponer un plan de negocio para la exportación de cacao en grano seco en Jaén

Instrucciones: Por favor marque con un aspa (X) en la alternativa correspondiente.

Edad:...35...Sr.

1. ¿Qué tiempo lleva produciendo cacao?
   a. Menos de 3 años
   b. 4 años
   c. 5 años
   X d. 6 años
   e. Más de 7 años

2. ¿Cuántas hectáreas de cacao posee?
   a. 1 hectárea
   b. 2 hectáreas
   X c. 3 hectáreas
   d. 4 hectáreas
   e. Más de 5 hectáreas

3. ¿Es usted miembro de alguna asociación de agricultores?
   X a. Si
   b. No
   c. Otra……

4. ¿Cuántos Kilos de cacao espera producir este año?
   a. 1000 kg
   b. 2000 kg
   X c. 3000 kg
   d. 4000kg
   e. Más de 5000 kg

5. ¿Conque frecuencia cosecha cacao?
   a. A los 10 días

b. A los 13 días
c. A los 16 días
X A los 19 días
e. A los 22 días

6. ¿Cada cuánto tiempo recibe apoyo técnico para el control de enfermedades?
X Nunca
b. 1 ves al año
c. 2 veces al año
d. 3 veces al año
e. 4 veces al año

7. ¿Que tipo de fertilizante o abono utiliza?
a. Organico
b. Inorganico (Quimicos)
X Ninguno
d. Otros……

8. ¿Cual es el costo anual para mantener una hectarea de cacao?
a. 1500 a 1750
X 1750 a 2000
c. 2000 a 2250
d. 2250 a 2500
e. Mas de 2500

9. ¿Le interesaría exportar a Los Estados Unidos un cacao de calidad y a un precio mayor?
X Si
b. No
c. No opine

10. ¿Cuáles son sus expectativas al exportar su producto?
a. Vender toda la producción
X Vender a precios más altos
c. Tener mercado seguro
d. Sacar un producto de calidad

HACIENDA
2019
ADMISION
2019 - I
SERVICIO DE
TOSTADO Y
MOLIDO DE CAFE
Y CACAO

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR: Autor [X] Autores [ ]

Ramirez Carranza Marleni

Apellidos y nombres

47652273	2161803583	Convalidación
DNI N°	Código N°	Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Trabajo de investigación [X]

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado
   PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO SECO – JAÉN

La misma que presento para optar el grado de:

Bachiller en Administration

2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

   Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.

Ramirez Carranza Marleni

DNI N° 47652273

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FORMATO Nº T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 12 de Marzo 2019

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipan
Presente.-

La que suscrita:

MARLENI RAMIREZ CARRANZA, con DNI 47652273

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:
PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO SECO – JAÉN

Presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el grado académico de Bachiller en Administración De la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académico Profesional de Administración, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipan para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipan está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
RAMIREZ CARRANZA MARLENI	47652273	

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	2 Ramírez Carranza, Marleni Trabajo de investigacion PCA.docx (D50710624)
Submitted:	4/15/2019 6:36:00 PM
Submitted By:	mmerino@crece.uss.edu.pe
Significance:	19 %

Sources included in the report:

OLGUIN ESPINOZA LUIS CARLOS .docx (D45478919)
YAMALTIH PAOLA RODAS BERRIOS.docx (D44774464)
RODAS BERRIOS YAMALITH PAOLA.docx (D44774717)
OLGUIN ESPINOZA LUIS CARLOS MIGUEL.docx (D44774965)
TESIS DEYLI ESTHER (1).docx (D44774510)
Llacsahuanga_Cuniarache_Informe final - copia.docx (D45723714)
Llacsahuanga_Cuniarache_Informe final - copia.docx (D45796200)
https://gestion.pe/economia/mercados/peru-aumenta-exportaciones-chocolate-20-debido-premios-internacionales-225963
http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21610/12081025_2017.pdf?sequence=1
http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1520?show=full
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6807/LOAYZA_MARIELA_LOBATO_MADOLYN_PROPUESTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/906/1/TL_MontalvoHuertasHolandyMargot.pdf
http://agraria.pe/noticias/peligra-exportacion-de-cacao-peruano-a-11481
http://ri.ues.edu.sv/9392/1/TESIS%20FINAL%20FEBRERO%202016.pdf
https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6136/1/AGN-2017-001.pdf
fb72ad39-dbba-4afa-8076-33efa38874cc
d84f0b22-dbb9-4695-bdb9-d09752d4fe4f

Instances where selected sources appear:

83