UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO A MÉXICO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE S.A.C, CHICLAYO 2018 - 2021

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autora:
Bach. Castro Silva Deyli Esther

Asesor:
Mg. Zuñe Chero Limberg

Línea de investigación:
Investigación de Mercados y Marketing.

Pimentel – Perú
2019

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO A MÉXICO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE S.A.C, CHICLAYO 2018 – 2021

Aprobación de la tesis

Mg. Zuñe Chero Limberg

Asesor Metodológico

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Presidente del jurado

Mg. Espinoza Requejo Cinthy Catheryne

Secretaria del Jurado

Mg. Carrión Mezones Jean Michell

Vocal del Jurado

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos por su apoyo constante en cada momento del proceso de mi carrera universitaria, porque ellos los son los principales motivos para salir adelante y luchar por cada uno de mis sueños, su fortaleza fue mi fortaleza para lograr este primer objetivo que fue terminar la universidad satisfactoriamente.

A Dios por darme la fuerza necesaria para ser lo que soy ahora, por darme salud y así cada día luchar por mis objetivos.

A mi mejor amigo por estar conmigo en los buenos y malos momentos, por no dejar que me rinda, por ayudarme a buscar una solución a los problemas que se me presentaba, por darme cada día ánimos para seguir adelante, sobre todo por celebrar conmigo mis triunfos y apoyarme en los momentos difíciles.

A mis maestros por su gran apoyo y motivación para culminar mis estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; gracias por su apoyo ofrecido en este trabajo; por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de mi formación profesional, gracias a cada uno de ellos que de una u otra manera contribuyeron para lograr mi objetivo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por su bendición, por guiarme a lo largo de mi existencia y de mi vida universitaria, por darme la fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. A mis padres, por ser los principales promotores para lograr y luchar mis sueños, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado para ser una persona de bien.

A mis hermanos por todo su apoyo, por estar conmigo siempre, por animarme a salir adelante por ser mi ejemplo a seguir, por estar pendiente de lo que necesitaba y no dejar que me rinda.

A mis docentes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de toda mi carrera universitaria, a todos por su aporte para poder concluir esta investigación, por su paciencia y comprensión, por sus consejos para salir adelante y no rendirse fácilmente.

Gracias a todas las personas que de manera directa o indirecta me apoyaron para poder concluir satisfactoriamente esta investigación al mismo tiempo por su apoyo durante mis 5 años de carrera.

Agradecer al gerente de la empresa Food Export Norte S.A.C por la información y el tiempo brindado para realizar este plan de negocios que servirá de mucha ayuda en un futuro.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO A MÉXICO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE S.A.C, CHICLAYO 2018 – 2021

BUSINESS PLAN FOR THE EXPORTATION OF BEAN CANARIO TO MEXICO OF THE COMPANY FOOD EXPORT NORTH S.A.C, CHICLAYO 2018 – 2021

RESUMEN

Deyli Esther Castro Silva[1]

La investigación tuvo como objetivo: Proponer un Plan de Negocios para la exportación de frijol canario al mercado de México de la empresa Food Export Norte SAC, Chiclayo 2018 - 2021, la investigación es de tipo descriptiva - propositiva, con un diseño no experimental bajo un enfoque cualitativo; la población está conformada por 1 persona de la empresa que es Sub gerente general y 2 especialistas en comercio exterior de la región Lambayeque , y 4 Instituciones de comercio exterior se utilizó entrevistas para recolectar la información necesaria para la elaboración de esta investigación. La muestra es no probabilística por lo que serán los mismos agentes de la población.

Resultados: La empresa cuenta con la capacidad de acopiar menestras según la cantidad que el cliente lo solicite, las exportaciones de frijol canario han aumentado durante los últimos años en la empresa, el consumidor mexicano ha ido cambiando con el paso de los años y se interesa más por productos de calidad sin importar el precio Lambayeque es una de las principales regiones productoras de menestras por lo que es una excelente idea abrir más mercados de exportación, así mismo se determinó que México es un mercado apropiado para la exportación ya que es uno de los principales consumidores.

Se obtuvieron las siguientes conclusiones: La viabilidad económica y financiera de los flujos de caja del plan muestra un Valor Actual Neto Económico de S/. 31,227.83 y una Tasa Interna de Retorno de 24 % así como un Valor Actual Neto Financiero de S/. 31,937.07 y una Tasa Interna de Retorno Financiera de 26 % por lo que demuestra que el plan al ser puesto en práctica es viable y rentable para la empresa.

Palabras clave: Exportación, Plan de Negocio, Rentabilidad, Viabilidad.

[1] Adscrita a la escuela Académica Profesional de Negocios Internacionales Pregrado. Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email: csilvadeyl@crece.uss.edu.pe. Código ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3837-1603

BUSINESS PLAN FOR THE EXPORTATION OF BEAN CANARIO TO MEXICO OF THE COMPANY FOOD EXPORT NORTH S.A.C, CHICLAYO 2018 - 2021

ABSTRACT

The objective of the research was to: Propose a Business Plan for the export of Canary beans to the Mexican market of the company Food Export Norte SAC, Chiclayo 2018 - 2021, the research of a descriptive, propositive type, with a non-experimental design under a qualitative approach ; the population is made up of 1 person of the company that is the sub general manager, 2 specialists in foreign trade or the Lambayeque region, and 4 foreign trade institutions interviews were used to collect information necessary for the investigation. The sample is not probabilistic so they will be same agents of the population.

Results: The company has the capacity to gather vegetables according to the quantity that the client requests, exports of canary beans have increased during the last years in the company, the Mexican consumer has been changing with the step of years and is more interested in quality products regardless of the price and that have all the necessary requirements, Lambayeque is one of the main producing regions of menestras so it is an excellent idea to open more export markets, likewise it was determined that Mexico is an appropriate market for export since it is one of the main consumers.

The following conclusions were obtained: The economic and financial viability of the cash flows of the plan shows a Net Economic Actual Value of S/. 31,227.83 And an Internal Rate of Return of 24% as well as a Net Present Financial Value of S/. 31,937.07 And an Internal Rate of Financial Return of 26%, which demonstrates that the plan, when put into practice, is viable and profitable for the company. The present research aims to be a model for farmers and investors or entrepreneurs to achieve export to their target market.

Keywords: Export, Business Plan, Profitability, Viability.

ÍNDICE

DEDICATORIA iii
AGRADECIMIENTO iv
ABSTRACT vi
I. INTRODUCCIÓN 13
1.1 Situación problemática 14
1.2 Antecedentes de investigación 18
1.3 Enfoque conceptual 26
1.3.1 Plan de negocio 26
1.3.2 Exportación 39
1.4 Formulación del problema 45
1.5 Justificación e importancia 45
1.6 Hipótesis 45
1.7 Objetivos de la investigación 46
1.7.1 Objetivo General 46
1.7.2 Objetivos específicos 46
II. MATERIAL Y MÉTODO 47
2.1 Tipo, Diseño, Enfoque y Método de la Investigación 47
2.1.1 Tipo de Investigación. 47
2.1.2 Diseño de la investigación 47
2.1.3 Enfoque 48
2.1.4 Método de la investigación. 48
2.2 Población y Muestra 49
2.2.1 Población. 49
2.2.2 Muestra. 50
2.3 Variables, operacionalización 51
2.3.1 Variables de Estudio 51
2.3.2 Definición de Variables. 51
2.3.3 Operacionalización de variables 52
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información, Validez y confiabilidad 53
2.4.1 Técnicas 53
2.4.2 Instrumentos 54
2.4.3 Validez y Confiablidad 55
2.5 Procedimiento de análisis de datos 55

2.6 Aspectos éticos 55
2.7 Criterios de Elegibilidad 56
III. RESULTADOS 57
3.1 Discusión de resultados 80
I. El plan Estratégico y Plan Organizacional 83
1.1. Descripción de la empresa 84
1.2. Datos de la Empresa 85
1.2.1. Análisis del Potencial Exportador 85
1.2.2. Plan Estratégico 88
1.4. Plan Organizacional 91
II. Análisis del Producto en el Mercado Objetivo y Plan de Marketing 94
2.1. Análisis del Producto 94
2.1.1. Ficha técnica frijol canario 94
2.3. Selección del Mercado Objetivo 96
2.4. Mercado Objetivo 98
2.4.1. Datos Generales: 98
2.4.2. Exigencias del Producto. 104
2.4.3. Canales de Distribución. 108
2.5. Perfil del Consumidor 110
2.5.1. Segmentación Geográfica 110
2.5.2. Segmentación Psicográfica 111
2.5.3. Segmentación Psicográfica 111
2.6. Medición del Mercado 114
2.7. Análisis Competitivo y Benchmarking 115
2.7.1. Mix Marketing 117
III. La Gestión Exportadora 119
3.1. Análisis del Precio de Exportación 119
3.1.1 Costos de Producción 119
3.1.3. Selección del Precio de Exportación 121
3.1.4. Modalidad de Pago 121
3.2. Distribución Física Internacional 122
3.2.1. Características de la Carga 122
3.2.2. Condiciones de Venta 123
3.4. Modelo de Cotización 125
Capítulo IV: Análisis Financiero 126

4.1. Proyección de ventas 126
4.2. Flujo de Caja Económico. 127
4.2.1 VAN y TIR Económico 128
4.2.2. Estado de ganancias y pérdidas 128
4.2.3. Balance general 129
4.3. Flujo de caja financiero 130
4.3.1. VAN Y TIR Financiero 130
4.3.2. Estado de Ganancias y Pérdidas financiero 131
4.3.3. Balance general 131
4.4. Análisis de Sensibilidad 132
4.5. Punto de equilibrio 132
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 133
4.1. Conclusiones 133
4.2. Recomendaciones 134
BIBLIOGRAFIA 135
ANEXOS 139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Modelos de estructura de planes de negocios 28
Tabla 2: Esquema de un Plan de Negocios. 29
Tabla 3: Documentos para realizar una exportación.....41
Tabla 4: Diseño de la investigación 47
Tabla 5: Población 49
Tabla 6: Muestra de la investigación 50
Tabla 7: Definición de variables.....51
Tabla 8: Operacionalización de variables 52
Tabla 9: Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....53
Tabla 10: Criterios de inclusión.....56
Tabla 11: Criterios de exclusión 56
Tabla 12: Entrevista al Sub-Gerente 57
Tabla 13: Gastos de consumo 63
Tabla 14: Gastos de consumo de los hogares 63
Tabla 15: Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales.....64
Tabla 16: Entrevista a especialistas: P.1 65
Tabla 17: Entrevista a especialistas: P.2 66
Tabla 18: Entrevista a especialistas: P.1 68
Tabla 19: Entrevista a especialistas: P.4 69
Tabla 20: Entrevista a especialistas: P.5 71
Tabla 21: Entrevista a especialistas: P.6 72
Tabla 22: Entrevista a especialistas: P.7 74
Tabla 23: Entrevista a especialistas: P.8 75
Tabla 24: Entrevista a especialistas: P.9 76
Tabla 25:Entrevista a especialistas:P.10 78
Tabla 26:Entrevista a especialistas:P.11 79
Tabla 27: Datos de la Empresa 85
Tabla 28: Análisis del potencial exportador.....86
Tabla 29: Matriz Resumen De Fortalezas Y Debilidades 90
Tabla 30: Ficha Técnica. 94
Tabla 31: Indicadores Para el Mercado Objetivo y su respectiva ponderación % 96
Tabla 32: Información de los principales países importadores. 96
Tabla 33: Puntuación indicador 97
Tabla 34: Ponderación de mercados de acuerdo a cada factor 97
Tabla 35: Puntuación de cada país de acuerdo a los factores.....98
Tabla 36: Datos Generales 98
Tabla 37: Indicadores del país objetivo 99
Tabla 38: Indicadores de Crecimiento 99
Tabla 39: Entidades que regulan el ingreso de Alimentos frescos a MÉXICO 102
Tabla 40: Sellos de certificación en México 103
Tabla 41: Segmentación Demográfica 110
Tabla 42: Edad de la población 110
Tabla 43: Composición de los hogares 112
Tabla 44: Gastos de consumo 113

Tabla 45: Gastos de consumo de los hogares 113
Tabla 46: Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales 114
Tabla 47: Demanda Guanajuato 114
Tabla 48: Demanda por consumo per cápita en México 115
Tabla 49: Oferta 115
Tabla 50: Precio del frijol canario en el mercado de Abasto de Guadalajara. 115
Tabla 51: Guanajuato: Central de Abasto de León 116
Tabla 52: México: Central de Abasto de Toluca 116
Tabla 53: Precios de Exportaciones Peruanas. 118
Tabla 54: Costos de Producción. 119
Tabla 55: Gastos Administrativos 119
Tabla 56: Gastos de Exportación 120
Tabla 57: Resumen Costos y Gastos de Exportación 120
Tabla 58: Selección del Precio de Exportación 121
Tabla 59: Modelo de Cotización 125
Tabla 60: Proyección de Ventas 126
Tabla 61: Flujo caja económico 127
Tabla 62: VAN y TIR Económico 128
Tabla 63: Estado de ganancias y pérdidas 128
Tabla 64:Balance general 129
Tabla 65: Flujo de caja financiero 130
Tabla 66: VAN Y TIR FINANCIERO 130
Tabla 67: Estado de Ganancias y Pérdidas financiero 131
Tabla 68: Balance general 131
Tabla 69: Análisis de Sensibilidad 132
Tabla 70: Punto de equilibrio 132

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Canales de distribución para Bienes de Consumo 33
Figura 2: Canales de distribución para bienes servicios 33
Figura 3: Canales de distribución para bienes industriales 33
Figura 4: Cadena de distribución para un producto de exportación 34
Figura 5: Ejemplo de un organigrama de una PYME.....35
Figura 6: Organigrama para una empresa exportadora.....36
Figura 7: Presupuestos para elaborar un flujo caja 37
Figura 9: Estructura del Personal.....91
Figura 10: Partida Arancelaria Frijol 95
Figura 11: Canales de Distribución 108
Figura 12:Frijol Canario.....117
Figura 13: Precios del Frijol canario mensual en Lima, 2016.....117
Figura 14: Distribución Física Internacional.....122
Figura 15: Saco de Frijol canario de 50 kg. 123
Figura 16: Contenedor Standard de 20'.....123
Figura 17:Solicitud aceptada por parte de la empresa para realizar el proyecto 142
Figura 18:Entrevista firmada como prueba que si se realizó 143
Figura 19:Entrevista validada (1er especialista).....144
Figura 20:Datos del primer especialista.....145
Figura 21:Entrevista Validad (2do especialista).....146
Figura 22:Datos del segundo especialista. 147
Figura 23:Entrevista Validada (3er especialista).....148
Figura 24:Datos del tercer especialista. 149
Figura 25:Entrevista validad para los expertos en el tema.....150
Figura 26:Datos de la persona que validó la entrevista (1er especialista) 151
Figura 27:Entrevista a los expertos validada.....152
Figura 28:Datos del segundo especialista 153
Figura 29:Entrevista validada por el tercer especialista.....154
Figura 30:Datos del tercer especialista. 155
Figura 31:Empresa FOOD EXPORT NORTE S.A.C 156
Figura 32:Sub Gerente General entrevistado. 157
Figura 33:Especialista 1 entrevistado. 158
Figura 34:Especialista 2 entrevistado. 158
Figura 35:Especialista 4 Entrevistado.....159
Figura 36:Especialista 3 Entrevistado.....159

I. INTRODUCCIÓN

Las menestras hoy en día son parte importante de la alimentación diaria ya que cuenta con un alto valor nutricional, y las tendencias de hoy es comer saludable, comer productos orgánicos y que realmente tengan buenos nutrientes y pues las menestras son uno de estos productos recomendables para consumir, el Perú es un país productor de una variedad de menestras como Frijol castilla, frijol de palo, Garbanzo, lenteja, frijol loctao, haba, zarandaja, entre otros pero aunque no soy muy conocidas o no se le da la importancia necesaria como para ser un producto reconocido como otros productos, pero existe materia prima necesaria como para realizar exportaciones a diferentes países, si bien es cierto el Perú si exporta menestras pero no está demás abrir nuevos mercados.

En este plan de negocios lo que se quiere es exportar frijol canario de la empresa Food Export Norte SAC, si bien esta empresa ya exporta una gran variedad de productos entre ellos el frijol ya antes mencionado lo que se busca es abrir un nuevo mercado para así generar más ganancias a la empresa como a los agricultores de este producto ya que la empresa acopia de varias regiones productoras del Perú.

El mercado elegido para este producto es México ya que México es uno de los principales países importadores, consumidores y productores de frijol canario, es por eso que se busca que la empresa a través de un plan de negocios logre exportar hacia ese mercado ya que sus exportaciones están dirigidas a otros países

Es estudio se realizó en la empresa Food Export Norte SAC, ubicada en la ciudad de Chiclayo, departamento de Lambayeque – Perú, esta empresa es una de las representativas de exportación de menestras en grano, cuenta con una variedad de productos, tiene una buena infraestructura y tiene todo lo necesario para exportar, aun así, se busca abrirle nuevos mercados para sus exportaciones.

1.1 Realidad problemática

A nivel internacional

Agraria (2018) considera que a nivel mundial en más de 184 países entre ellos India, China, Canadá y Brasil, se produce menestras de los cuales se obtienen 71.3 millones de toneladas de grano seco para el autoconsumo y exportación. Tal como menciona

La producción de menestras se realiza en más de 184 países en 79 millones de hectáreas, de las que se obtienen 71.3 millones de toneladas de grano seco, para el autoconsumo y el comercio. Los principales países productores de legumbres a nivel mundial son India, China, Canadá y Brasil.

FOASTAT (2016) comenta que la producción de menestras a aumentado en los ultimos 10 años en 20% a pesar de ello el consumo de las mismas a disminuido, las menestras son parte de la dieta en los paises en desarrollo, uno de los principales países importadores de legumbres es la India ya que su gran mayoria de poblacion en vegeariana, así mencionó la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

La producción mundial de legumbres ha aumentado en más del 20% en los últimos 10 años, pero su consumo ha experimentado un descenso lento y continuado. Esto puede estar relacionado, con el cambio de dietas en muchos países. En los países en desarrollo, las legumbres constituyen el 75 por ciento de la dieta media, en comparación con el 25 por ciento en los países industrializados. En concreto, la producción mundial de legumbres está muy concentrada. Dos países se sitúan a la cabeza: India y Canadá.

La India es el destino principal de una cuarta parte de las importaciones de las legumbres mundiales, seguido de la Unión Europea, China, Pakistán y Egipto. Para la población india, mayoritariamente vegetariana, este tipo de alimentos constituyen una fuente importante de proteínas.

Canadá, por su parte, es el productor número uno a nivel mundial de lentejas y chícharos y actualmente exporta este cultivo a 150 países. En general, es el principal país exportador de leguminosas con 6,2 millones de toneladas, seguido de Australia, Birmania, Estados Unidos y China.

A nivel nacional

En el Perú las exportaciones se incrementaron en un 6% respecto al 2016, además la producción de estas creció 80% en el 2017, según Agraria (2017)

> En el 2017, las exportaciones peruanas de menestras sumaron US$ 68.9 millones, registrando un incremento de 6% respecto al 2016. En los últimos 20 años, la producción de menestras en nuestro país creció 80% al pasar de 145 mil toneladas en 1997 a 260 mil toneladas el 2017.

Además, en nuestro país se cosecharon 209 mil hectáreas en el 2017, las principales regiones productoras de menestras son Cusco, Cajamarca y La Libertad. Siendo más de 40 familias dedicadas a este cultivo, según Agraria (2017) en nuestro país, detalló que:

> En el 2017 se cosecharon 209 mil hectáreas, obteniéndose una producción de 260 mil toneladas. Destacó que las principales regiones productoras de menestras en Perú son Cusco (13%), Cajamarca (13%) y La Libertad (11%). Agregó que son más de 140 mil familias las que se dedican a este cultivo. Respecto a las exportaciones, refirió que en el 2017 las menestras procedentes de Perú (o también llamadas leguminosas) alcanzaron los US$ 68.9 millones, mostrando un incremento de 6% respecto al 2016.

En el mes de enero de este año (2018) las exportaciones crecieron en un 42.2%, según Aduanas en enero del 2016 las menestras peruanas tuvieron como destino Colombia, EE. UU, Italia, Canadá entre otros, los principales productos exportados fueron frijol castilla, pallar y Frijol canario.

A nivel local

Según Sierra Exportadora (2018) Señaló que:

> Las exportaciones de menestras crecieron en 44.2% en el mes de enero de este año (2018), al realizar ventas por 4.7 millones de dólares, teniendo en cuenta que en el exterior el consumo per cápita de estos productos es de 12 kilos. Cifras de Aduanas señalan que "en enero 2016, las legumbres peruanas llegaron a 29 mercados. Los principales fueron Colombia, EE. UU, Italia, Canadá, Ecuador, España, Reino Unido, Portugal y Bélgica. Las principales variedades exportadas son el frijol castilla, pallar y el frijol canario".

En Lambayeque para este año 2018 las exportaciones recuperaran su nivel después de sufrir un descenso por las consecuencias del "Niño costero" cayendo en un 1%. Según El Subdirector de Desarrollo Exportador de Promperú, Ricardo Limo del Castillo, mostró su confianza y dijo que:

> En que este año 2018 las exportaciones lambayecanas recuperarán su nivel de dinamismo, luego del ligero descenso que reportó a noviembre del año 2017, a consecuencia del "Niño costero". Las exportaciones generales cayeron en un 1%, colocando actualmente a Lambayeque en el cuarto lugar después de Cajamarca y La Libertad. Y aunque el impacto fue mínimo envíos como los de palta, quinua y menestras se afectaron por el fenómeno natural. Recordemos que en Lambayeque el 97% de las exportaciones corresponde a las Agroindustriales y si bien el impacto ha sido muy bajo en las exportaciones no tradicionales, es decir estamos hablando de un 0.5%, confiamos en que habrá una recuperación este año, indicó. RPP Noticias (2018)

Por su parte, Alfonso Velásquez Tuesta, presidente ejecutivo de Sierra y Selva Exportadora 2017, explicó que:

> La intención del ente rector agrario en establecer grupos de trabajo interinstitucional, para sembrar semilleros por el Instituto Nacional de Innovación Agraria con el apoyo necesario para la siembra y reproducción de menestras. Lambayeque exporta en menestras un promedio de 130 millones de dólares al año, siendo los más cotizados en el mercado el frijol de palo y castilla, cuyo tratamiento es más fácil de cultivar para el pequeño agricultor".

Además, precisó que otro de los beneficios que tiene el frijol de palo es que la empresa compradora fija un precio mínimo de garantía y si el precio sube, el empresario paga un precio mayor. Hoy la exportación de frijoles se ha diversificado pues se exportan frescos, congelados y en conservas. Es por ello que las menestras desde Lambayeque han marcado el camino con valor agregado". Por otro lado, en el caso de zarandajas, hay mucho mercado por recuperar pues la demanda va incrementándose al igual que las cebollas y pimientos que son cultivos a los que hay seguir promoviendo en el norte porque sigue creciendo su demanda. RPP Noticias (2017)

Situación de la empresa

La empresa Food Export Norte SAC es una empresa comercializadora y exportadora de Menestras como: Fríjoles: Castilla, Palo, Zarandaja, Loctao, Canario, Panamito, Caballero, Rojo, Guinda y Caraota. Pallares: Bebe, Iqueño y americano, entre otros.

La empresa tiene gran potencial para exportar, depende mucho de la cantidad que se negocie y la empresa tiene la capacidad de cubrir el pedido la empresa ya exporta a varios países, en este caso su exportación de frijol canario están dirigidos para el mercado de Estados Unidos y Panamá y estos países hacen una reexportación hacia el mercado de México, es por es que se propone realizar un plan de negocios para que la empresa logre exportar frijol canario hacia México, ya que este país es uno de los principales países importadores de este producto.

1.2 Antecedentes de investigación

A nivel internacional

Andrade (2014) en su tesis titulada En su tesis titulada "Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania". El objetivo general de esta investigación es proponer la realización de un plan de exportación de café, al mercado alemán. Realizando un plan de exportación se quiere enviar café de Coatepec a Hamburgo, Alemania, debido a que es una ciudad situada al norte de Alemania y es la segunda más poblada de ésta, tras Berlín y es la séptima de la Unión Europea.

Asimismo, su puerto es el más grande de Europa, tras el de Róterdam y el noveno del mundo. Además, Alemania es uno de los principales países Importadores de café, su mayor exportador es Perú.

La misma que concluyó que de acuerdo a los resultados arrojados en la investigación, los productores opinan que el café es un producto que fácilmente se puede exportar debido a su calidad, además de que es altamente reconocido como café de altura.

Además, la decisión de comercializar este café, a la ciudad de Hamburgo es por su calidad, que es un lugar consumista del café, se encuentra en los primeros lugares de importación de este producto.

Esta investigación guarda mucha relación con mi tema de investigación ya que ambas tratan de exportar un producto a un mercado determinado a un país exterior.

En esta investigación citada se propuso un plan de exportación para exportar café al mercado alemán ya que este país es uno de los principales países consumidores de café, la investigación que presenta es un plan de negocios para la exportación de frijol canario al mercado de México ya que México también es un principal país importador de frijol canario es por eso que se quiere realizar este plan de negocios.

Luna y Murillo (2015) En su tesis titulada “Plan de exportación para la comercialización de café de habas al mercado alemán”. Ecuador es un país diverso en producción agrícola; sin embargo, muchos de los productos que derivan de estas materias primas no son generalmente conocidos, esta es la razón por lo cual se aprovechó para desarrollar este plan de exportación para promover la expedición de un producto no tradicional como es el Café de Habas. Teniendo como objetivos: Determinar y analizar la factibilidad para la comercialización de café de habas en el mercado alemán. Determinar las tendencias de consumo de los habitantes en Alemania referente al consumo de Café y productos orgánicos derivados del café, que ayuden a establecer el mercado de destino.

La misma concluyó que por su alta demanda de productos orgánicos y según encuestas, se determinó que un gran segmento de la población en Alemania está enfocado en la calidad más que en el precio, razón por la que fue elegido como el país meta para desarrollar el plan de exportación.

La tesis citada guarda relación con los objetivos citados en la presente investigación ya que se enfoca en el nivel de consumo del producto en su mercado meta para saber si es factible exportar a dicho mercado.

En esta investigación lo que se busca es determinar la factibilidad o aceptación de café de habas en Alemania dándole un valor agregado que es el hecho de ser orgánico ya que de un tiempo acá lo que se busca es comer saludable y este producto que se desea exportar es una alternativa de comer saludable, tiene relación con la investigación que propongo ya que también busco exportar frijol canario que es nutritivo y que no debe faltar en las dietas de las personas.

A nivel nacional

Fernández y Mollo (2017) en su tesis titulada "Plan de negocio para la exportación de uva Red Globe al mercado chino, 2017 - Arequipa. El presente estudio tiene como objetivo principal Desarrollar un plan de negocio para exportar uva de mesa de la variedad Red Globe al mercado chino. Con tipo de investigación descriptiva ya que solo se recogió información importante para dicho estudio.

El análisis se inició con el estudio estratégico (permitirá dar una noción del entorno en el que se desarrollará el proyecto), el cuál determinó en el mercado del país de China una ventana comercial óptima para la comercialización de uva en los meses de Noviembre, Diciembre, Enero, Febrero y Marzo.

La misma que concluyó que, el proyecto es viable, ya que está dirigido a uno de los principales mercados importadores de uva Red Globe, que es China. Tiene un gran crecimiento de demanda de uva que se observa anualmente, siendo el Perú el quinto país más importante en exportar hacia China debido a su calidad. Además, El mercado de China es un mercado potencial ya que podemos exportar mayores cantidades debido al consumo creciente de fruta por parte de su población.

Para el año 2016 tuve un valor de importaciones de Uva de 600 millones de dólares a nivel mundial, siendo el Perú uno de los más importantes proveedores para China con una cantidad de 128 millones de dólares en valor FOB. Desde que China decidió realizar un Tratado de Libre Comercio con Perú, las oportunidades para la uva RED GLOBE ha aumentado positivamente.

La presente tesis citada corrobora con los objetivos que propongo en esta investigación ya que se desea desarrollar un Plan de Negocio para saber si a nuestro producto va a tener aceptación o no en el mercado de destino.

Esta tesis guarda mucha relación con la investigación antes mencionada ya que a pesar de ser productos muy diferentes en ambas se desarrolla un plan de negocios para exportar un producto a un mercado ya establecido también, ambas tienen prácticamente los mismos pasos para el desarrollo del plan en este caso la investigación citada llego a la conclusión que si es viable exportar Uva de la variedad Red Globe al mercado de china ya que china es una de los principales

importadores de este producto, se espera llegar a esta conclusión también ya que México es un gran consumidor del producto que se quiere exportar.

Calderon (2017) en su tesis titulada Propuesta de un plan de negocios para la producción y comercialización de Tarwi (Leguminosa) cultivado en la Libertad. El objetivo general del presente trabajo fue proponer un plan de negocio para la producción y exportación de Tarwi, que se cultiva en la región de la Libertad, mediante el estudio de las necesidades de mercado y situación económica del mercado de destino para establecer la viabilidad de desarrollo del proyecto.

Con este plan de negocio se logrará que los agricultores tengan ingresos económicos de este cultivo, por lo tanto, incrementaran mayores áreas de cultivo con tecnología que permita obtener un producto de calidad para ser exportado al exterior.

La misma que tuvo las siguientes conclusiones: Se determinó que Estados Unidos es el mayor importador de Tarwi a nivel internacional, se determinó que el precio FOB de Tarwi es de 2.6 dólares, se determinó la presentación de Tarwi en el mercado internacional que es en sacos de 60kg.

Esta investigación guarda relación con el objetivo principal de la investigación antes mencionada, ya que se desea proponer un plan de negocios para la exportación de un producto que además es muy parecido ya que ambos son legumbres.

En esta investigación citada lo que se busca primero es producir Tarwi y tener un nivel de producción necesaria o suficiente para lograr su exportación siendo ese su principal objetivo, además gracias a sus investigaciones han logrado determinar muchas cosas positivas como que el proyecto es viable dentro de 10 años, entre otros aspectos. En el caso de la investigación que se presenta la empresa ya cuenta con la materia prima para realizar exportaciones, es por eso que se le quiere abrir un nuevo mercado.

Fernández (2016) en su investigación titulada “Estrategias de internacionalización para la comercialización del producto pallar baby hacia el mercado estadounidense a través de la empresa Agronegocios Sicán SAC en el periodo 2016” el objetivo general es determinar las estrategias de internacionalización más adecuadas que permitan la comercialización de forma efectiva del producto seleccionado hacia el país de destino. Tipo de estudio descriptivo con un diseño de investigación no experimental – transversal.

La misma que concluyo que la investigación demuestra de manera indiscutible que el mercado estadounidense es un punto de comercialización adecuado para la venta de este producto, puesto que dicho país ocupa el primer lugar en el ranking de países importadores de pallar baby, además el perfil del consumidor estadounidense es apropiado para este producto, ya que existe un público preocupado por su bienestar físico, y que de alguna manera optarán por productos saludables, siendo este caso un tipo de menestra, que nutre y que los mantendrá en buen estado físico. Por otro lado, la coyuntura política es estable y EUA muestra un riesgo país muy bajo lo cual indica que es lugar seguro para posibles inversiones.

Esta investigación guarda relación con la investigación antes mencionada ya que ambas hablamos de frijol y el logro de su exportación.

En esta investigación citada se busca exportar el frijol pallar bebé a través de estrategias de internacionalización para lograr la comercialización de pallar bebe en el mercado Estadunidense, amabas investigaciones tienen como objetivo lograr la exportación de los productos como las menestras en esta investigación lo que se busca es lograr la exportación de frijol canario al mercado de México a través de un plan de negocios.

A nivel local

Gonzales y Vargas (2016) en su tesis titulada "Plan de Negocios para la Exportación de palta Hass para el mercado de Canadá de la asociación de productores Augusta López Arenas de Pítipo – Ferreñafe 2016". Teniendo como objetivo principal: Proponer un plan de negocios que facilite la exportación de palta Hass de la Asociación de Productores Augusta López Arenas del Distrito de Pítipo al mercado de Canadá.

La investigación es descriptiva, propositiva, no experimental. El diseño de la investigación presenta un enfoque cuantitativo, La población son empresas importadoras de la palta Hass en Canadá, especialistas en comercio exterior en especial agroindustrial de la región y personal proveedor de la Palta en la Asociación Agustina López Arenas de Pítipo. La muestra es no probabilística con tipo de investigación descriptivo con diseño no experimental donde El número de entrevistados serán 8 personas que son todos los que conforman la asociación Agustina López Arenas. En la Región Lambayeque se entrevistaron a 2 especialistas en comercio exterior, Claudia Salazar Silva, Jeja de Exportación de la empresa Jayanca Fruits y la especialista en logística y comercio exterior Danna Jiménez Boggio; con experiencia en el sector agroindustrial y 5 importadores en Canadá a los cuales se le realizaron las encuestas cuando participaron en la expo alimentaria en Lima

El plan de negocios es viable para un inversionista pues el Valor Actual Neto Económico (VANE) es de US$ 61,284.18 y la Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) es de 40% .Mientras el Valor Actual Financiero es de US$ 61,228.14 y Tasa de Interna de Retorno Financiero es de 62%.

La presente tesis citada corrobora con los objetivos que se propone en esta investigación

La presente investigación citada es un plan de negocios para la exportación de palta hass en este caso de una asociación que aún no exporta y es por eso que han desarrollado un plan de negocios para lograr la exportación de este al mercado canadiense, la presente investigación que se presenta un plan de negocios para un producto que ya se exporta a otros países y es de una empresa llamémoslo grande en cuanto a sus niveles de exportación pero que aún no exporta su producto a México que es un país consumidor nato de dicho producto.

Cadena y Muñoz (2017) en su tesis titulada “Plan de negocio para la exportación de salsa de mango al mercado de Estados unidos de la empresa Sami Export S.A.C, Lambayeque 2017”. Teniendo como objetivo general Determinar de qué manera un Plan de Negocio permite la exportación de salsa de mango al mercado de Estados Unidos de la empresa Sami Export S.A.C., Lambayeque 2017. Con tipo de investigación Descriptiva, con diseño no experimental. Su población conformada por Especialistas en el área de Comercio Internacional de la región Lambayeque y 13 empresas importadoras de salsas en el mercado de Estados Unidos. Muestra no probabilística con tipo de investigación descriptivo con diseño no experimental donde la muestra son los mismos agentes de la población.

Se realizó en el departamento de Lambayeque que cuenta con una gran producción de mango y realiza exportaciones en diversas presentaciones, la salsa de mango surge como propuesta al aprovechamiento del mango que no es aceptado por el mercado internacional en su presentación fresca.

La misma que llega a la conclusión que el mercado de Estados Unidos es accesible para la salsa de mango debido a las tendencias de consumidor, la capacidad adquisitiva del país y al creciente gusto por las comidas hechas en casa, se cuenta con una producción suficiente para la exportación al mercado internacional de Estados Unidos con una cifra aproximadamente 18 000 litros de salsa que es la cantidad que permite satisfacer la demanda en la población de dicho mercado.

Esta investigación corrobora con los objetivos que planteo en mi investigación ya que se desea conocer si a través de un plan de negocios se logrará exportar la salsa de mango.

La investigación citada presenta un plan de negocios para la salsa de mango tiene mucha relación con la investigación presentada ya que en ambas se desarrolla un plan de negocios completo para ver determinar si se logra exportar un cierto producto, la investigación citada determino que el mercado al que se están dirigiendo es accesible para su producto debido a las tendencias de consumo y la capacidad adquisitiva que tiene ese país.

Chupillon (2017) en su tesis titulada “Exportación del frejol castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos – 2015” tiene como objetivo principal es Describir la evolución de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015. La razón principal del estudio es mejorar la exportación del Frejol Castilla al mercado de E.E. UU, y así mismo incrementar capacidades para la producción y cosecha de las legumbres aumentando las exportaciones y generando valor para el productor y para el país con su respecto a su crecimiento económico.

Se concluyó con un porcentaje del 100% que las exportaciones del Frejol Castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de EE. UU son muy buenos, es decir la estrategia que ellos aplican siempre es la correcta.

Esta investigación tiene relación con la presente investigación ya que sé se logra conocer el porcentaje de exportación de frejol a dicho país de destino.

En esta investigación lo que se busca es conocer el nivel de exportación de frejol castilla y mejorar las exportaciones es decir lograr que estas se incrementen, si bien es cierto en esta investigación el producto ya se exporta a dicho mercado y lo único que se busca es incrementar el nivel de exportación año a año, en la investigación presentada el producto que es frejol canario de la empresa con la que se está trabajando aun no exporta este producto al mercado de México pero si a otros países y lo que se busca es que a través de este plan de negocios se logré exportar dicho producto, si bien es cierto no hay mucha relación en estas investigaciones se ha tomado como referencia porque tienen casi los mismos productos además también se verá el nivel de exportación del producto antes mencionado para ver si hay demanda y así poder determinar si es factible o no exportar este producto.

1.3 Enfoque conceptual

1.3.1 Plan de negocio

Weinberger (2009) en su libro "Plan de negocios, Herramienta para evaluarla viabilidad de un negocio". Define qué plan de Negocios:

> Es el resultado de un proceso de planeación, escrito de manera clara, precisa y sencilla. Sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán "amigable" contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado. (pág. 33)

Greg (2008) en su libro "Cómo preparar un plan de negocios exitoso". Precisa que:

> Un plan de negocios es un instrumento o un medio utilizado para detallar un propósito o un proyecto en este caso del dueño de una empresa o el dueño de un negocio, respecto a cada punto que se quiere detallar para llevar a cabo el negocio. Este documento puede ser utilizado para detallar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. El plan de negocios contiene objetivos estratégicos y tácticos. Asimismo, puede estar escrito en un documento o solo puede estar en su mente del que lo quiera llevar a cabo, o puede simplemente ser una lista de tareas pendientes. Si se les pregunta a los propietarios de negocios o empresarios promedio si tienen un "plan", todos dirían "por supuesto". (pág. 6)

Laos (2006) en su libro "Plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a exportar" nos dice que:

> Un Plan de negocios es un documento que presenta en forma detallada la información directamente relacionada con su empresa. Este documento puede adoptar distintas formas: los hay extensos y detallados, concisos y breves. De hecho, no existe ningún modelo concreto; cada persona debería crear su propio plan de negocios, no sólo en el sentido de poner por escrito sus propias ideas, sino plasmar hasta dónde quiere

llegar. El Plan de negocios es la carta de presentación de la empresa o idea de negocio. (pág. 11)

Beneficios de un plan de negocios

Droznes (2005) en su libro "Manual para un plan de negocios". Nos dice los beneficios de un plan de negocios (pág. 3)

- Los negocios con planes escritos tienen más éxito. Este hecho solamente justifica el gasto y el trabajo de realizar un plan de negocios.

- Ayuda a clarificar, enfocar e investigar el negocio sin dejar "zonas erróneas

- Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.

- Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin "olvidarse" de ninguno.

- Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos clave del negocio: inversionistas, proveedores, equipo de management. Es un cronograma de tareas que permite lanzar las tareas de acuerdo con un calendario establecido.

- Es una herramienta de modelado del negocio que permite trabajar sobre cambios cuando alguno de los factores del negocio experimenta una variación. (pág 3)

La preparación de un plan de negocios no garantiza el éxito en la obtención de inversiones y apoyos, pero por su ausencia garantiza casi con seguridad su fracaso. Es un ejercicio arduo y doloroso, pero esencial. El proceso de planeamiento obliga a entender con más claridad lo que hay que hacer y cómo hacerlo. Aunque no se necesite un apoyo externo, un plan de negocios es importante para evitar errores y reconocer oportunidades escondidas. Droznes, 2005, pág. 4)

Estructura de un plan de negocios

Weinberger (2009) en su libro "Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio" nos muestra la siguiente estructura de un plan de negocios para una empresa en marcha y una nueva empresa. (pág.45)

Tabla 1: Modelos de estructura de planes de negocios

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

Fuente: Weinberger Villaran (2009)
Elaboración: Propia

Según Prom Perú (2011) en su modulo Planex: ¿Cómo elaborar un plan de negocios de exportación? nos muestra el siguiente esquema:

Tabla 2: Esquema de un Plan de Negocios.

I. El plan Estratégico y Plan Organizacional	**III: La Gestión Exportadora**
Resumen Ejecutivo Descripción de la empresa Datos De La Empresa Análisis del Potencial Exportador Plan Estratégico Visión Valores Misión Objetivos Estrategias Indicadores Matriz Resumen De Fortalezas Y Debilidades Plan Organizacional Estructura de Personal Plan de Recursos Humano	Análisis del Precio de Exportación Costo de Producción Costos y Gastos de Exportación Selección del Precio de Exportación Modalidad de Pago Distribución Física Internacional Características de la Carga Condiciones de Venta Análisis de Riesgo Manejo Documentario Modelo de Cotización
II. Análisis del Producto en el Mercado Objetivo y Plan de Marketing	**IV: Análisis Financiero y Plan Financiero**
Análisis del Producto Partida Arancelaria Selección del Mercado Objetivo Mercado Objetivo Datos Generales Exigencias del Producto Canales de Distribución Medios de Transporte Perfil del Consumidor Segmentación Demográfica Segmentación Geográfica Segmentación Psicográfica Medición del Mercado Análisis Competitivo y Benchmarking Mix Marketing	Análisis Financiero Estados Financieros Balance General Estados de Pérdidas y Ganancia Ratios Financieros Punto de Equilibrio Plan Financiero Presupuesto Maestro Presupuesto Operativo Presupuesto Financiero Flujo de Caja Proyectado Análisis de Sensibilidad

Fuente: Módulo Planex - PromPerú
Elaboración: Propia

Laos (2006) en su libro “Plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a exportar” nos dice que:

Un Plan de negocios debe estar constituido por: 1) Resumen Ejecutivo, 2) Producto o servicio, 3) Equipo de trabajo. 4) Plan de Marketing, 5) Organización empresarial. 6) Plan de Implementación, 7) Riesgos para la empresa, 8) Financiación, 9) Anexos del plan de Negocios. 10) Conclusiones.

ELEMENTOS DEL PLAN DE NEGOCIOS.

A continuación, detallamos los puntos antes mencionados de cómo elaborar un plan de negocios para una nueva empresa según varios autores: Weinberger (2009), Laos(2006), Droznes (2005), Greg (2008)

RESUMEN EJECUTIVO.

El resumen ejecutivo, es la presentación de los aspectos más relevantes del Plan de Negocios. Este resumen cuya extensión máxima será de unas tres páginas, es la parte más importe de un plan además en muchas ocasiones la única parte que se lee para entender de qué trata el plan desde su inicio hasta los resultados del mismo, si este resumen está bien detallado y sobre todo es entendible y se enfoca en lo más importante para dar a conocer al inversionista a medida que lean esto les despertará la curiosidad y lo motive a conocer más sobre la idea de negocio, hará que continúe con la lectura del documento y lo atraerá y puede que se convierta en uno de sus potenciales inversionistas es por eso que una vez finalizado el plan se debe elaborara este resumen ejecutivo para que todos puedan saber de qué se trata sin necesidad de tener que leer todo el documento. (Weinberger, 2009, Pág 46)

El resumen ejecutivo es la impresión general de la idea de negocio, es lo primero que se lee. Es fundamental que este resumen sea claro para facilitar la comprensión del plan de negocios de una manera global. El resumen es, por así decirlo, el boceto del proyecto. Laos(2006), pág 12

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Describe de manera general a lo que se dedica la empresa, lo cual incluye su marca, identidad, visión, misión, ética, metas y estructura legal. (Balano, 2008, pág 75)

Es una breve síntesis de lo que trata el negocio actual basta con un párrafo de tres líneas se puede describir claramente a que se dedica la empresa o cual es el giro del negocio. Droznes (2005), pág 75)

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Es tal vez la parte más importe dentro del plan de negocios donde se detalla claramente sobre sus productos o servicios que ofrece, además se describe sus beneficios y características de los mismos, haciendo énfasis en las necesidades que satisface y que problemas solucionaría si el cliente hace uso de este producto o servicio. Se describe claramente el producto en sí para por ejemplo qué es, cómo es, color, diseño, calidad etc., puede también detallar su proceso de producción como y con que está elaborado y lo más importe es explicar que es lo que le hace diferente a los demás productos, por qué tengo que elegir esos productos y no otros. Droznes (2005), pág. 21

Es simplemente detallar todo lo que su negocio ofrece. Balanko (2008), pág 60)

Detalle de los productos ofrecidos, menciona el ciclo de vida de los productos, con que insumos está elaborado recalcando que beneficios económicos le generará sí compra dichos productos o servicios. Weinberger (2009), pág. 48

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Perspectivas de la oferta y demanda de lo que se está ofreciendo, barreras de acce4so y crecimiento en ese rubro, como influye la tecnología, la política, qué papel juega la tecnología en la industria. Greg (2008)

En este punto lo que se busca es conocer cómo se encuentra actualmente la industria o sector industrial al que está dedicado la empresa, cuáles son esas variables económicas, sociales, culturales, políticas o legales a nivel local o nacional que influyen en la industria ya sea de manera positiva o negativa. Weinberger, 2009, Pág. 48)

ANÁLISIS DEL MERCADO

Se identifica las tendencias de consumo, cuanto es que se está consumiendo de o que se ofrece actualmente, analizar también la competencia, participación del mercado proyectado entre otros aspectos relacionas al mercado que se está estudiando o dirigiendo dentro del plan de negocios. Greg (2008), pág.39

Analizar el perfil del consumidor potencial, o de tus clientes, cuanto es que este cliente comprará en los próximos meses, cuanto estará dispuesto a pagar por el producto o servicio ofrecido, en pocas palabras el empresario debe realizar un estudio de mercado para ver a lo que se enfrenta. Weinberger (2009), pág. 63

PLAN DE MARKETING

En este punto se detallará los canales de distribución que utilizara para que su producto llegue al consumidor final, cuánto costará, cuáles serán sus presentaciones del producto, en qué posición se encuentra dentro del mercado, en qué lugares se venderá y a quienes está dirigido, además de las herramientas de ventas o promoción de dichos productos para que lleguen fácilmente a la mente del consumidor, que es lo que se utilizará para llegar a posicionarse dentro del mercado. Balanko (2008, pág 85

El plan de marketing debe empezar por algo muy importante y primordial que es el segmento de mercado a quienes está dirigido el producto y cuál es el posicionamiento que la empresa quiere lograr como y que hará para que la empresa este dentro de la mente de los consumidores. Weinberger, (2009), pág. 68

Objetivos de marketing.

Todo plan de marketing debe tener sus objetivos en este caso el objetivo principal son las ventas, es decir incrementar las ventas con el paso de los meses o años, luego está la diversificación de sus productos es decir aumentar la lista de productos o servicios a ofrecer al mismo tiempo que ampliar el mercado es decir abrir nuevos mercados o empresas en otros países, llegar a tener clientes fieles, lograr que estos queden satisfechos con lo que ofrece, ganarse la mente de su mercado objetivo. Weinberger (2009), pág. 69

Marketing Mix

Conocido como la mezcla de marketing que su principal objetivo es posicionar al producto o servicio dentro del mercado objetivo. Se define como las 4ps que son Producto, Precio, Plaza y Promoción, esta mezcla de estos cuatro ingredientes llamémoslo así se resumen en una propuesta de valor que se le va a dar al producto para que llegue a satisfacer las necesidades de sus clientes. Weinberger (2009), pág. 72

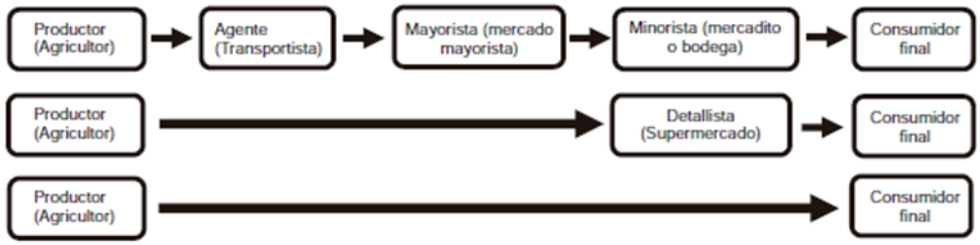


Figura 1: Canales de distribución para Bienes de Consumo

Fuente y Elaboración: Weinberger (2009)

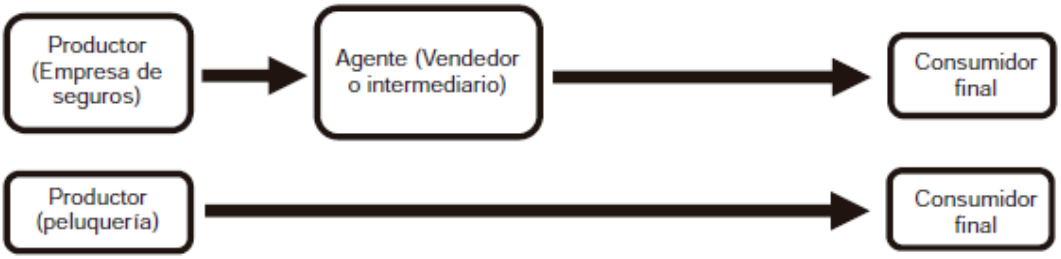


Figura 2: Canales de distribución para bienes servicios

Fuente y Elaboración: Weinberger, (2009)

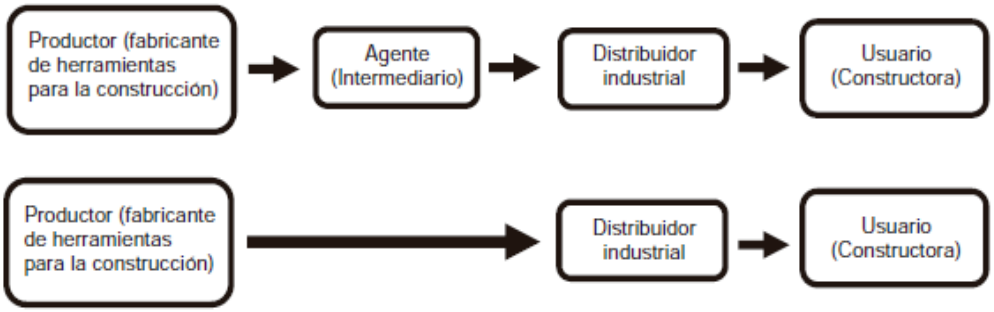


Figura 3: Canales de distribución para bienes industriales

Fuente y Elaboración: Weinberger (2009)

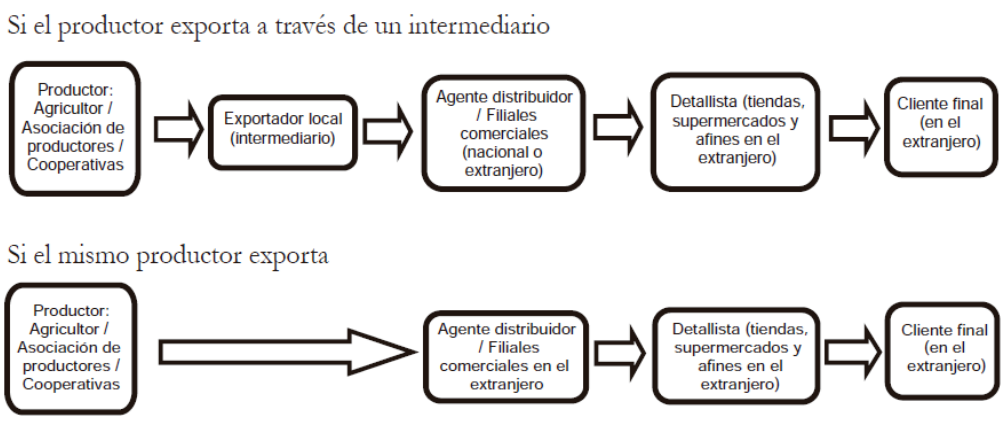


Figura 4: Cadena de distribución para un producto de exportación

Fuente y Elaboración: Weinberger (2009)

Elementos del Marketing Mix

Producto:

Se describe de manera detallada el producto haciendo énfasis en sus características, tanto las que están a la vista de los consumidores como también las que no como por ejemplo su calidad, sus beneficios, los ingredientes que contiene, también la variedad de estos, tamaños y formas, colores entre otras cosas que están estrictamente relacionadas a el producto. Weinberger (2009)

Precio:

Es sumamente importante definir los precios de los bienes o servicios y además establecer las políticas de fijación de precios. La lista de precios se fijará en función a la estructura de costos de la empresa, a los precios de la competencia, a la percepción de los clientes y los resultados económicos esperados por el empresario. Weinberger (2009), pág. 73

Plaza:

La estrategia de distribución o plaza también conocida como la estrategia de

Lugar, hace referencia a la forma como se llegará al cliente o consumidor final. En este punto, es necesario analizar cuáles son los canales de distribución que la industria tiene. Weinberger (2009,) pág. 74

ADMINISTRACIÓN, OPERACIONES Y ORGANIZACIÓN

Proporciona detalles sobre cómo planea administrar el negocio, lo cual incluye la estructura organizacional, responsabilidades y servicios profesionales. (Balanko, 2008, pág 109)

Plan de operaciones

El plan de operaciones tiene varios objetivos entre ellos son: objetivos de producción, a través de un plan de marketing. Los procesos de producción, en función a los tributos del producto o servicio. Los estándares de producción, que harán que la producción sea eficiente. El presupuesto de inversión, para la transformación de insumos en productos o servicios finales. Los objetivos del proceso de producción deben establecerse en función a la demanda estimada y a la capacidad de producción disponible. Weinberger (2009), pág 78

PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

Este plan debe tener las siguientes consideraciones: conocer cuáles son las funciones principales que el negocio requiere, conocimientos y habilidades que las funciones del negocio requieren, separar los cargos que serán permanentes para el funcionamiento de la empresa y cuales solo se requieren cada cierto periodo, puestos claves para el personal cumpla sus funciones y hagan que la empresa se diferencie de las demás, El organigrama que representa la estructura general de la empresa. En un organigrama, que viene a ser la representación gráfica de la estructura de una organización, se puede conocer cómo se han agrupado las tareas y cuáles son los niveles jerárquicos en la organización. Weinberger, (2009), pág. 89

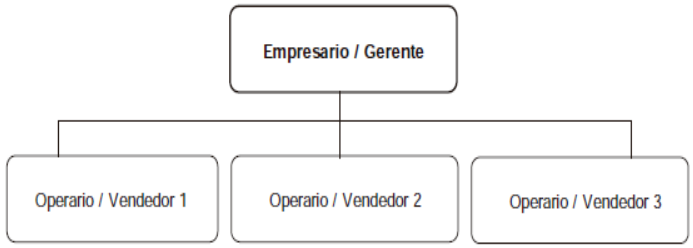


Figura 5: Ejemplo de un organigrama de una PYME

Figura 6: Organigrama para una empresa exportadora

PLAN FINANCIERO

Incluye datos de los estados financieros de los años anteriores si es que los hubiera y las proyecciones financieras proforma, incluye costos iniciales, el balance general, el estado de ganancias y pérdidas, flujos de caja y análisis de la sensibilidad. Greg (2008)

EL objetivo principal del plan de financiación es determinar cómo se obtendrá el capital para iniciar la empresa, cómo se sostendrá y cuál será el beneficio la inversión. Ésta es la parte crucial, en ella se determinan los posibles inversionistas. Es de gran importancia que si la rentabilidad es atractiva, el proyecto será viable y tendrá posibilidades de fortalecimiento financiero. Laos (2006)

El plan financiero es muy importante para determinar los medios y recurso económicos que se necesitan para realizar el plan de negocios, para determinar el costo total del negocio, es decir los costos de producción, gastos de ventas y gastos administrativos. Determinar el monto que se necesitará para iniciar el negocio. Determinar las necesidades y fuentes de financiamiento. Evaluar la rentabilidad Económica y financiera del nuevo plan de negocios. Weinberger (2009)

Análisis de costos

Los componentes de ingresos, costos y gastos estimados a lo largo del plan de negocios, permitirán hacer un análisis de costos con la finalidad de proyectar estados financieros y evaluar la rentabilidad del negocio. Weinberger (2009)

¿Cómo se determinan los costos de producción?

Según Weinberger (2009) Las dos formas más comunes de visualizar los costos son las siguientes:

a) Costo total = Total de costos de producción +

Total, de costos de administración +

Total, de costos de comercialización (ventas)

b) Costo total = Total de costos variables + Total de costos fijos.

Flujo de Caja.

Según Weinberger (2009) El flujo de caja es la herramienta básica de planificación financiera y de evaluación de proyectos. El flujo de caja muestra todos los ingresos y egresos actuales y futuros, que tiene o tendrá un plan de negocios.

- Ingresos: total cantidad vendida multiplicada por el precio unitario de venta.
- Egresos: suma de costos de fabricación + costos administrativos + costos de comercialización.

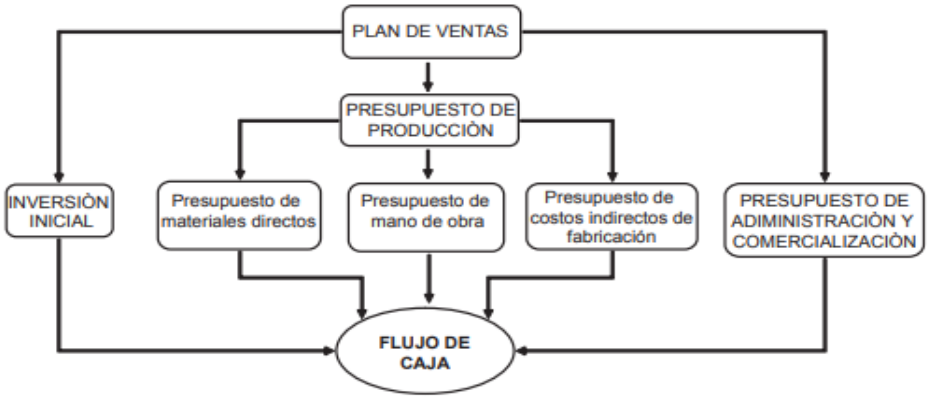


Figura 7: Presupuestos para elaborar un flujo caja

Fuente y elaboración: Weinberger (2009) libro "Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.

Análisis de la rentabilidad:

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas en unidades monetarias, en porcentaje o en tiempo que demora la recuperación de la inversión. (Padilla, 2015)

Los indicadores financieros para determinar la rentabilidad de los planes de negocios son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) y Relación Beneficio Costo (R B/C).

La Relación Beneficio Costo:

Según Padilla (2015) define que la Relación Beneficio Costo, se calcula al dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto en este caso conocido como ingresos entre el valor actualizado que vendrían a ser los egresos a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable.

De acuerdo a los criterios de decisión, se dice que la inversión en un proyecto es aceptable si el valor de la Relación Beneficio/Costo es mayor o igual que 1 (uno).

Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

La Tasa Interna de Retorno:

La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero. La cual deberá ser mayor a la tasa de interés a largo plazo del mercado. Padilla (2015)

El criterio para la selección donde “k” es la tasa de descuento

Si TIR > k, el proyecto de inversión será aceptado. En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.

Si TIR = k, estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero. En esta situación, la inversión podrá llevarse a cabo.

El Valor Actual Neto:

El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).

Siendo el VAN el indicador financiero más utilizado para determinar la rentabilidad de un plan de negocio o un proyecto

Según Padilla (2015) menciona los siguientes criterios de decisión:

VAN > 0 La inversión produciría ganancias por encima de la Rentabilidad exigida, por lo tanto, se toma el proyecto.

VAN < 0 La inversión produciría pérdidas por debajo de la Rentabilidad exigida, por lo tanto, el proyecto no es viable.

VAN = 0 La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas

1.3.2 Exportación

Hernández (1934) En su libro Introducción a los negocios internacionales define exportación cómo "la venta de productos de origen nacional (bienes y servicios) a mercados extranjeros". (pág. 31)

Según SUNAT(2016) dice que las exportaciones son un régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero".

Según la OMC (2005) define que "La exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de productos y servicios a otros países".

Tipos de exportación

Según Martínez (2013) En su libro "Pymes: rutas para la exportación" nos dice que hay dos tipos de exportación, (pág.18)

Exportaciones directas: Se refiere a la venta del producto en otro mercado utilizando única y exclusivamente recursos propios hasta el destino/cliente final. Aunque esta forma de entrada le puede dar al empresario los mayores retornos, un primer contacto directo con sus clientes y fijar precios a su libre decisión, es posible que tenga problemas a la hora de ofrecer un servicio postventa y que, en algunos casos, el cliente tenga dificultad de contactarlo de manera inmediata.

Exportaciones indirectas: Se hace uso de representantes en el mercado destino para que contacte a los clientes. Aunque como se podrá verificar en la sección de "Establecimiento de precios", esta modalidad puede hacer perder competitividad a la empresa pues el margen de ganancia se puede reducir. En el caso de las exportaciones indirectas, las formas de entrada varían de acuerdo con el intermediario elegido y la manera como este se pueda convertir en un distribuidor, comercializador agente o representante. En estos dos últimos casos no se requiere que ellos sean los que vendan al cliente final.

Según BANCOMEXT (2000) en su libro "PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN", señala también que hay dos tipos de exportación:

Exportación Directa: Se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varias causas entre las que destacan son: contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, el empresario considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación.

Exportación indirecta: Es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales. Es decir que es el uso por exportador de otro exportador como intermedio, de esta manera hay oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de un distribuidor o intermediario también conocido como bróker lo que en si constituye una ventaja competitiva, al emplear facilidades de la informática y las telecomunicaciones en la detección del negocio.

Según el BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ, En el caso de las exportaciones, éstas se clasifican en tradicionales y no tradicionales:

Las exportaciones tradicionales incluyen básicamente productos mineros, agrícolas, hidrocarburos y harina de pescado determinados por el Decreto Supremo 076-92-EF.

Exportaciones no tradicionales las demás partidas arancelarias no señaladas en esa norma y son productos que tienden a tener un mayor valor agregado. Para fines de presentación el BCR los agrupa en agropecuarios, textiles, pesqueros, maderas y papeles, químicos, metal-mecánicos, sidero-metalúrgicos y joyería, minería no metálica y otros.

Según La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, SUNAT (2016) nos dice que hay mercancías Restringidas y Prohibidas:

Las mercancías restringidas son aquellas que por mandato legal requieren la autorización de una o más entidades competentes para ser sometidas a un determinado régimen aduanero.

Las mercancías prohibidas son aquellas que por mandato legal se encuentran prohibidas de ingresar o salir del territorio nacional.

Documentos de exportación:

Según el Manual de documentos para exportar – Siicex 2016 nos dice que los documentos que se necesitan en una exportación son los siguientes:

Tabla 3: Documentos para realizar una exportación

DOCUMENTO	ESPECIFICACIÓN
1.1. Cotización Comercial	La Cotización Comercial (o Cotización) u Oferta Comercial es el primer paso en toda operación de compraventa en la cual el vendedor o exportador señala las condiciones bajo las cuales ofrece su producto o servicios, también se le conoce como Proforma y en algunos casos puede reemplazar a la Factura Proforma.
1.2. Factura Proforma	La Factura Proforma es un documento emitido por el exportador que en algunos casos reemplaza a la Cotización Comercial, Oferta Comercial o Cotización, es usada cuando existe una relación fluida entre comprador y vendedor, se realizan transacciones de los productos detallados en estos documentos de manera recurrente y ya no existen condiciones comerciales a discutir o revisar.

1.3. Contrato de Compra - Venta internacional	El origen de los contratos de compraventa internacional se remonta al momento cuando compradores y vendedores deciden formalizar sus relaciones comerciales.
1.4. Factura Comercial	La factura comercial es un documento fundamental de cualquier transacción comercial y debe prepararla el exportador, contiene los elementos claves de acuerdo comercial y es probatorio de las condiciones de un contrato de compraventa.
1.5. Packing List o Lista de Empaque	El Packing List es el documento donde se detallan las características de la carga (cantidad de bultos, contenido, peso), es de especial utilidad en exportaciones donde se embarcan diferentes ítems (por ejemplo, textiles o equipamiento deportivo).
1.6. Guía de Remisión	La guía de Remisión, es el documento que sustenta el traslado de bienes entre distintas direcciones.
1.7. Instrucciones de Embarque	Este documento inicia el proceso de exportación, es emitido por el exportador y entregado al agente de aduanas o al operador logístico. Indica el producto a ser comercializado, las condiciones de la operación, el Incoterms, el puerto de destino, peso, empaque y demás detalles que permiten la elaboración de la Declaración Aduanera de Mercancías Provisional, documento que con la legislación anterior se llamaba DUA Provisional u Orden de Embarque.
1.8. Carta de Temperatura	Es el documento emitido por el exportador donde se señalan las condiciones de temperatura, ventilación y humedad con la que debe transportarse la carga en contenedores refrigerados. Se emite una vez recibido el booking note o en algunos casos en simultaneo. La línea naviera informa al terminal de contenedores la temperatura a la cual debe ser programado el contenedor.
1.9. Ficha Técnica	La ficha técnica es una herramienta con la que cuenta el exportador para informar de una manera estandarizada y sencilla las características técnicas de su producto.

Fuente: *Manual de documentos para exportar – Siicex*
Elaboración: *Propia*

Selección de mercados.

Tiene como objetivo principal investigar los mercados potenciales para el producto que se está ofreciendo, las condiciones que presenta y que se necesita para poder acceder al mercado, es decir cuáles son las exigencias para que el producto sea aceptado en ese país, esta infestación debe ser muy rigurosa ya de eso dependerá el éxito o fracaso de la exportación. Sullivan (2013)

Formas de ingreso al mercado

No hay una forma establecida para ingresar a un mercado exterior y sus canales de distribución, para eso tenemos que hacer una detallada evaluación de las condiciones del mercado al que nos vamos a dirigir, analizar nuestro producto, analizar las alternativas de ingreso a ese país, esto tiene que ver con los canales de distribución que puede ser una exportación directa, a través de un agente comercial, importador/distribución, entre otras muchas más formas para ingresar a un mercado eso se determina tras una evaluación para ver cual nos conviene. Sullivan (2013)

PLAN LOGÍSTICO

Distribución Física Internacional

Según el glosario de Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX), la Distribución Física Internacional es el conjunto de operaciones necesarias para desplazar la carga desde un punto de origen a un punto de destino. Los cuales pueden ser:

- Exportador
- Operador Logístico.
- Agente de aduanas.
- Puerto de Origen.
- Transporte Internacional.
- Puerto de destino

Acuerdo de Integración Comercial Perú – México

El Acuerdo de Integración Comercial Perú – México se firmó en Lima el 6 de abril de 2011 y entró en vigencia el 1 de febrero de 2012, de acuerdo a lo dispuesto en el Decreto Supremo N.º 001-2012-MINCETUR. Publicado en el Diario El peruano (2012)

Este acuerdo negociado incorpora disciplinas en materia de acceso a mercados, reglas de origen, reconocimiento de denominaciones de origen, salvaguardias, prácticas desleales de comercio, obstáculos técnicos al comercio, normas sanitarias y fitosanitarias, reconocimiento mutuo de títulos profesionales, inversión, servicios, asuntos institucionales y solución de controversias. Respecto a Acceso a Mercados tenemos que los principales beneficios para el Perú se reflejan en el acceso preferencial de más de 12,000 productos. Diario El peruano (2012)

Un TLC es un acuerdo comercial que se da entre dos o más países para hacer acuerdos sobre preferencias arancelarias que beneficien a ambas partes, además reducir las barreras no arancelarias para el comercio tanto de bienes como servicios. Además, a través de estos TLCs se logra consolidar nuevos mercados y así generar más oferta exportable.

La Organización Mundial del Comercio (OMC)

La Organización Mundial del Comercio (OMC) se ocupa de las normas mundiales por las que se rige el comercio entre las naciones. Su principal función es velar por que el comercio se realice de la manera más fluida, previsible y libre posible. Es la principal organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países.

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) (con respecto a las mercancías).

El GATT o General Agreement on Tariffs and Trade (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) se basa en las reuniones periódicas de los estados miembros, en las que se realizan negociaciones tendientes a la reducción de aranceles, según el principio de reciprocidad. Las negociaciones se hacen miembro a miembro y producto a producto, mediante la presentación de peticiones acompañadas de las correspondientes ofertas.

1.4 Formulación del problema

¿De qué manera la propuesta de un plan de negocio permitirá la exportación de frijol canario de la empresa Food Export Norte SAC al mercado de México?

1.5 Justificación e importancia

La presente investigación Plan de Negocio de exportación de frijol canario en la Empresa Food Export Norte SAC hacia el mercado de México. Se justifica porque gracias a este se aprovechara más la oferta exportable que tiene Lambayeque en cuanto a frijol canario y no solo la región Lambayeque sino todo el Perú ya que la empresa es una empresa acopiadora de varias regiones del Perú por eso se plantea este plan para que a través de esta empresa se logre exportar directamente el frijol al mercado de México y no solo al Mercado de Estados Unidos como lo venimos haciendo ya que este cumple un papel como de distribuidor entre Perú México, con este plan habrá un desarrollo social y económico tanto para la empresa como para la población de Lambayeque ya que al abrirse un nuevo mercado de exportación la empresa regenerara más empleo y esto beneficiara a los agricultores quienes son los proveedores de menestras a dicha empresa, al mismo tiempo que la empresa obtendrá rentabilidad económica, también este plan de negocios le permitirá a la empresa identificar costos, proceso de exportación, identificar tiempos y puntos críticos para lograr un producto óptimo lo cual conllevará a una exportación directa. Con la exportación de frejol canario al mercado de México, se promueve el crecimiento económico de la empresa y al mismo tiempo de población y agricultores de la región Lambayeque, debido a que incrementará el nivel de vida de cada uno de los ciudadanos, trayendo así el crecimiento económico.

1.6 Hipótesis

H1. Una propuesta de un plan de negocios permitirá la exportación de frijol canario al mercado de México de la empresa Food Export Norte SAC

H0. Una propuesta de un plan de negocio no permitirá la exportación de frijol canario al mercado de México de la empresa Food Export Norte SAC.

1.7 Objetivos de la investigación

1.7.1 Objetivo General

Proponer un Plan de Negocios de Exportación de Frijol Canario a México de la Empresa Food Export Norte S.A.C, Chiclayo 2018 – 2021

1.7.2 Objetivos específicos

a) Realizar un diagnóstico actual de la empresa Food Export Norte SAC

b) Describir las exportaciones de frijol canario en la empresa Food Export Norte S.A.C en el periodo 2014 – 2018

c) Analizar el perfil del consumidor mexicano.

d) Proponer un plan de negocios que permita la exportación de frijol canario al mercado de México de la empresa Food Export Norte S.A.C -2018.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo, Diseño, Enfoque y Método de la Investigación

2.1.1 Tipo de Investigación.

La característica de la investigación permite desarrollar un tipo de investigación descriptiva, propositiva, es decir durante el proceso de la investigación se describirá los hechos tal y como han venido aconteciendo a lo largo de la investigación.

Según Tamayo (1997) en su libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva "comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos". (Pág. 35)

2.1.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación será no experimental porque no existirá manipulación intencional de una de las variables de estudio.

Según Hernández (2014) en su libro Metodología de la Investigación, afirmó que una investigación será No experimental cuando no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya dadas, que no han sido provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables no pueden ser manipuladas y no sé 19 ejerce control directo sobre dichas variables. (Pág. 152)

Tabla 4: Diseño de la investigación

Estudio	**T1** **2018 - 2019**	**T2** **2019 - 2020**	**T3** **2020 – 2021**
M	O1	O2	O3

Elaboración: *Propia*

M1⟶ O1 Muestra / observaciones

M: Muestra.

T1⟶ T2 ⟶ T3: Periodo en el cual se realizarán las observaciones

2018– 2019, 2019 – 2020, 2020 -2021 Observaciones en los periodos

2.1.3 Enfoque

El enfoque de la investigación será longitudinal**,** ya que la investigación se realizará en un periodo prolongado de tiempo, es decir en varios periodos de tiempo.

Un estudio longitudinal es un tipo de diseño de investigación que consiste en estudiar y evaluar a las mismas personas por un período prolongado de tiempo Myers (2006)

2.1.4 Método de la investigación.

La investigación desarrollara el método Analítico, inductivo- deductivo.

Método Analítico

A través de este método se observó las causas de la investigación y permitió conocer más el objeto de estudio.

Según Abad (2009), en el método analítico "Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado". Este método en la investigación ese necesario para la fase de revisión de la literatura en la interpretación de información y en el análisis de datos. (Pág. 94)

Método Inductivo

Este método parte de una problemática que va de lo particular a lo general. Permitió llegar a ciertas conclusiones generales, a través de los análisis de sucesos y fenómenos generales.

Para Hernández (2014) define que "el método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios". En esta investigación se usa cuando se procesan y se analizan los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados y en el análisis e interpretación de la información. (Pág. 107)

Método Deductivo

No se derivan de la observación sino a través de recopilación de información o de ciertas investigaciones se analiza la información y se puede llegar a una deducción que puede o no puede ser cierta.

De acuerdo a Ander (1997) "el método Deductivo es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta". (Pág. 97)

2.2 Población y Muestra

2.2.1 Población.

La población de estudio estará constituida por 7 personas 1 persona de la empresa FOOD EXPORT NORTE SAC, 2 Expertos en Comercio Exterior y 3 Instituciones de Comercio exterior. Según la tabla adjunta:

Tabla 5: Población

Colaboradores	Sub Total
Población 1: Sub Gerente General, Food Export Norte SAC:	1
Población 2: Expertos en comercio exterior	2
Población 3: Instituciones de Comercio Exterior:	4
Total	**7**

Elaboración: *Propia*

Población de estudio

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo (2003), ¨La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde la unidad de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (Pág. 114)

2.2.2 Muestra.

La muestra es no probabilística con tipo de investigación descriptivo con diseño no experimental. Donde Tamayo (2003), afirman que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico (Pág. 38)

Por lo tanto, la muestra estará constituida por las mismas unidades de estudio de la población.

Tabla 6: Muestra de la investigación

Colaboradores	Sub Total
Muestra 1: Sub Gerente General, Food Export Norte SAC: Wilder Quiroz Solis.	1
Muestra 2: Expertos en comercio exterior: - Mg. Danna Giménez Goggio. - Mg. Francisco Morales Bermúdez.	2
Muestra 3: Instituciones de Comercio Exterior: Cámara de Comercio de Lambayeque - Marisol Pérez Lic. En Comercio y Negocios Internacionales. GERCETUR - Eduardo Elera Hurtado Mg CPC en Administración de Negocios y Comercio Exterior. IPCNI - Rogger Moran Santamaría, Lic en Comercio y Negocios Internacionales. Cámara de Comercio de Lima, sede Lambayeque. - Ing. José Luis Gálvez Arenas	4
Total	**7**

2.3 Variables, operacionalización

2.3.1 Variables de Estudio

Independiente: Plan de Negocios.

Dependiente: Exportación de frejol canario.

2.3.2 Definición de Variables.

Tabla 7: Definición de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
Plan de Negocios	Weinberger (2009) En su libro "PLAN DE NEGOCIOS, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio". Define plan de Negocios como un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación.	La variable Plan de Negocio se definirá de forma operacional, teniendo en cuenta 7 dimensiones: Análisis de la Industria, Análisis del mercado, Productos y Servicios, Descripción del Negocio, Plan de Marketing, Operaciones y Administración y Plan financiero, las mismas que serán medidas con la técnica de Análisis documental y Entrevistas, cuyo instrumento será Análisis de contenido y guía de encuesta respectivamente de escala tipo Likert cuya categoría de respuestas es politónica.
Exportación de Frejol Canario	Hernández (1934) En su libro INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES define exportación cómo "la venta de productos de origen nacional (bienes y servicios) a mercados extranjeros". (Pág. 31)	La variable Exportación de Frejol Canario se definirá de forma operacional, teniendo en cuenta 4 dimensiones: Producto, Mercado de Destino, Plan Logístico y Documentación, que serán medidas con la técnica de Análisis Documental y Entrevistas cuyo instrumento será un análisis de contenido y Guía de entrevista respectivamente de escala tipo Likert cuya categoría de respuestas es Politómica.

Elaboración: *Propia*

2.3.3 Operacionalización de variables

Tabla 8: Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
PLAN DE NEGOCIOS	Análisis de Mercado	Oferta		Análisis Documental / Análisis de Contenido
		Demanda		
	Producción	Capacidad de Acopio	1 - 5	Entrevista / Guía de Entrevista
		Proceso de Producción		
		Costos (Producción)		
	Plan Estratégico	Misión	6	Entrevista / Guía de Entrevista
		Visión		
		Objetivos		
		Valores		
		FODA		
	Plan Organizacional	Estructura Organizacional		Entrevista / Guía de Entrevista
		Plan de Recursos Humanos		
	Plan de Marketing	Producto	7	Análisis Documental / Análisis de Contenido
		Precio		
		Plaza		
		Promoción		
	Plan Financiero	VAN	8	
		TIR		
EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO	Acceso al Mercado	Mercado Objetivo		Análisis Documental / Análisis de Contenido
		Requisitos de acceso		
		Certificaciones		
		Ferias		
	Producto	Análisis del Producto		
		Partida Arancelaria		
	Distribución Física Internacional	Características de la Carga	10	Entrevista / Guía de Entrevista
		Canales de Distribución	11-14	
		Incoterms		
		Documentación		

Elaboración: Propia

2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información, Validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas

En el proceso de la investigación para recopilar la información procesarla y organizarla para posteriormente presentarla; teniendo en cuenta el logro de los objetivos de la investigación, se utilizarán de acuerdo a las características de las variables, las siguientes técnicas e instrumentos:

Tabla 9: Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica	Instrumento	Finalidad	Acciones
Observación	Guía de Observación	Diagnosticar las características de la realidad problemática de la empresa Food Export Norte SAC	Se utilizó este instrumento en la empresa Food Export Norte SAC
Entrevista	Guía de entrevista	Obtener información detallada respecto a las características de las variables Plan de Negocios y Exportación de Frejol Canario.	Este instrumento se aplicará al gerente de Comercio Exterior de la empresa Food Export Norte SAC.
Análisis Documental	Análisis de Contenido	Recopilar Información requerida para el desarrollo de la investigación.	Se buscará información en las siguientes páginas: SUNAT SIICEX, AGRODATAPERU PROMPERU, TRADEMAP, entre otros.

Elaboración: *Propia*

Observación:

Está técnica consiste en observar la situación actual de cierto ambiente, lugar, problema etc. que se quiere estudiar. Para así determinar el problema u objetivo de estudio.

Entrevista:

La entrevista es una conversación directa con las personas de estudio en la cual se hacen una serie de preguntas relaciones al tema de investigación y así recopilar información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Análisis documental:

Recopilar información relaciona al tema de investigación a través de Internet en diferentes herramientas o páginas web que tengan información válida que contribuya al desarrollo del tema tratado en la investigación.

2.4.2 Instrumentos

Guía de Observación

se visitó la empresa en la cual se hizo la investigación para observar detenidamente la situación actual de la misma y así determinar el problema y objetivo de la investigación esto fue también con una pequeña entrevista al sub gerente de la empresa para determinar su situación actual.

Guía de entrevista:

Se realizó 6 entrevistas de 11 preguntas cada una, se entrevistó a 2 Especialistas en Comercio exterior, 4 Instituciones de Comercio Exterior como es IPCNI, la Cámara de Comercio de Lambayeque (CCL), Cámara de Comercio de Lima, sede Lambayeque y GERCETUR con la finalidad de obtener información detallada del tema investigado.

Análisis de contenido:

Se hizo uso de herramientas de inteligencia comercial, páginas web y aplicaciones que brindan información actual acerca de la investigación como SUNAT, TRADEMAP, SIICEX, AGRODATAPERU, entre otras.

2.4.3 Validez y Confiablidad

Para la validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos, se aplicó el caso de validez de contenido y se realizaró por juicio de expertos. Dichos expertos fueron: Mg. Jean Michell Carrión Mezones, master en Finanzas corporativas con una experiencia profesional de 7 años, quien labora como docente en nuestra Universidad. Mg. César Ricardo Rocero Salazar, quien tiene el grado académico de MBA con una experiencia profesional de 8 años y labora como docente y coordinador de la escuela de Negocios Internacionales. Mg. José Araujo García Master en Finanzas con una experiencia profesional de 25 años y actualmente labora como docente en la Universidad Cesar Vallejo y la Universidad Señor de Sipán.

2.5 Procedimiento de análisis de datos

Para el procedimiento del análisis de datos tras la aplicación de guías de entrevista, se hizo de manera detallada tal como se obtuvieron las respuestas a las personas entrevistadas no se puede hacer uso de herramientas como Excel o SPSS ya que son preguntas abiertas.

Las entrevistas, nos ayudó a poder llegar a realizar nuestras conclusiones, de acuerdo a nuestro objetivo general que se realizara durante todo el proceso de investigación.

2.6 Aspectos éticos

En cuanto a los criterios éticos de la presente investigación han sido considerados los siguientes.

Credibilidad:

Los resultados son veraces por parte de los participantes a las cuales se les realizó la entrevista.

Consentimiento informado:

Los Gerentes de la empresa FFOD EXPORT NORTE SAC participantes en esta investigación están de acuerdo con facilitar los datos que aportaran al tema investigado. Como los especialistas de comercio exterior que brindaran su punto de vista respecto al plan de negocios de Frejol Canario para la exportación al mercado de México y también las instituciones de comercio exterior de Lambayeque.

Derechos de autor:

Se ha respetado todos los derechos de autor citados en esta investigación, para ello estarán citados en la parte final de dicha investigación.

2.7 Criterios de Elegibilidad

Tabla 10: Criterios de inclusión

ENTREVISTADOS	Sub Total
Sub Gerente General, Food Export Norte SAC	1
Expertos en comercio exterior	**2**
Instituciones de Comercio Exterior: **Cámara de Comercio de Lambayeque.** **GERCETUR.** **IPCNI.** **Cámara de Comercio de Lima, sede – Lambayeque.**	4
Total	**7**

Elaboración: Propia

Tabla 11: Criterios de exclusión

EMPRESA FOOD EXPORT NORTE SAC	EXPERTOS	INSTITUCIONES
Trabajadores	**Otros Expertos**	**Otras Instituciones**

Elaboración: Propia.

III. RESULTADOS

Entrevista al Sub Gerente General de la empresa Food Export Norte SAC:

a) **Objetivo 1:** Realizar un diagnóstico actual de la empresa Food Export Norte SAC

Tabla 12: Entrevista al Sub-Gerente

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio anual de menestras?	Según el sub Gerente general de la empresa su capacidad de acopio anual de menestras es 2 000 000kg anual.
2. ¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio de frijol canario anualmente?	En cuanto a frijol canario su capacidad de acopio anual es variable ya que acopia de acuerdo al pedido del mercado, donde su aproximado es de 69 tm al año.
3. ¿Qué cantidad de menestras exporta anualmente?	De los 2000000 kg de menestras exporta 1000 800kg al año. Entre frijol canario, frijol castilla, frijol de palo, zarandaja, pallar bebé y pallar iqueño entre otros.
4. ¿Qué cantidad de frijol canario exporta por año?	En cuanto a frijol canario dijo que exporta todo lo que acopia que son 23TM de frijol canario al año.

5.	**Puede detallar su Proceso y Costo de Producción.**	El sub gerente hiso un gráfico a breves rasgos en el cual explica su proceso de producción además menciono que el costo de producción es de $60 por TM para procesar.

Fuente y Elaboración: Food Export Norte

6.	**¿Su área de almacenaje cree usted que está en buenas condiciones para sus productos de exportación?**	El sub gerente menciono que su área de almacenaje está en buenas condiciones para sus productos de exportación, pero no especifico que es lo que cuenta su almacén para determinar que si está en buenas condiciones además que la pregunta en este caso no está bien planteada.
7.	**¿Cómo está conformada su estructura organizacional y que función cumple cada persona que lo integra?**	No detallo su estructura organizacional solo menciono que la empresa está conformada por cuatro administrativos, cada uno cumple cuatro funciones específicas.
8.	**¿Puede detallarme su Plan de marketing para sus productos en relación a las cuatro P's que son: ¿Producto, Precio, Promoción y Plaza?**	Preciso que no tiene un plan de marketing establecido, en actualidad solo cuenta con página web y correos corporativos.

9.	**¿Cómo financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?**	Según el Sub gerente de la empresa dijo que financia con créditos bancarios la producción destinada a las exportaciones.
10.	**¿Puede detallarme el tipo de envase y embalaje que utiliza para la exportación de frejol?**	El frijol lo exporta en sacos de polipropileno de 50kg, 100 lb y de 25kg. Y que también depende mucho del cliente al cual se está dirigiendo.
11.	**¿Cómo es su proceso de comercialización o canales de distribución para la exportación de sus menestras?**	Sus exportaciones son de dos formas tanto exportaciones directas como exportaciones a través de Bróker ya que no conoce a fondo los mercados y que en algunos no tiene comprador directo es por eso que lo exporta a través de terceros.
12.	**¿Qué medio de pago utiliza?**	Su empresa trabaja con los incoterms FOB – CIF y CFR bueno en las exportaciones se utilizan casi todos los INCOTERMS, pero lo que más utiliza son los antes mencionados.
13.	**¿Qué medio de pago utiliza?**	Los medios de pago que utiliza son los pagos electrónicos, a través de una carta de Crédito.
14.	**¿Cuáles son los documentos de exportación solicitados para su producto?**	Los documentos de exportación más utilizados con la factura comercial, el packing list, certificado de origen, certificado fitosanitario y otro que solicite el cliente. Según la entrevista realizada al sub Gerente de la empresa se puede determinar que la empresa acopia 2000 tm de frijol en general que equivale a 2000000kg al año de esas 2000tm de frijol unas 69tm son de frijol canario que acopia al año y llega a exportar las 69tm, a veces más o a veces menos, todo es depende de la cantidad que le pidan, acopia las menestras de la región de la Libertad, de Piura y Lambayeque, es decir

	del sur, del norte y de la sierra central del Perú. Esta cantidad si es una cantidad considerable para realizar una exportación. El frijol canario está destinado al mercado de Estados Unidos y Panamá ya que desde un inicio hiso negocios con esos países, pero esos países lo reexportan a México, lo exporta en sacos de polipropileno en presentaciones de 50kg, 25kg y 100lb, cuenta con una buena infraestructura y un área de almacenaje con todas las condiciones necesarias para productos de exportación.

Elaboración: Propia

b) **Objetivo 2.** Describir las exportaciones de frijol canario en la empresa Food Export Norte S.A.C en el periodo 2014 – 2018.

Guía de análisis documental, la cual fue la página SUNAT en la que se puede obtener información de las exportaciones de las empresas.

Para analizar las exportaciones de la empresa Food Export Norte SAC en los últimos 5 años (20014 – 2018) hemos recurrido al instrumento de análisis documental a través de la página SUNAT, en la cual podemos analizar las exportaciones que a continuación se presenta en el siguiente Gráfico.

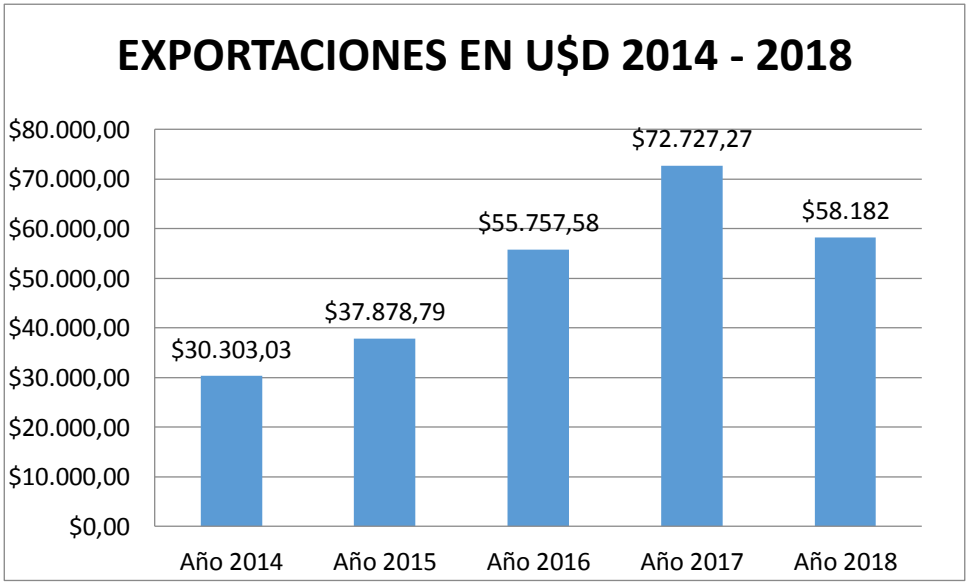


Figura 8: Exportaciones de frijol canario en el periodo 2014 - 2018

Según los resultados del análisis documental de las exportaciones de frijol canario en la empresa FOOD EXPORT NORTE SAC, en el periodo 2014 – 2018 se puede ver cómo ha ido evolucionando los volúmenes de exportación, en el 2014 exportó $30,303.03, en el año 2015 las exportaciones aumentaron a un $37,878.79, en el 2016 creció significativamente pues exportó $55,757.58 y en el 2017 las exportación creció a $ 72,727.27, para el año 2018 bajó a un $58,182. Las exportaciones de frijol canario fueron destinadas al mercado de Estados Unidos y Panamá siendo Estados unidos unos de los principales países a los que la empresa exporta.

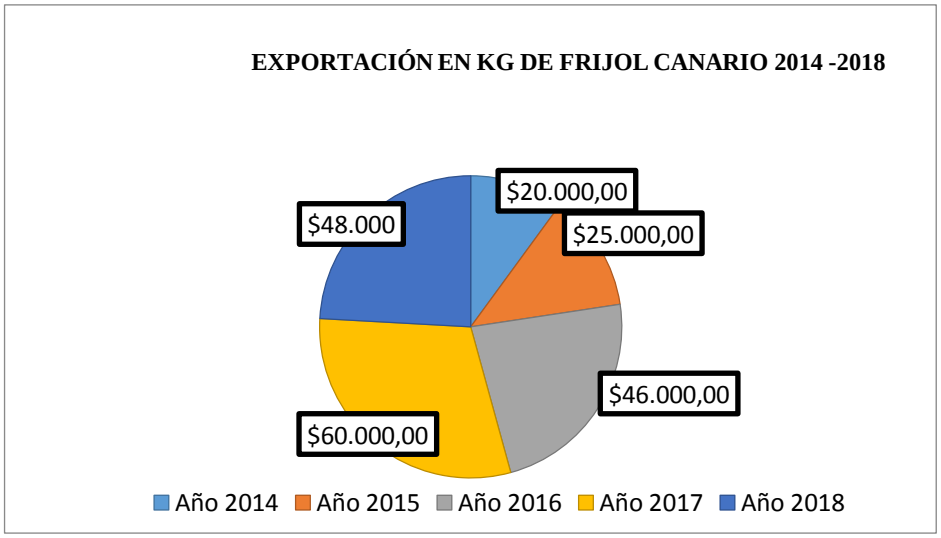


Figura 9: Exportación en KG de frijol canario 2014 - 2018

c) **Objetivo 3:** Analizar el perfil del consumidor mexicano.

Guía de análisis documental, página del banco Santander / trade portal, en el ítem de mercados: perfil del consumidor.

Perfil del consumidor

Comportamiento del consumidor

El comportamiento de los consumidores de México ha ido cambiando con el paso de los años según la evolución del país ya que este cada vez se vuelve más rico, los consumidores mexicanos buscan productos de calidad y sobre todo que le ahorre tiempo al momento de prepararlos ya que cada vez están más ocupados. Prefieren comodidad y productos de calidad más que el precio, es decir que si el producto es de calidad no les importa si esta caro además que son muy fieles a sus marcas es decir si tienen una marca de productos la cual les hace sentir cómodos siempre van a comprar de ese los productos de esa marca. Así mencionó el Portal Santader Trade (2018) respecto al comportmiento del consumidor:

Consumo de Frijoles

Según Sagarpa, (2017). En promedio, los mexicanos consumen 10.8 kilos de frijoles al año.

Tabla 13: Gastos de consumo

Paridad del poder adquisitivo	2012	2013	2014	2015	2016
(Unidad monetaria local por USD)	7,78	7,79	7,99	8,25	8,51

Fuentes: *Santander Trade Portal – 07/2018*
Elaboración: *Propia*
Nota: *Datos estimados*

Tabla 14: Gastos de consumo de los hogares

Gastos de consumo de los hogares	2015	2016	2017
Gastos de consumo de los hogares ***(Millones de USD, precio constante de 2000)***	785.229	813.959	838.352
Gastos de consumo de los hogares ***(crecimiento anual, %)***	3,4	3,7	3,0
Gastos de consumo de los hogares per cápita ***(USD, precio constante de 2000)***	6.237	6.382	6.491
Gastos de consumo de los hogares ***(% of GDP)***	66,6	66,3	n/a

Fuente: *Santander Trade Portal – 07/2018*
Elaboración: *Propia*

Tabla 15: Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2011
Alimentos y bebidas no alcohólicas	25,1%
Transporte	22,0%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	16,0%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	5,2%
Ocio y cultura	5,1%
Comunicación	4,3%
Salud	4,3%
Hoteles, cafés y restaurantes	4,1%
Educación	2,6%
Ropa y calzado	2,4%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2,3%

Fuente: *Santander Trade Portal – 07/2018.*

Elaboración: *Propia*

d) **Objetivo 4:** Diseñar un plan de negocios que permita la exportación de frijol canario al mercado de México de la empresa Food Export Norte

Guí de entrevista a los especialestas en comercio exterior.

1. ¿Conoce si Lambayeque cuenta con la oferta exportable de frejol canario que permita elaborar un plan de negocios?

Tabla 16: Entrevista a especialistas: P.1

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	Claro que sí, una de las principales regiones exportadoras de menestras, en este caso de frijol canario es Lambayeque, así que definitivamente existe buena oferta exportable para este producto.
Exp 2	Si, en tema de frijoles si, en tema de menestras sabemos que acá hay una empresa chiclayana que exporta sobre todo procesado al mercado exterior, sobre todo a la Unión Europea y a algunos mercados de América, pero no sabemos la cantidad de empresas ni la cantidad que exportan cada una de ellas, si de que hay oferta exportable si lo hay.
Exp 3	Si, en Lambayeque en realidad hay varios granos no te sabría decir ahora mismo el monto exacto de lo que se exporta en frijol canario, pero si hay empresas que exportan tanto en producto seco o en grano como también en derivados como conservas, enlatados con leche aguasada etc.
Exp 4	No, no cuenta con oferta exportable de frijol canario ya que su producción es mínima. Si hay frijol canario si se siembra, pero no creo que en cantidades como para exportar.
Exp 5	Por supuesto, claro que si en general todas las menestras incluyendo al frijol canario, la región Lambayeque es un potencial tremendo, hay que darle más publicidad porque parece que no se dan cuenta que las menestras todos los médicos la recomiendan comer dos veces a la semana vale.

Exp 6	Conozco que la región Lambayeque es una de las principales regiones ofertantes de menestras en general, pero desconozco si hay oferta en frijol canario, sin embargo, siendo una región menestra supongo que sí además es muy bueno darles prioridad a las menestras.

Fuente: Entrevistado
Elaboración: Propia.

De acuerdo a los especialistas entrevistados respondieron que sí, que Lambayeque es una de las principales regiones exportadoras de menestras, en este caso de frijol canario, así que definitivamente existe buena oferta exportable para este producto. Además, no solo de frejol canario sino de muchos más granos, pero que definitivamente hay oferta y que sería una buena idea darles prioridad a estos productos ya que en la región no están muy promocionados a diferencia de los productos agro.

2. ¿Conoce usted la existencia de empresas exportadores de frejol canario o de menestras en general en la región Lambayeque? ¿Cuáles?

Tabla 17: Entrevista a especialistas: P.2

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	La empresa más representativa en la región Lambayeque es FOOD EXPORT NORTE SAC, no conozco alguna otra empresa que se dedique a eso.
Exp 2	Bueno dentro del sistema de inteligencia comercial por ejemplo las empresas que tenemos en la región Lambayeque dedicadas a la exportación de menestras son: Food Export Norte SAC, que exporta a estados Unidos y Panamá, otra empresa es Miranda Land Agroexport que en el año 2017 exportó 34.02% del total del frijol canario, también tenemos a COPROIMPEX SAC ha exportado el 20.63% del valor total de la oferta exportable, en el año 2017, la empresa Export Import Inversiones Willan que ha exportado el 15.01%. Food Export Norte SAC que ya lo mencioné anteriormente ha exportado el 6.945 con relación a las exportaciones del 2017 y Perú Food Import que ha exportado 5.84, por el momento existen empresas, pero en Lima.

Exp 3	Si, está por ejemplo Food Export Norte S.A.C toda su mercancía lo diría a Panamá y Estados Unidos, esta Alpes Chiclayo S.A.C que exporta tanto en granos secos como enlatados y exporta a Panamá y Estados Unidos. Está también V&F SAC Agroindustrial pero no exporta menestras en seco sino puro enlatados o en conserva.
Exp 4	Si, la más conocida es la empresa Food Export Norte S.A.C, tengo conocimiento de otras que la empresa V & F también exporta menestras pero creo que es en conserva, otras pero no son de Lambayeque pero que si acopian menestras de Lambayeque son COPESBA S.A que se encuentra en Lima y COPROMPEX S.A.C que está en Tumbes y que acopia menestras de Lambayeque.
Exp 5	Mira para decirte exactamente cuáles son las empresas pones frijol canario siicex y ahí te van a salir las 10 empresas exportadoras de Perú de menestras y dentro de ellas están las empresas de Lambayeque.
Exp 6	Si, está Food Export Norte y otras más que estos momentos no tengo la lista a la mano, pero si hay y no solo lo exportan en grano seco sino también en enlatados.

Fuente: Entrevistado
Elaboración: Propia.

Todos los entrevistados mencionaron que la empresa más representativa en la región Lambayeque que exporta menestras es FOOD EXPORT NORTE SAC, también están las siguientes empresas que no exportan precisamente frijol en grano sino que también en conservas entre ellas están: Alpes Chiclayo S.A.C que exporta tanto en granos secos como enlatados, también Agroindustrias V&F SAC pero no exporta menestras en seco sino puro enlatados o en conserva.

Otras, pero no son de Lambayeque pero que si acopian menestras de Lambayeque son COPESBA S.A que se encuentra en Lima y COPROMPEX S.A.C que está en Tumbes y que acopia menestras de Lambayeque.

3. ¿Considera usted atractivo el mercado de México para la exportación de frejol canario?

Tabla 18: Entrevista a especialistas: P.1

N.º EXP	RESPUESTA
Exp 1	Definitivamente si, ya que dentro de las tendencias de consumo de mercado el consumo de menestras (Frijoles) está en aumento, además forma parte de su gastronomía o cultura gastronómica, es un gran mercado potencial y también actual para este tipo de productos.
Exp 2	Si, ya que México es un mercado potencial para este tipo de productos además que son muy consumidores de este producto uno por sus propiedades, por sus beneficios porque como sabemos son las primeras fuentes que recurrimos para poder sobre todo tener buena salud, incluso los médicos lo recomiendan bastante de consumirlos por su alto valor nutricional.
Exp 3	Mira en realidad yo he conocido a importadores de México que, si les interesa el tema, pero me han preguntado por la mercancía exactamente de frijol Loctao que es otro tipo de frijol ellos lo importan directamente de Estados Unidos ósea Perú - Estados Unidos y Estados Unidos - México, pero si hay demanda.
Exp 4	Sí, porque es el principal país importador de frijoles dentro de ellos el frijol canario además de productor, además el 54% de las empresas están abiertas a cambiar y buscar nuevos proveedores.
Exp 5	Por supuesto porque México además de ser un consumidor de menestras tiene un acuerdo comercial e incluso uno novedoso que acaba de firmar con Estados Unidos y Canadá y no solo para mercados de México, sino que México puede exportar o mejor dicho reexportar a Estados Unidos y Canadá arancel 0. Entonces bajo todo punto de vista y dentro de lo que es la Alianza del Pacífico, México es como distribuidor para todo el norte. Desde mi punto de vista.
Exp 6	Bueno sé que México consume menestras, pero no sabría decirte que tipo de menestra, te sugiero que busques en Pro México que alimentos consumen y si consumen alguna menestra en general, pero es bueno abrir nuevos mercados para productos como frijoles.

Fuente: Entrevistado

Elaboración: Propia.

Todos coincidieron que sí, que México sería un buen mercado para exportar frijol Canario ya que dentro de las tendencias de consumo de mercado el consumo de menestras (Frijoles) está en aumento, además forma parte de su gastronomía o cultura gastronómica, además es un mercado potencial para este tipo de productos además que son muy consumidores de este producto uno por sus propiedades, por sus beneficios porque como sabemos son las primeras fuentes que recurrimos para poder sobre todo tener buena salud, también porque es el principal país importador de frijoles dentro de ellos el frijol canario además de productor, además el 54% de las empresas están abiertas a cambiar y buscar nuevos proveedores.

México además de ser un consumidor de menestras tiene un acuerdo comercial e incluso uno novedoso que acaba de firmar con Estados Unidos y Canadá y no solo para mercados de México, sino que México puede exportar o mejor dicho reexportar a Estados Unidos y Canadá arancel 0. Entonces bajo todo punto de vista y dentro de lo que es la Alianza del Pacífico, México es como distribuidor para todo el norte. Desde mi punto de vista.

Uno de los entrevistados comentó que a México si les interesa el tema, pero han preguntado por la mercancía exactamente de frijol Loctao que es otro tipo de frijol ellos lo importan directamente de Estados Unidos ósea Perú – Estados Unidos y Estados Unidos – México, pero si hay demanda y que sería una idea excelente hacer un plan de negocios para exportar Frijol de Perú a México.

Además de que mencionaron que México sería un excelente mercado para exportar frijol canario dijeron que Perú casi toda su exportación los dirige a Estados Unidos y Panamá.

4. ¿Conoce usted que canal de comercialización se utiliza para la exportación de menestras a México?

Tabla 19: Entrevista a especialistas: P.4

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	No exactamente para México, pero si en el caso de otros mercados se utiliza siempre distribuidores.

Exp 2	Si, en el tema de canales de comercialización en este caso hay empresas que ya tienen bien definido sus clientes, y hablamos de una exportación incluso indirecta porque ellos comúnmente le venden a un intermediario, son muy pocas las empresas que venden al consumidor final, mayormente la exportación es una exportación directa. Hay empresas que incluso no tienen clientes y lo hacen a través de un intermediario o bróker, utilizan un bróker porque ellos ya tienen mercados fijos o clientes fijos entonces lo envían con marca blanca.
Exp 3	Bueno como te decía no hemos trabajado con mercancías directas para México en cuanto a menestras, pero si para Panamá por ejemplo que asumo que debe ser el mismo para otro país que es transporte directo, de acá a Paita y Paita a Panamá.
Exp 4	Puede que se den todos los canales de distribución como exportación directa es decir de negocio a negocio, a través de representantes o agentes, distribuidores y minoristas.
Exp 5	Mira para mí siempre recomiendo que como tú no conoces el país y estas recién comenzando a exportar siempre búscate un distribuidor de alimentos de menestras, y te va a ir mejor porque puedes distribuir todo México en centro américo en Estados Unidos y Canadá.
Exp 6	Normalmente son a través de terceros ya sea distribuidores o Bróker como se les llama solo que hay que saber negociar bien con ellos.

Fuente: Entrevistado.

Fuente: Entrevistado

Elaboración: Propia.

No conocen precisamente para México, pero si para otros mercados que puede ser similar o lo mismo que pueden hacer los mexicanos, se utiliza siempre distribuidores, también hay empresas que ya tienen bien definido sus clientes, y hablamos de una exportación incluso indirecta porque ellos comúnmente le venden a un intermediario, son muy pocas las empresas que venden al consumidor final, mayormente la exportación es una exportación directa. Hay empresas que incluso no tienen clientes y lo hacen a través de

un intermediario o bróker, utilizan un bróker porque ellos ya tienen mercados fijos o clientes fijos entonces lo envían con marca blanca.

Además, para este plan de negocios recomendaron que como no se conoce el país y se está recién comenzando a exportar siempre se debe buscar un distribuidor de alimentos de menestras, y así puedes distribuir a todo México incluso Estados Unidos y Canadá.

5. ¿Considera usted que el consumidor extranjero final conoce los beneficios de este producto?

Tabla 20: Entrevista a especialistas: P.5

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	Regularmente si, sobre todo si se trata de México en realidad los países de destino que consumen productos de otras naciones tienen mayor conocimiento actualmente, a través de bases de datos, el tema de la búsqueda por internet, hace que esto sea mucho más simple en estos tiempos, regularmente el consumidor extranjero es bastante informado.
Exp 2	Pues sí, actualmente hoy en día todos están siempre con el celular que es el portátil más rápido para buscar información al momento de comprar un producto, incluso hasta nosotros los peruanos también verificamos si los productos cuentan con los registros o los estándares voluntarios u obligatorios para poder ser comercializado sobre todo en el mercado mexicano la mayoría está muy posicionado en el tema de tecnología y sobre todo en el tema de frijoles que es tendencia.
Exp 3	En realidad las menestras son bastante conocidas a nivel internacional, entonces si se conoce los beneficios, ejemplo reemplazar una comida por otro, la menestra es mucho más saludable que comer arroz. Entonces sí, los mercados extranjeros lo que buscan es productos beneficios para la salud y aparte de ello que estén certificados si son orgánicos mucho mejor.
Exp 4	Claro que sí, hoy en día todos están informados de lo que van a consumir gracias al internet.

Exp 5	Si porque las menestras son conocidas a nivel mundial como un alimento totalmente sano y la tendencia del mundo es comer sano y la gente de hoy está consumiendo menestras y se debe consumir por lo menos dos veces a la semana.
Exp 6	Si, conozco que si el consumidor extranjero conoce quizá más que nosotros los productos y que ellos para consumir un producto importado se informan muy bien.

Fuente: Entrevistado
Elaboración: Propia

Regularmente si, en realidad las menestras son bastante conocidas a nivel internacional, entonces si se conoce los beneficios sobre todo si se trata de México en realidad los países de destino que consumen productos de otras naciones tienen mayor conocimiento actualmente, a través de bases de datos, el tema de la búsqueda por internet, hace que esto sea mucho más simple en estos tiempos, regularmente el consumidor extranjero es bastante informado. Además, hoy en día todos están siempre con el celular que es el portátil más rápido para buscar información al momento de comprar un producto, incluso hasta nosotros los peruanos también verificamos si los productos cuentan con los registros o los estándares voluntarios u obligatorios para poder ser comercializado sobre todo en el mercado mexicano la mayoría está muy posicionado en el tema de tecnología y sobre todo en el tema de frijoles que es tendencia.

6. ¿Conoce las tendencias de consumo de alimentos en el mercado de México? ¿Cuáles son estas?

Tabla 21: Entrevista a especialistas: P.6

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	Debido a la presencia de centros comerciales o centros de gastronomía de comida rápida (Fast food) ellos están consumiendo regularmente productos en conserva o productos industrializados, en el caso de las menestras el frijol y productos enlatados.

Exp 2	Bueno esto si no te podría responder porque no conozco mucho el mercado mexicano, pero en cuanto a frijoles ellos son muy consumidores.
Exp 3	No te sabría decirte el consumo per cápita exacto porque la verdad no lo tengo en estos momentos, pero Latinoamérica de por si es consumidora de productos secos en este caso de menestras y pues México dentro de ellos.
Exp 4	Su tendencia es a consumir productos orgánicos y naturales el 50%, y si hablamos de los envases el 100% de la población consume productos en envases biodegradables. Optan mucho por la Inocuidad alimentaria.
Exp 5	Por supuesto no solo México todo México y centro américa porque no te olvides de que muchos americanos también hay en México y no debes apuntar al mercado mexicano sino al centroamericano que vive en México, la mitad de México al sur es centroamericano y toditos comen frijoles y frijol canario.
Exp 6	Bueno eso sí que no conozco, habría que investigar el perfil del consumidor mexicano.

Fuente: Entrevistado
Elaboración: Propia

Solo algunos de los entrevistados que conocen el mercado respondieron lo siguiente: Debido a la presencia de centros comerciales o centros de gastronomía de comida rápida (Fast food) ellos están consumiendo regularmente productos en conserva o productos industrializados, en el caso de las menestras el frijol y productos enlatados. Latinoamérica de por si es consumidora de productos secos en este caso de menestras y pues México dentro de ellos. Su tendencia es a consumir productos orgánicos y naturales el 50%, y si hablamos de los envases el 100% de la población consume productos en envases biodegradables. Optan mucho por la Inocuidad alimentaria.

7. ¿Qué tipo de envase es el más adecuado para la exportación de menestras al mercado de México?

Tabla 22: Entrevista a especialistas: P.7

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	Dependiendo de la presentación porque si vamos a tratar a cerca de frijoles en fresco son sacos de polipropileno o pueden ser sacos de papel, dependiendo también de la solicitud que requiera el cliente, si estamos hablando de ya procesados estamos hablando entonces de latas de metal.
Exp 2	Bolsas o sacos de polipropileno dependiendo del cliente no, en este caso si es ya es para consumidor final bolsitas apropiado en una cantidad que comúnmente se oferta al mercado al extranjero pero eso va a depender del cliente final.
Exp 3	Si es menestras en grano seco son en sacos de Yute creo o polipropileno, pero Yute también utilizan.
Exp 4	En sacos de polipropileno o en bolsas eso va a depender mucho del cliente.
Exp 5	Mira el envase tiene que ser un envase adecuado en el cual tu pones presentaciones del frejol canario, y te va dar ideas de como exportarlo en un nuevo envase porque incluso si vendes en un envase reciclado mejor todavía, tiene más llegada todavía en la venta.
Exp 6	En sacos de Polipropileno de 50 kilos si es en seco-

Fuente: Entrevistado

Elaboración: Propia

En cuanto al envase todos coincidieron en lo mismo que el envase depende de la presentación porque si se trata de frijoles en fresco son sacos de polipropileno o pueden ser sacos de papel, dependiendo también de la solicitud que requiera el cliente, si estamos hablando de ya procesados estamos hablando entonces de latas de metal. Si es ya es para consumidor final bolsitas apropiado en una cantidad que comúnmente se oferta al mercado al extranjero, pero eso va a depender del cliente final.

8. ¿Qué medio de transporte sería el más adecuado y más rentable? ¿Por qué?

Tabla 23: Entrevista a especialistas: P.8

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	Definitivamente el medio de transporte más adecuado es e marítimo debido a sus tarifas bajas, porque relativamente es una larga distancia hasta México y además que es accesible o flexible para todo tipo de carga incluyendo menestras que es un producto seco.
Exp 2	En este caso el medio de transporte es el marítimo, mayormente son para productos perecibles, más recomendable es enviarlo vía marítima. Además por sus tarifas bajas a comparación del medio de transporte aéreo.
Exp 3	En este caso sería el medio te transporte marítimo porque el medio de transporte sería demasiado lejos. Y el medio de transporte aéreo sería muy caro.
Exp 4	Pues el marítimo porque es más rentable además por la lejanía entre Perú y México.
Exp 5	En este caso es el marítimo.
Exp 6	El marítimo ya que es mas rentable y se adapta para menestras a granel.

Fuente: Entrevistado

Elaboración: Propia

Todos respondieron que definitivamente el medio de transporte más adecuado es el marítimo debido a sus tarifas bajas, porque relativamente es una larga distancia hasta México y además que es accesible o flexible para todo tipo de carga incluyendo menestras que es un producto seco.

9. ¿Qué certificaciones o requisitos internacionales se debe tener para ingresar al mercado de México?

Tabla 24: Entrevista a especialistas: P.9

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	En primer lugar, en cuanto a las certificaciones, el certificado fitosanitario, certificado de origen, también solicitan un certificado de fumigación en el caso de los granos como las menestras, tiene también otras certificaciones, pero depende mucho del cliente que son unos análisis de LMR (Límites Máximos de Residuos de pesticidas) y cada país tiene sus límites eso lo puedes encontrar en la página de SENASA. Posterior a ello las certificaciones son opcionales depende mucho de la solicitud del cliente por ejemplo puedes tener certificaciones como HACCP para ver la planta, el proceso de las menestras o algunos ISO eso básicamente.
Exp 2	Dentro de las certificaciones obligatorias como certificado de origen, certificado fitosanitario certificado por DIGESA, que este producto sea apto para el consumo mundial, que tenga las buenas prácticas de almacenamiento en la empresa, trazabilidad, normas técnicas de etiquetado, normas técnicas de envase y embalaje y las voluntarias son las que te pide el cliente que muchas veces son certificaciones como Fair Trade entre otras.
Exp 3	Certificación internacional si es orgánico bueno certificación orgánica sino lo que necesitas es un certificado de origen para que garantices la nacionalidad del producto, también el certificado fitosanitario que son para productos agro en este caso que son granos de frijol
Exp 4	Certificados como el fitosanitario y el certificado de origen quizá un certificado orgánico y algún otro que te pida tu cliente como puede ser el de comercio justo.
Exp 5	Básicamente el Global Gap, el ISO y certificados que consideren y siempre preguntándole al distribuidor mexicano porque él sabe a quién le va a vender, entonces él sabe que sellos de calidad debe ponerse, por

	eso siempre es bueno consultar con tus distribuidores.
Exp 6	Certificaciones como el fitosanitario, tienes también certificado de origen, también está el Global Gap y algún otro que te pida tu cliente como por ejemplo el de comercio justo.

Fuente: Entrevistado
Elaboración: Propia

Según los especialistas entrevistados estos serían los requisitos o certificaciones para exportar menestras a México, en cuanto a las certificaciones, el certificado fitosanitario, certificado de origen, también solicitan un certificado de fumigación en el caso de los granos como las menestras, tiene también otras certificaciones pero depende mucho del cliente que son unos análisis de LMR (Límites Máximos de Residuos de pesticidas) y cada país tiene sus límites eso lo puedes encontrar en la página de SENASA. Posterior a ello las certificaciones son opcionales depende mucho de la solicitud del cliente por ejemplo puedes tener certificaciones como haccp para ver la planta, el proceso de las menestras o algunos ISO eso básicamente.

También que tenga las buenas prácticas de almacenamiento en la empresa, trazabilidad, normas técnicas de etiquetado, normas técnicas de envase y embalaje y las voluntarias son las que te pide el cliente que muchas veces son certificaciones como Fair Trade entre otras. También mencionaron el Global Gap, el ISO y certificados que consideren y siempre preguntándole al distribuidor mexicano porque él sabe a quién le va a vender, entonces él sabe que sellos de calidad debe ponerse, por eso siempre es bueno consultar con los distribuidores.

10. ¿Conoce usted la modalidad de pago más empleado por los compradores de México?

Tabla 25:Entrevista a especialistas:P.10

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	Regularme es una cobranza contra documentos estos pueden ser bajo los documentos originales o bajo las copias de los mismos, pero se debe hacer una previa verificación de los mismos.
Exp 2	Una de las modalidades de pago que siempre se da según los incoterms con el que se trabaja, que es en términos FOB, pero en comercio exterior se aplican todos los incoterms. FOB son términos que pide la aduana para ver su base estadística, ahora el tema del pago es 50 - 50 y en las entidades bancarias como BCP, scotiabank entre otros.
Exp 3	Bueno ahí sí que no sé, pero siempre es 50 – 50 apalancado por un banco a través de una carta de crédito. Pero para México en cuanto a menestras para México no sabría decirte.
Exp 4	Creo que la carta de crédito ya que es la más utilizada, pero eso también va a depender mucho del acuerdo entre Exportador e Importador.
Exp 5	La carta de crédito.
Exp 6	Lo tradicional en una exportación entre desconocidos o primeras exportaciones es una carta de crédito, luego ya viene el pago contra documentos,

Fuente: **Entrevistado**

Elaboración: Propia

Según las personas entrevistadas mencionaron que no conocían precisamente el medio de pago de los compradores mexicanos que en la mayoría de las exportaciones los pagos son una cobranza contra documentos estos pueden ser bajo los documentos originales o bajo las copias de los mismos, pero se debe hacer una previa verificación de los mismos. También depende mucho de cómo queden entre comprador y vendedor y que muchas veces es es 50 - 50 apalancado por un banco a través de una carta de crédito.es decir 50% antes de enviar la mercancía y el otro 50% después de enviar la mercancía y en las entidades bancarias como BCP, Scotiabank entre otros.

11. ¿Conoce cuáles son los documentos de exportación para menestras a México?

Tabla 26:Entrevista a especialistas:P.11

Nº EXP	RESPUESTA
Exp 1	Básicamente la factura comercial, el parking list, certificado de origen, certificado fitosanitario, la certificación de fumigación y el documento de transporte que en este casi si es vía marítima sería tu Bill Off Lading.
Exp 2	Claro los documentos de exportación que se maneja es la factura comercial, permisos si una mercancía restringida, si es una mercancía restringida en este caso por DIGESA, en otro tipo de documento es el packing list o lista de empaque, DAM (SIGAD) certificado de origen que para México es de 25 a 29, datos del cliente entre otros.
Exp 3	Bueno eso es lo común ejemplo necesitas una factura comercial, tu certificado de origen, tu certificado fitosanitario, tu BL o documento de transporte. Necesitas el packing list de lo que estas enviando, algún tipo de certificación que tu cliente te pide y tu DAM.
Exp 4	Los que siempre se da una exportación como tal tu factura comercial, tu packing list, certificado de origen, el certificado fitosanitario y algún otro que te solicite tu cliente.
Exp 5	Son los mismo que están en las páginas web como en Promperú o siicex, los documentos son los mismos para las exportaciones por ahí uno que otro pero eso va a depender del cliente o el país al que te estas dirigiendo.
Exp 6	Son los mismos para todo tipo de exportación y le agregas las certificaciones necesarias y las solicitadas por tu cliente.

3.1 Discusión de resultados

Los resultados de la investigación evidencia que la empresa Food Export dedicada a la producción y exportación de menestras en grano, constituida en el año 2017, empezó a exportar en el año 2009, acopia 2000 tm de frijol en general que equivale a unos 2000000kg al año; de estas 2000tm de frijol, aproximadamente 69 son de frijol canario que acopia al año, acopia las menestras de la región de la Libertad, de Piura y Lambayeque, es decir del sur, del norte y de la sierra central lo exporta al mercado de Estados Unidos y Panamá ya que desde un inicio hiso negocios con esos países pero esos países lo reexportan a México, lo exporta en sacos de polipropileno en presentaciones de 50kg, 25kg y 100lb, cuenta con una buena infraestructura y un área de almacenaje con todas las condiciones necesarias para productos de exportación, la empresa no cuenta con un plan de marketing establecido, solo tiene una página web y todas las negociaciones son vías correo electrónico, su estructura organizacional está conformada por el gerente, sub gerente en este caso es esta persona quien está a cargo de toda la empresa acá en Chiclayo , este a su también cuenta con una sucursal en la ciudad de Piura, también está el administrador, un contador, un gerente comercial entre otros, sus exportaciones son a través de terceros y también directa con algunos países con los cuales ya tiene una relación de negocios establecida, la empresa financia sus exportaciones con créditos bancarios, estos resultados se contrastan con los resultados de GONZALES A. y VARGAS F. (2016). En su tesis titulada "Plan de Negocios para la Exportación de palta Hass para el mercado de Canadá de la asociación de productores Augusta López Arenas de Pítipo – Ferreñafe 2016" este estudio lo que quiere es llegar a exportar palta de una asociación y nos menciona su capacidad de producción tiene la asociación que son 8 productores de palta Hass con un total de 43.3 hectáreas. El límite de la venta de la producción era solo a intermediarios, eso mismo hace la empresa Food Export exporta a través de intermediaros ya que con algunos países no tiene un comprador fijo. En cuanto a la organización empresarial la Asociación carece de profesionales para llevar una buena gestión y administración. Con la empresa con la que está trabajando está trabajando sucede todo lo contrario ya que es una empresa constituida hace algunos años por lo que tiene una buena gestión administrativa.

Se determinó que el comportamiento de los consumidores de México ha ido cambiando con el paso de los años según la evolución del país ya que este cada vez se vuelve más rico, los consumidores mexicanos buscan productos de calidad y sobre todo que le ahorre tiempo al momento de prepararlos ya que cada vez están más ocupados. Prefieren comodidad y productos de calidad más que el precio, es decir que si el producto es de calidad no les importa si esta caro además que son muy fieles a sus marcas es decir si tienen una marca de productos la cual les hace sentir cómodos siempre van a comprar de ese los productos de esa marca. Así mencionó el Portal Santander Trade (2018) estos resultados se contrastan con los resultados de Córdoba L. y Álvares M. (2015). En su tesis titulada "Plan de exportación para la comercialización de café de habas al mercado alemán". En esta investigación también se determinó que había una alta demanda de productos orgánicos y según encuestas, se determinó que un gran segmento de la población en Alemania está enfocado en la calidad más que en el precio, razón por la que fue elegido como el país meta para desarrollar el plan de exportación.

Se evidenció que Lambayeque es una de las principales regiones del Perú con mayor producción de frijoles, cuenta con oferta exportable de frijol canario para realizar un plan de negocios pero que se debe dar más prioridad a estos productos ya que son productos saludables, que se debe hacer más promoción como a otros productos para que sean más conocidos, además que en Lambayeque hay varias empresas que se dedican a exportar frijoles tanto en grano como en enlatados. Estos resultados guardan contraste con Sánchez A. (2014) En su tesis titulada "Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania" en la que menciona que Veracruz es uno de los estados con mayor producción de café en la República, mexicana, donde su zona cafetalera distingue 10 regiones, las cuales son Atzalan, Misantla, Coatepec, Córdoba, Los Tuxtlas, Tezonapa, Zongolica, Huatusco, Papantla, y Chicontepec. La región a investigar es Coatepec. El municipio de Coatepec se destaca por ser una zona productora y comercializadora de café, que logra reunir condiciones de altura, ya que está ubicado a 1,250 metros sobre el nivel del mar.

Según los resultados se determinó que México es un mercado idóneo para exportar frijol Canario ya que dentro de las tendencias de consumo de mercado, las menestras (Frijoles) está en aumento, además forma parte de su gastronomía o cultura gastronómica, además es un mercado potencial para este tipo de productos además que son muy consumidores de este producto uno por sus propiedades, por sus beneficios porque como sabemos son las primeras fuentes que recurrimos para poder sobre todo tener buena salud, también porque es el principal país importador de frijoles dentro de ellos el frijol canario Estos resultados se contrastan con los de FERNÁNDEZ L. y ESPINOZA M. (2017). En su tesis titulada "Plan de negocio para la exportación de uva Red Globe al mercado chino, 2017, La misma que concluyó que, el proyecto es viable, ya que está dirigido a uno de los principales mercados importadores de uva Red Globe, que es China. Tiene un gran crecimiento de demanda de uva que se observa anualmente, siendo el Perú el quinto país más importante en exportar hacia China debido a su calidad. Además, El mercado de China es un mercado potencial ya que podemos exportar mayores cantidades debido al consumo creciente de fruta por parte de su población. Para el año 2016 tuve un valor de importaciones de Uva de 600 millones de dólares a nivel mundial, siendo el Perú uno de los más importantes proveedores para China con una cantidad de 128 millones de dólares en valor FOB. Desde que China decidió realizar un Tratado de Libre Comercio con Perú, las oportunidades para la uva RED GLOBE ha aumentado positivamente. Estos resultados también guardan contraste con los resultados de Fernández, H. (2016) "Estrategias de internacionalización para la comercialización del producto pallar baby hacia el mercado estadounidense a través de la empresa Agronegocios Sicán SAC en el periodo 2016" en la que concluyo que la investigación demuestra de manera indiscutible que el mercado estadounidense es un punto de comercialización adecuado para la venta de este producto, puesto que dicho país ocupa el primer lugar en el ranking de países importadores de pallar baby, además el perfil del consumidor estadounidense es apropiado para este producto, ya que existe un público preocupado por su bienestar físico, y que de alguna manera optarán por productos saludables, siendo este caso un tipo de menestra, que nutre y que los mantendrá en buen estado físico.

3.2 Aporte Práctico

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO A MÉXICO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE S.A.C, CHICLAYO 2018 – 2021

I. El plan Estratégico y Plan Organizacional

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios, tiene como objetivo determinar la viabilidad y rentabilidad de la exportación de frijol canario al mercado de México de la empresa Food Export Norte S.A.C, la empresa constituida desde los años 80 dedicada al acopio, comercialización local y exportación de una variedad de legumbres o menestras en la cual es parte el frijol canario, cuenta con una buena oferta exportable ya que cuenta con la capacidad necesaria de exportar la cantidad de menestras que se le solicite, cuenta con una buena infraestructura y la maquinaria necesaria para el proceso de limpieza y selección de las menestras para brindar un producto de calidad.

El frijol canario conocido también como frijol blanco o frijol peruano es un grano seco forma elíptica o ligeramente arriñonada de color amarillo azufrado o desteñido, de suave textura y sabor agradable, rico en proteínas, carbohidratos, minerales y vitaminas. Se produce en la región costa norte y sur del Perú. El mercado objetivo al que se quiere exportar es México, a través de un distribuidor que es la empresa Invagro Santa Fe ubicada en la ciudad de Guanajuato dedicada al acopio e importación de menestras, el frijol canario que se quiere exportar cuenta con todos los requisitos necesarios como certificado de origen, certificado fitosanitario y certificado de fumigación, se enviará a través del medio de transporte marítimo ya que será más rentable, se exportará desde Paita al puerto de Veracruz en México. La cantidad a exportar es de un contendor standard de 20', la cantidad es de 23000kg en 460 sacos de 50kg cada uno en el año 2019, luego se irá incrementado la cantidad a exportar el producto se enviará con marca blanca a nuestro distribuidor quien se encargará de llevarlo hasta el consumidor final.

La rentabilidad del proyecto es buena: en los tres años 2019 – 2021, la tasa interna de retorno económica es del 24% anual, superior a la tasa de interés que es del 10% Por lo

tanto el proyecto es económicamente factible, con un Valor Actual Neto de S/. 31,227.83 por año. Con una proyección de ventas del 6% por año.

1.1. Descripción de la empresa

Empresa familiar ubicada en la ciudad de Chiclayo, especializada en el acopio y comercialización de legumbres y frijoles desde los años 80 y desde el año 2000 brinda el servicio de procesamiento de estas de la mejor calidad para exportación, en el año 2004 iniciarona exportar a la Republica Dominicana y Panamá con el transcurrir de los años siguen siguen ofertando a más países como Estados Unidos, Canada, Europa entre otros.

Cuenta con una moderna planta equipada con la mejor maquinaria disponible Agrobeans SRL. En la ciudad de Chiclayo, lo cual los convirtió rápidamente en una empresa líder del norte del Perú en empaque y distribución de legumbres en el Perú, por lo que decideron abrir una nueva planta Agrowaquir del Chira EIRL. En la ciudad de Piura, atendiendo así a las principales empresas exportadoras a nivel nacional.

Debido al buen manejo en el proceso de legumbres para exportación y contando ya con una vasta experiencia en el rubro decidieron ampliar su actividad de manera conjunta y globalizada por lo cual empezaron a exportar en el año 2003. Desde ya el compromiso con la calidad y entrega puntual de los productos que ofertan a los clientes en diferentes países.

1.2. Datos de la Empresa

Tabla 27: Datos de la Empresa

Número de RUC	**20480274157 - FOOD EXPORT NORTE SAC**
Tipo Contribuyente	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Nombre Comercial:	FOOD EXPORT NORTE SAC
Fecha de Inscripción	16/11/2007
Estado del Contribuyente:	ACTIVO
Condición del Contribuyente:	HABIDO
Dirección del Domicilio Fiscal	CAL.AREQUIPA NORTE NRO. 254 INT. 02 URB. LABAYEQUE - CHICLYO - CLICLAYO
Sistema de Contabilidad	MANUAL/COMPUTARIZADO
Emisor electrónico desde	16/02/2018
Comprobantes Electrónicos	FACTURA (desde 16/02/2018), BOLETA (desde 12/05/2018)
Fecha de Inicio de idades:	1/11/2007
Actividad de Comercio ior:	EXPORTADOR
Número de RUC	20480274157 - FOOD EXPORT NORTE SAC

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

1.2.1. Análisis del Potencial Exportador

La empresa cuenta con potencial exportador en:

Calidad:

Producto 100% de calidad ya que cuenta con todas las certificaciones correspondientes como certificado fitosanitario, certificado de fumigación entre otros que lo hacen líder en el procesamiento y empacado de menestras de calidad, además cuenta con la maquinaria necesaria para el proceso de selección. Selección 100% Maquina y Manual, con 3% máximo de defectos.

Presentación:

El producto es presentado en sacos de polipropileno debidamente etiquetado, en diferentes presentaciones como sacos de 50kg, 25kg, 15kg, 100lb y a veces sacos de 1000kg según su cliente lo solicite.

Innovación:

Cada cierto tiempo ir renovando su maquinaria para seguir ofreciendo productos de calidad.

Producción:

La empresa tiene una capacidad de acopio de 63tm por año sus proveedores son asociaciones de productos agrícolas de los valles de Jequetepeque, Chancay – Lambayeque y del Chira, exporta por año unas 23toneladas lo resto es para el mercado nacional lo que hace que tenga buena oferta exportable, sus exportaciones están dirigidas el mercado de estados Unidos y Panamá.

Página web:

Cuenta con una plataforma virtual dónde da a conocer a lo que se dedica la empresa, su reseña histórica y la variedad de productos con los que cuenta.

Tabla 28: Análisis del potencial exportador

Características	Cumple	En proceso	No Cumple
Calidad	✓		
Presentación	✓		
Innovación	✓		
Producción	✓		
Página Web	✓		

Elaboración: Propia

Además de contar con buen potencial exportador también cuenta con la oportunidad de poder exportar.

El mercado seleccionado para exportar es México ya que es uno de los principales países importadores frijol canario, México además es uno de los principales países consumidores y el cuarto en la producción de estos, de frijol canario, pero no son los principales países productores de este tipo de frijol, por eso se ha elegido este país para que la empresa Food Export Norte SAC exporte su producto.

Además, desde que se firmó el TLCAN entre Estados Unidos y México este se volvió dependiente de EEUU hasta en los frijoles, La semilla se consume y se produce

cada vez menos en el país y a partir de la firma del TLCAN la situación empeoró, al grado de que hoy, Estados Unidos provee del alimento a México.

El informe Frijol 2016 de los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SCHP) y el Banco de México (Banxico) reveló que en 2015 la producción disminuyó un 23.9 por ciento, respecto al año 2014, con lo que llegó a las 969 mil 100 toneladas.

Frejoles peruanos tienen potencial para ser exportados a México

Según Eroito Reátegui, presidente ejecutivo de Sisa Importa, los frejoles peruanos tienen una oportunidad en México, especialmente entre junio y diciembre cuando los cultivos en ese país se reducen. Reátegui expreso esto, durante su participación en el seminario internacional de la asociatividad "Frejoles y otros cultivos en el Perú: Nuevas oportunidades de negocio", organizado por Sierra Exportadora.

Señaló que el maíz (usado en las tortillas) y el frejol son base de la alimentación mexicana y que el material genético de esa menestra es del Perú, por lo que solo se trata de llevarlo y aprovechar la demanda. "En México se consume frejol blanco (canario) y otras variedades más; también lo exporta, principalmente a EE.UU. (70% del total) debido a la existencia de la comunidad latina", dijo.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego, (2017) dijo que el potencial que tiene perú para el desarrollo de la oferta exportable de menestras se relaciona con:

- Grandes oportunidades con distintos mercados internacionales como de América Latina, Europa y el Asia tanto para menestras en grano como para procesados.
- La disponibilidad de una superficie terrestre, sobre todo en la costa norte y costa central.
- El aprovechamiento de terrenos de cultivos tradicionales tales: como algodón, arroz, caña de azúcar, si se desarrolla un cultivo de menestras entre campaña y campaña.
- El cortó período vegetariano de las menestras.
- Adaptabilidad a diferentes suelos.
- Posibilidades de procesamientos. Es importante notar el aumento de frijoles preparados en conserva, producto destinado fundamentalmente al mercado de Estados Unidos.

1.2.2. Plan Estratégico

Visión

Ser una empresa líder, innovadora y promotora del desarrollo de productos, que abran nuevos mercados y que brinden los beneficios de nuestros clientes, cumpliendo con los más altos estándares de organización, calidad y ética para obtener su posicionamiento de acuerdo a las exigencias de los mercados globalizados.

Misión

Ofrecer productos agroindustriales inocuos y de óptima calidad sometiéndolos a un proceso tecnificado de selección y garantizando la entrega puntual a nuestros clientes e innovando nuevos productos con normas técnicas ya establecidas otorgando a nuestros clientes el más alto grado de satisfacción.

Valores

Honestidad

Cumplir en los plazos establecidos en la entrega de las menestras a los clientes, logrando así la confiabilidad de los mismos.

Calidad

Estamos comprometidos a mejorar continuamente todas nuestras actividades, buscando siempre ofrecer un producto de calidad para satisfacer a nuestros clientes.

Eficiencia

Somos prudentes en el uso de los recursos, manteniendo un uso óptimo de los mismos para lograr los objetivos trazados.

Eficacia

Ofrecemos un buen producto realizando un trabajo organizado en el menor tiempo posible para satisfacción del cliente.

Trabajo en equipo

Trabajamos en conjunto para ofrecer un producto de calidad, logrando de esta manera los objetivos establecidos por la empresa.

Objetivos

- Ofrecer un producto de calidad e inocuo que cumpla con los requisitos o estándares de calidad requeridos por el cliente.
- Incrementar los volúmenes de acopio para así poder abastecer la demanda actual en el mercado de destino.

Estrategias

Estrategias Genéricas

Estrategia de liderazgo en costos:

Ingresar al mercado de México con un precio de acorde al precio promedio de la oferta que ya existe, pero siempre viendo el beneficio para ambas partes, ya que lo que se quiere lograr es el beneficio económico para la empresa, pero siempre ofreciendo al consumidor un producto de calidad a un precio justo

Estrategia de diferenciación:

Ofrecer un producto saludable, nutritivo que cumpla con los estándares y requisitos de calidad, ya que las menestras por sí solas ya son saludables, con propiedades nutritivas, que cumpla con las características exigidas por el cliente de México.

Estrategia de enfoque en costos:

Mejora en los procesos de producción, que permitan una reducción en los costos, optimizando el trabajo de la maquinaria o adquirir una máquina multifuncional donde necesite de algún operario, reduciendo costos de producción.

Estrategia de enfoque en diferenciación

Productos de calidad, debidamente seleccionados y empacados en sacos especialmente para menestras en este caso los de polipropileno, debidamente etiquetados para diferenciarse de los demás.

Estrategia de mercado

Presentación del producto de acuerdo a las necesidades y gustos del consumidor, a través de un análisis general del mercado, que cuente con las certificaciones solicitadas por el cliente.

Estrategias para aumentar la capacidad de acopio

- Búsqueda de más proveedores.
- Financiamiento a productores o asociaciones para que produzcan más materia prima.
- Producción propia, es decir sembrar las menestras.

1.3.Matriz Resumen De Fortalezas Y Debilidades

Tabla 29: Matriz Resumen De Fortalezas Y Debilidades

Fortalezas:	Oportunidades:
Variedad de productos Buena infraestructura interna Buena imagen entre los consumidores. Flexibilidad organizativa.	Abrir Nuevos Mercados Atender a grupos adicionales de clientes. Posicionamiento rápido en el mercado Abrir nuevas empresas a nivel nacional como internacional
Debilidades:	**Amenazas**
Infraestructura Externa	Cambio Climático Competencia Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores

Fuente: Food Export

Elaboración: Propia

1.4. Plan Organizacional

Estructura de Personal

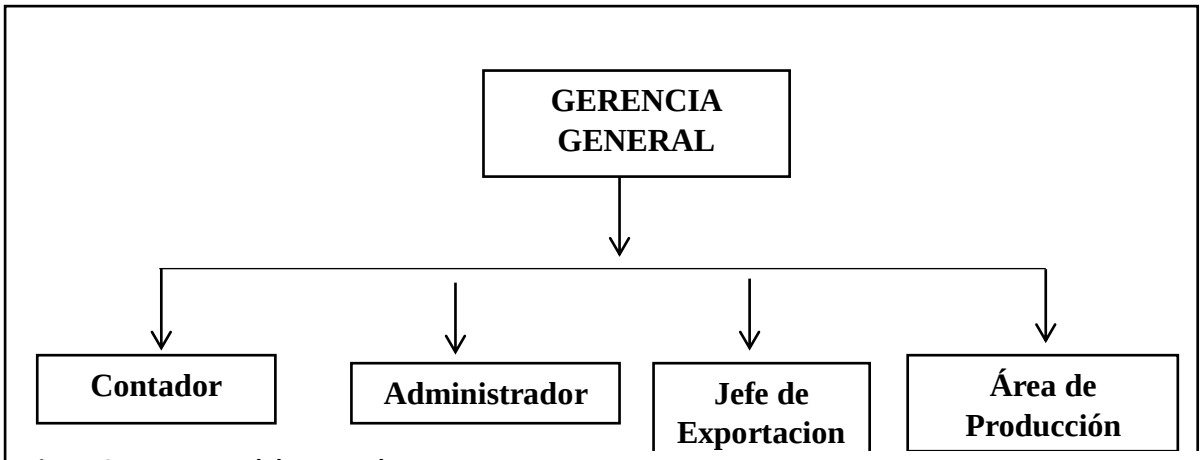


Figura 8: Estructura del Personal

1.4.1. Plan de Recursos Humanos

Gerencia General

Es la persona que se encarga de dirigir a la junta directiva, es el representante legal de la empresa, es el pilar fundamental para el funcionamiento de la empresa ya que guía a todos los demás para lograr los objetivos trazados, además de supervisar que todo este marchando como se indicó.

Funciones:

- Planeación de los objetivos, metas y estrategias de la empresa. Organizar y designar las actividades y los recursos a las áreas y al personal.
- Buscar oportunidades que permitan abarcar más espacio en el mercado donde se encuentra la organización, con el propósito de atender más la demanda y mejorar los niveles de rentabilidad
- Control de las actividades, y supervisión del cumplimiento de los objetivos trazados.

Administración

Un administrador es aquella persona encargada de llevar a niveles óptimos los recursos existentes dentro de la organización. Sus funciones se basan en la Planeación, Organización, Dirección y control de las labores dentro de la empresa, manejando de manera eficaz, los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos de la misma.

Funciones:

- Firmar documentos oficiales.
- Convocar y reunirse con personas para mantenerse comunicación.
- Proponer el plan anual de adquisición de bienes, materiales y servicios de la empresa.
- Ejercer autoridad funcional en todas las unidades operativas de la empresa. Proponer un plan de gestión financiera.
- Supervisar la administración de los bienes patrimoniales.
- Asistir a reuniones de asociaciones profesionales o comerciales.

Contabilidad

Encargado de registrar los diversos estados económicos de una empresa. Esta actividad implica tomar nota de la adquisición de derechos, obligaciones, bienes entre otros.

Funciones:

- Desarrollar, plantear y establecer los sistemas y procedimientos contables de la sociedad.
- Elaborar las estrategias contables que requiere la sociedad. Registrar e inspeccionar el uso contable de los recursos y patrimonio de la sociedad.
- Elaborar los estados financieros de la sociedad y realizar el análisis correspondiente.
- Elaborar los presupuestos de la sociedad.

Área de producción

Es el área dedicada a la investigación con la participación a generar el valor agregado mediante la planificación, organización, ejecución y control de los recursos de la producción para bienes y servicios; de esta forma desarrollar la calidad y mejorar la satisfacción de los clientes. Es responsable de la producción de todas las empresas.

Funciones:

- Verifica la producción del producto procesado hasta su almacenamiento para su comercialización.
- Recibe y almacena el frijol y otros insumos utilizados en el proceso. Verificar con anticipación el abastecimiento de materia prima y de los insumos que se utilizan en este proceso.
- Esta encargada del mantenimiento de las máquinas y equipos de la planta que participa en el proceso.
- Se prepara lo necesario para abastecer la demanda de la producción estimada junto con la adecuada adquisición de materia prima.
- Entregar el producto terminado a los medios de transporte para su distribución final.

II. Análisis del Producto en el Mercado Objetivo y Plan de Marketing

2.1. Análisis del Producto

2.1.1. Ficha técnica frijol canario

Nombre comercial: Frijol o Frejol Canario, blanco o peruano

Nombre científico: Phaseolus vulgaris

Tabla 30: Ficha Técnica.

DESCRIPCIÓN	Es un grano de forma elíptica o ligeramente arriñonada de color amarillo azufrado o desteñido, de suave textura y sabor agradable, rico en proteínas, carbohidratos, minerales y vitaminas. Se produce en la región costa norte y sur del Perú.
PRESENTACIÓN	Grano seco.
ZONAS DE PRODUCCIÓN	Lambayeque, La Libertad, Lima, Ica y Arequipa.
USOS Y APLICACIONES	Información nutricional: Comestible - 100% Energía - 90 Kcal. Carbohidratos - 15 gr. Grasas - 40 gr. Proteínas - 60 gr.
MEDIDAS	Calibre 220/230 granos en 100 g
CERTIFICACIÓN	Certificado de Origen Certificado Fitosanitario Certificado de Fumigación Otros (que te los pide el cliente)

PRINCIPALES MERCADOS	**Estados Unidos**
	Chile
	Japón
	Italia
	España
	Canadá

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC

Temporada Alta	
Temporada Baja	

Fuente: Frijol Canario Perú

Elaboración: Propia

2.2. Partida Arancelaria

PARTIDA	DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA
2005510000	FRIJOLES DESVAINADOS, PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN CONGELAR
0713399900	LOS DEMAS FRIJOLES
0713339200	FRIJOL CANARIO EXCEPTO PARA SIEMBRA
0713339900	DEMAS FRIJOL COMUN EXCEPTO PARA SIEMBRA
0713319000	FRIJOLES DE LAS ESPEC.VIGNA MUNGO(L)HEPPER O VIGNA RADIATA(L)WILCZEK,EXCEP.P`LA SIEMB

Figura 9: Partida Arancelaria Frijol

Fuente: Siicex

Elaboración: Siicex

2.3. Selección del Mercado Objetivo

Para tomar la decisión del mercado al que nuestro producto estará dirigido tendremos en cuenta los siguientes factores, ver tabla

Tabla 31: Indicadores Para el Mercado Objetivo y su respectiva ponderación %

INDICADORES	%
PBI	14
Ingreso Per cápita	8
Crecimiento del PBI	8
Inflación	10
Población	5
PEA	5
Balanza Comercial	10
Riesgo País	10
Valor Importado 2017	20
Variación de las Importaciones	10
TOTAL	**100**

Fuente: *Coface, CIA y Banco Mundial.*

Elaboración: *Propia*

De acuerdo a la investigación realizada con nuestra partida en Trade Map los principales mercados de importación de frijol canario a nivel mundial son: México, Italia, Brasil, Reino Unido y la India. La información recolectada es la siguiente:

Tabla 32: Información de los principales países importadores.

INDICADORES	MEXICO	ITALIA	BRASIL	REINO UNIDO	INDIA
PBI	$ 2.463 billones	$ 2.317 trillones	$ 3.248 trillones	$ 2.925 trillones	$ 9,474 trillones
PBI Perca pita	$ 19,900	$ 38,200	$ 15,600	$ 44,300	$ 7,200
Crecimiento del PBI	2,5 %	1.30%	1%	1.20%	7.3%
Inflación	2%	1.2%	2.90%	2.50%	5.3%
Población	129.163.276 millones	62, 246,674 millones.	208.846,892 millones	651.052.46 Millones	1 299,8 billones

PEA	53.8 millones	25.458.955 millones	104.278.222 millones	33.870. 286 millones	520.194.130
Balanza Comercial	-1,97% del PBI	2,75% del PIB	2,93% del PBI	-7,67% del valor FOB	-5,78% del PBI
Riesgo País	A4	A2	A4	A3	A2
Valor Importado 2017	$133.681	$132.112	$99.839	$97.259	$89.656
Variación de las importaciones	6,6	8,6	13,6	5,2	5,4

Fuente: *Coface, CIA y Banco Mundial.*
Elaboración: *Propia*

Tabla 33: Puntuación indicador

VALOR	PUNTAJE
Muy bueno	5
Bueno	4
Regular	3
Malo	2
Muy malo	1

Según la información encontrada de cada país, realizamos la ponderación de factores de acuerdo a la importancia y a la relevancia que tiene cada factor en nuestra idea de negocio. (5 = muy bueno, 4 = bueno, 3 = regular, 2 = malo, 1 = muy malo), ver tabla 33

Tabla 34: Ponderación de mercados de acuerdo a cada factor

INDICADORES	MEXICO	ITALIA	BRASIL	REINO UNIDO	INDIA
PBI	4	4	4	4	5
Ingreso Per cápita	5	4	3	5	3
Crecimiento del PBI	4	4	3	4	5
Inflación	4	4	4	4	3
Población	4	3	4	4	5
PEA	4	4	4	4	5
Balanza Comercial	4	4	4	3	3
Riesgo País	3	4	3	4	4
Valor Importado 2017	4	4	4	3	4
Variación de las Importaciones	4	5	4	4	4

Tabla 35: Puntuación de cada país de acuerdo a los factores

INDICADORES	MEXICO	ITALIA	BRASIL	REINO UNIDO	INDIA
PBI	0.56	0.56	0.56	0.56	0.7
PBI Precipita	0.4	0.32	0.24	0.4	0.24
Crecimiento del PBI	0.32	0.32	0.24	0.32	0.4
Inflación	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3
Población	0.2	0.15	0.2	0.2	0.25
PEA	0.2	0.2	0.2	0.2	0.25
Balanza Comercial	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3
Riesgo País	0.3	0.4	0.3	0.4	0.4
Valor Importado 2017	0.8	0.8	0.8	0.6	0.8
Variación de las Importaciones	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4
TOTAL	**4.08**	4.05	3.74	3.78	4.04

Elaboración: *Propia*

Realizamos la puntuación de cada país de acuerdo a los factores, haciendo una división entre la información de las tablas 32 y 33

Luego de analizar la matriz de evaluación de mercado y el total de ponderación de cada país muestra el resultado como primer lugar a México siendo el mercado objetivo de esta investigación. Este país está dentro de los principales consumidores de frijol canario.

2.4. Mercado Objetivo

2.4.1. Datos Generales:

Tabla 36: Datos Generales

Nombre oficial	Estados Unidos Mexicanos
Capital	Ciudad de México
Población	129.163.276 millones
Lengua Oficial	Español
Moneda oficial	Peso mexicano
Forma de estado	República federal basada en una democracia presidencial.
Idioma(s) de negocios:	Español e inglés

Fuente: Santander Trade Portal 2018

Elaboración: Propia

Tabla 37: Indicadores del país objetivo

INDICADORES	2015	2016	2017	2018 (f)
El crecimiento del PIB (%)	3.3	2.9	2.0	2.0
Inflación (media anual, %)	2.7	2.8	6.0	4.4
Saldo presupuestario (% PIB)	-3.4	-2.5	-1.1	-2.4
Saldo en cuenta corriente (% PIB)	-2.5	-2.1	-1.6	-1.0
Deuda pública (% PIB)	52.9	56.8	54.2	53.5

(f): pronóstico

Fuente: Coface

Elaboración: Propia

Tabla 38: Indicadores de Crecimiento

INDICADORES DE CRECIMIENTO	2015	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)
PIB (miles de millones de USD)	1.152,27	1.046,93	1.142,45e	1.249,97	1.321,34
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,7	2,3	2,1e	1,9	2,3
PIB per cápita (USD)	9.522	8.562e	9.249e	10.021	10.493
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-4,5	-4,1	-2,8e	-2,3	-2,4
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	53,7	58,4	53,3e	52,4	52,4
Tasa de inflación (%)	2,7	2,8	5,9e	3,8	3,1
Tasa de paro (% de la población activa)	4,4	3,9	3,6	3,7	3,6
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,5	-2,2	-1,7e	-2,0	-2,4

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2017

Contexto económico

México se encuentra entre las 15 economías más grandes del mundo y es la segunda economía más grande de América Latina. Sin embargo, el país es muy dependiente de los Estados Unidos, su principal socio comercial y destino de 80% de sus exportaciones. En 2017, el crecimiento fue moderado (+2,1%, en comparación con +2,3% en 2016, FMI), e incluso se contrajo en el tercer trimestre, sobre todo debido a los dos sismos que afectaron a la ciudad de México en septiembre. La demanda interna fue el principal impulso del crecimiento mexicano. En 2018, las elecciones

presidenciales y las negociaciones en curso para el TLCAN podrían afectar la inversión. El FMI prevé un crecimiento del PIB de 1,9% en 2018. La producción de petróleo representa un tercio de los ingresos del gobierno. El déficit presupuestario se ha reducido en los últimos tres años, y se calcula que representó 1,5% del PIB en 2017. La inflación se ha desacelerado desde el cuatro trimestre de 2017, con una cifra de 5,5% en enero de 2018. Santander Trade Portal (2018)

Principales sectores económicos

La agricultura representa más de 3,8% del PIB y emplea a más de 13% de la población activa. Sin embargo, la falta de crédito sigue dañando a este sector. México se encuentra entre los mayores productores de café, azúcar, maíz, naranja, aguacate y lima a nivel mundial. También es el quinto productor más importante de cerveza y el segundo exportador a nivel mundial. El país se encuentra entre los principales productores de minerales del mundo, incluyendo plata, fluorita, zinc y mercurio. Asimismo, sus reservas de gas y petróleo constituyen uno de sus bienes más preciados. México es el quinto productor de petróleo en el mundo mientras que la compañía petrolera PEMEX es la segunda empresa más poderosa en América Latina según el ránking Latin500. La ganadería y la pesca también son actividades económicas importantes en el sector alimentario. Santander Trade Portal (2018)

La industria aeroespacial ha crecido mucho, gracias al desarrollo de un núcleo en Querétaro, y la presencia de casi 190 compañías, incluyendo a Bombardier, Goodrich, el grupo Safran y Honeywell; juntas emplea a 30.000 personas. México también es uno de los diez productores automovilísticos más importantes en el mundo. Gracias a inversiones inmobiliarias, el sector de la construcción tiene un gran dinamismo. La industria emplea a 25% de la fuerza laboral y representa casi un tercio del PIB. Santander Trade Portal (2018)

El sector de servicios aporta más de 60% del PIB y emplea el mismo porcentaje de la población activa. Los sectores de la tecnología de punta, las informaciones y la programación informática están recibiendo un gran impulso, estimulados por la calidad de la fuerza laboral, los núcleos de desarrollo y los bajos costos operativos, que favorecen la creación de call centers. Santander Trade Portal (2018)

El marco político

Forma de gobierno: México, cuyo nombre oficial es Estados Unidos Mexicanos. Es una república federal basada en una democracia presidencial. (Santander Trade Portal, 2018)

El poder ejecutivo: Por mandato constitucional, el poder Ejecutivo de México reside en el presidente de los Estados Unidos Mexicanos. El presidente es simultáneamente Jefe de Estado y Jefe de Gobierno. Asimismo, es el Comandante Supremo de las Fuerzas Armadas. El presidente es elegido por sufragio efectivo y no existe la posibilidad de que sea reelegido. El período gubernamental es de 6 años. Santander Trade Portal (2018)

El poder legislativo: El poder legislativo mexicano está en las manos del Congreso de la Unión, el cual se divide en dos cámaras: la Cámara de Diputados y el Senado de la República. La Cámara de Diputados tiene 500 diputados, de los cuales 300 son elegidos a través de voto popular y 200 son elegidos mediante representación proporcional. El Senado de la República elige sus miembros a través de representación proporcional, eligiendo a 32 de sus 96 miembros cada dos años. Santander Trade Portal (2018)

Tabla 39: Entidades que regulan el ingreso de Alimentos frescos a MÉXICO

Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria de **México (SENASICA)**	Responsable de regular, administrar y fomentar las actividades de sanidad, inocuidad y calidad agroalimentaria, reduciendo los riesgos inherentes en materia agrícola, pecuaria, acuícola y pesquera, en beneficio de los productores, consumidores e industria.
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural,Pesca y Alimentación **(SAGARPA).**	Responsable de establecer las medidas de sanidad animal para evitar la introducción de plagas y enfermedades que afectan a la salud animal. Tiene la autoridad legal para apoyar el bienestar de los animales, regular los productos tales como alimentos y productos farmacéuticos consumidos o utilizados por el ganado, y establecer las mejores prácticas en la producción ganadera, masacre, y las instalaciones de procesamiento de carne
Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios **(COFEPRIS).**	Organismo regulador encargado de control y vigilancia de los alimentos y bebidas, suplementos alimenticios, tabaco, nutrientes vegetales, sustancias tóxicas o peligrosas, productos de la biotecnología, y pesticidas, entre otros.
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales **(SEMARNAT)**	Responsable de incorporar en los diferentes ámbitos de la sociedad y de la función pública, criterios e instrumentos que aseguren la óptima protección, conservación y aprovechamiento de los recursos naturales del país, conformando así una política ambiental integral e incluyente que permita alcanzar el desarrollo sustentable.

Fuente: Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México, (2016)

Elaboración: Propia

Tabla 40: Sellos de certificación en México

Orgánico SAGARPA México: Garantiza que la producción se realizó libre de productos químicos y bajo procesos 100 por ciento naturales	
Certificación Tipo Inspección Federal (TIF): Se otorga a los productores de alimentos de origen animal que cumplieron con las normas de calidad e inocuidad sanitaria. Quienes cuentan con su respaldo, son los únicos elegibles para la exportación de alimentos de origen animal.	
México Calidad Suprema: Avala a las empresas certificadas que ofrezcan productos agroalimentarios con los más altos estándares de calidad e inocuidad a nivel nacional e internacional.	
Certificación de buenas prácticas pecuarias: Lo obtienen productos mexicanos elaborados mediante buenas prácticas; favorece el posicionamiento de la marca y producto, tanto en el mercado nacional como en el internacional, de acuerdo a las exigencias de los mismos.	
Certificación Halal: Dicha certificación brinda seguridad a los compradores de que todo el proceso, desde la producción o sacrificio hasta el empaquetado y almacenaje del mismo, cumple con los requisitos establecidos.	

Fuente: *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación*

Elaboración: *Propia*

2.4.2. Exigencias del Producto.

Certficado Fitosanitario:

Es un documento oficial emitido por el SENASA, este certifica que las plantas y productos vegetales han sido inspeccionados acorde con procedimientos apropiados y son considerados libres de plagas cuarentenarias y prácticamente libres de otras plagas perjudiciales, teniendo en cuenta la actual regulación fitosanitaria del país importador.

Según la de Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México, (2016) nos dice que para el ingreso de alimentos al Mercado de México estos deben contar con requisitos sanitarios y fitosanitarios:

- **Requisitos sanitarios y fitosanitarios**

México establece para productos frescos certificado fitosanitario emitido por la autoridad competente en el país de origen e inspección en el punto de entrada al país.

Genéricamente, se les denomina fitosanitarias cuando se refieren a productos que provienen del reino vegetal, y zoosanitarias cuando son aplicables a mercancías provenientes del reino animal.8 Estas regulaciones forman parte de las medidas que la mayoría de países han establecido a fin de proteger la vida y la salud humana, animal y vegetal, frente a riesgos como:

- La introducción y propagación de plagas y enfermedades en animales y plantas

La presencia, en alimentos y forrajes, de aditivos contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades en su territorio. En México, las regulaciones sanitarias que podrán ser aplicadas a ciertos productos destinados a la exportación, incumben a:

- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) a través del SENASICA.
- Secretaría de Salud (SS).
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).
- En el caso de los granos y semillas por ejemplo para el ingreso de granos de cacao se requiere que todo embarque se fumigue en el punto de ingreso antes de la inspección con fosfuros de aluminio, fosfuro de magnesio o fosfuro de hidrógeno; solo en el caso que el grano sea orgánico no se requiere la fumigación al ingreso, pero deberá presentar un certificado de producto orgánico emitido por un organismo reconocido internacionalmente

- **Certificado de Origen**

Documento que tiene por finalidad acreditar y garantizar el origen de las mercancías exportadas, de tal manera que permitan beneficiarse de las preferencias o reducciones arancelarias que otorgan los países en el marco de los tratados de Libre comercio o regímenes preferenciales.

- **Normas de origen**

Según la Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México, (2016) nos dice lo siguiente acerca del certifcado de origen:

A fin de identificar el país de origen de las mercancías que se importan, los países importadores emiten reglas de marcado de país de origen. Estas reglas se traducen en la utilización de marcas físicas que deben ostentar las mercancías en el momento de su importación, tales como marbetes, etiquetas, etc., mismas que deberán estar claramente visibles, legibles e indicar el país de origen. Además de los requisitos de marcas indicadoras del país de origen, otros organismos exigen etiquetas o marcas especiales para determinados productos.

- **Certificación HACCP**

El cliente de México pide la certificación HACCP - Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, o HACCP por sus siglas en inglés, es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, de forma lógica y objetiva, es decir es de aplicación en la industria alimentaria, suele también aplicarse en algunas industrias como: la farmacéutica, cosmética y en todo tipo de industrias que fabriquen materiales que pueden estar en contacto con los alimentos. En éste se identifican se evalúan y previenen todos los riesgos de contaminación de los productos a nivel físico, químico y biológico a lo largo de todos los procesos de la cadena de suministro, estableciendo medidas preventivas y correctivas para su control.

- **Requisitos para envases y embalajes**

Los envases y los embalajes tienen como finalidad principal proteger los productos durante las etapas de transportación y almacenaje, para que lleguen en óptimas condiciones al consumidor final. Se entiende por envase a la envolvente que se utiliza para proteger el producto y para presentarlo al consumidor, tales como cajas, frascos, sobres, latas, etc. Las regulaciones de envase tienen que ver con la calidad de los materiales usados en la fabricación del envase, niveles de resistencia, forma de presentación de la información del producto y, tratándose de productos alimenticios, verifican la no existencia de sustancias nocivas para la salud. En cuanto al embalaje existen regulaciones sobre todo en la información que debe contener y que favorecen la logística de transporte y almacenaje. Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México (2016)

- **Para Envases**

Los fabricantes de metales recipientes destinados a contener alimentos y bebidas, así como los importadores y distribuidores de alimentos y bebidas enlatadas están obligados a cumplir con la norma NOM - 002 - Salud1-1993. Este reglamento prohíbe la venta o importación de alimentos o bebidas en recipientes de metal con soldaduras de plomo y especifica el tipo de costuras permitidas para los contenedores herméticamente cerrados (artículo 53, Ley Federal sobre Metrología y Normalización). Los fabricantes de envases metálicos destinados a contener alimentos y bebidas, así como los importadores, distribuidores de alimentos y bebidas enlatados, están obligados a cumplir con esta Norma Oficial Mexicana. Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México (2016)

- **Para Embalajes**

La Norma Oficial Mexicana NMX-EE-059- NORMEX-2000 “Símbolos para manejo, transporte y almacenaje”, establece los símbolos que representan instrucciones de manejo, transporte y almacenaje, aplicables a los envases y embalajes que contengan productos en general. Dicha norma establece entre otras cosas que los símbolos deben estar impreso directamente en la superficie del envase o embalaje y debe estar colocado en la parte superior y al lado izquierdo de la marca del destinatario. En el caso de que existan símbolos señalando peligrosidad, éstos deben tener prioridad y el símbolo de manejo debe estar colocado cerca y preferentemente en la línea horizontal. Los embalajes de madera o productos de madera utilizados para soportar, contener, proteger o transportar bienes y mercancías, como son las tarimas, cajas, cajones, jaulas, carretes, madera para estiba y calzas también deben cumplir con requisitos sanitarios y éstos son regulados por el SEMARNAT. Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México (2016)

- **Requisitos de Presencia de Pesticidas**

La Comisión Intersecretarial para el Control del Proceso y Uso de Plaguicidas, Fertilizantes y Sustancias Tóxicas (CICLOPLAFEST) regula el uso de pesticidas en México. Aunque no es un órgano regulador en sí, la Comisión coordina las acciones del Gobierno de México en materia de plaguicidas a través de sus organismos miembros, cada uno de los cuales tiene autoridad reguladora para ciertos aspectos del uso de plaguicidas, incluidas las importaciones y exportaciones. Las cuatro secretarías miembros son: SAGARPA, SEMARNAT) SALUD (SS) Secretaría de Economía (SE). Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a México (2016)

- **Regulaciones ecológicas**

Este grupo comprende las regulaciones encaminadas a mantener y proteger el ambiente, mejor conocidas como ecológicas. En los principales mercados importadores se ha convertido en prioridad este tema, lo que se ha reflejado en la creación y aplicación de regulaciones para cuidar la ecología, tanto en la producción como en la comercialización de diversos productos. SEMARNAT regula la importación de productos que potencialmente pudieran perturbar el equilibrio ecológico. Se emite autorizaciones de importación de diferentes productos a través de la Dirección General de Vida Silvestre. El "Acuerdo que establece la clasificación y codificación de productos, cuya importación está sujeta a las regulaciones de la SEMARNAT", publicado el 30 de junio de 2007, se enumeran los códigos de tarifas para los que la SEMARNAT tiene autorización. Algunos animales salvajes y especies vegetales, productos y subproductos, especies y productos acuáticos, y los productos forestales, entre otros se incluyen en esta lista.

2.4.3. Canales de Distribución.

La exportación será indirecta es decir a través de un distribuidor en el mercado de México, se le venderá a la siguiente empresa Será de la siguiente manera:

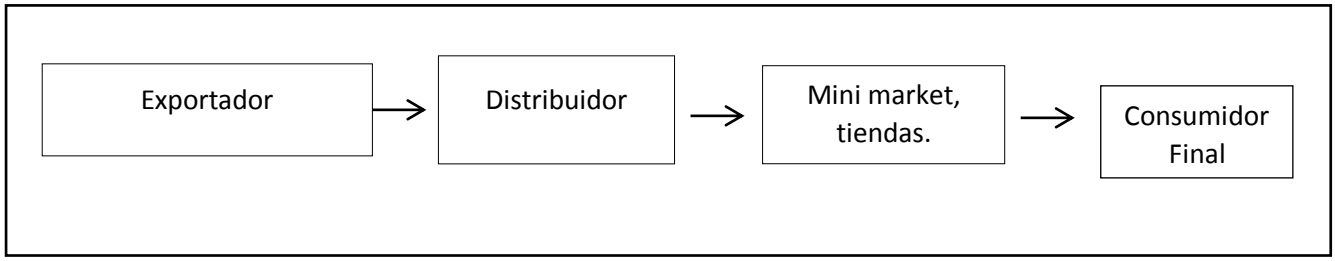


Figura 10: **Canales de Distribución**

ISF Invagro Santa Fé S. DE P.R. DE R.L

El distribuidor con el que vamos a trabajar es iSF Invagro Santa Fé S. DE P.R. DE R.L, Ubicada en la ciudad de Guanajuato – México, empresa dedicada a la importación y comercialización de semillas, granos, especias y una gran variedad de frutas secas nacionales y de importación con venta a granel y empacados. La planta recibe el frijol es directamente del productor o exportador, luego es enviado al área de procesos en donde es limpiado y seleccionado para ser envasado en bultos de 50 kg., 25 kg., 10 kg. y 1 kg., así como en presentación de 20 y 50 lb. Ofrecemos abastecer a nuestros clientes durante los 365 días del año con producto en óptimas condiciones ya que permanece almacenado en nuestras bodegas refrigeradas bajo condiciones controladas de humedad y temperatura si es que es un producto fresco o congelado.

Dirección: León, Guanajuato, México

Teléfono: (477) 787-6940

E-mail: contacto@invagro.com.mx

2.4.4. Medios de Transporte.

El medio de transporte adecuado para la exportación de frijol canario es el marítimo debido a sus tarifas bajas, porque relativamente es una larga distancia hasta México y además que es accesible o flexible para todo tipo de carga incluyendo menestras que es un producto seco. Será a través de la línea naviera Hapag Lloyd.

Tarifa con la línea Hapag Lloyd

FLETE: $ 1600 + recargos:

THCO $ 75

OCR $ 110

OBS $ 100

CP $ 40

TOTAL: $ 1925

Ruta: Paita - Veracruz

2.5. Perfil del Consumidor

Tabla 41: Segmentación Demográfica

Distribución de la población por edades en %	
Menos de 5 años:	8,1%
De 5 a 14 años:	18,9%
De 15 a 24 años:	18,9%
De 25 a 69 años:	49,8%
Más de 70 años:	4,0%
Más de 80 años:	1,4%

Fuente: Santader / TradePortal, 2018

Tabla 42: Edad de la población

Esperanza de vida en años	
Hombre:	**74,7**
Mujer:	**79,5**

Fuente: *Banco Mundial, 2009 - Últimos datos disponibles*

El consumo de frijol canario va dirigido a para hombres y mujeres de todas las edades ya que es un producto natural y muy nutritivo.

La mayor parte de la población de México son personas adultas que van entre 25 a 69 años de edad con el 49.8 % de la población, a partir de ello podemos decir que serán las personas con más poder adquisitivo para nuestro producto, seguido de los jóvenes de 15 a 24 años y también los niños de 5 a 14 años. Pero en general nuestro producto va dirigido a toda la población.

2.5.1. Segmentación Geográfica

México es uno de los países más grandes en América Latina, tanto en términos de extensión geográfica, como de población o de capacidad económica. Tiene una superficie de 1 964 375 km2 y una población de 123.5 millones de habitantes (2017) distribuida en 31 estados federales y el Distrito Federal (Ciudad de México).

México limita al Norte con los Estados Unidos de América, al Sur con Guatemala y Belice, al Oeste con el Océano Pacifico y al Este con el Golfo de México y el Mar Caribe. Su privilegiada posición geográfica, la increíble variedad de sus paisajes (que van de

cálidas playas en el Caribe a alta montaña, pasando por desiertos, mesetas y valles) y su riqueza histórico - cultural lo han convertido en el 2do destino turístico en América, con el arribo sostenido de más de 20 millones de visitantes internacionales al año (39.3 millones en el año 2017).

De los 32 estados, los más poblados son Estado de México (14.8 millones de hab.), Distrito Federal (8.8 millones de hab.), Veracruz (7.3 millones de hab.), Jalisco (7.0 millones de hab.), Puebla (5.6 millones de hab.) y Guanajuato (3.0 millones de hab.)

2.5.2. Segmentación Psicográfica

El comportamiento del consumidor ha evolucionado con el tiempo conforme el país se ha vuelto más rico. Si bien el poder adquisitivo de los consumidores mexicanos ha crecido, cada vez tienen menos tiempo. Debido a esto, muchos buscan productos de buena calidad que les permita ahorrar tiempo y dinero. Los días de las 'transacciones' quedaron atrás; la mayoría de los consumidores ahora busca una 'relación' con la marca o negocio. Más que el precio, los mexicanos tienden a buscar la comodidad. Por lo tanto, el servicio al cliente es un factor muy poderoso en la decisión de compra de un individuo. Los consumidores mexicanos generalmente son fieles a las marcas.

2.5.3. Segmentación Psicográfica

- **Diferencias socioeconómicas muy marcadas**

En el país hay grandes diferencias en cuanto a poder adquisitivo que se manifiesta en la forma de consumir.

Mientras que las clases media-alta y alta buscarán marcas que les aporten estatus, un consumidor con menos poder adquisitivo podrá abandonar una marca que ha utilizado por años en busca de una opción más económica.

Es importante crear un vínculo afectivo lo suficientemente fuerte para que se considere que vale la pena continuar pagando un poco más por una marca a la que es fiel.

- **El papel de la familia**

La familia continúa siendo un pilar social importante en el que la opinión de todos influye en las decisiones de compra. La concepción de familia no se limita al núcleo de papá, mamá e hijos, también abarca a los abuelos, tíos, primos, etc.

- **Relación costo-beneficio**

El consumidor mexicano suele analizar la relación costo-beneficio de los productos o servicios antes de tomar una decisión de compra.

Toma muy en cuenta la experiencia en general y la atención al cliente personalizada para decidir si una marca merece o no su fidelidad.

El perfil del consumidor mexicano ha evolucionado con el tiempo y a pesar de que varía de un lugar a otro, o entre nichos, existen características y hábitos de consumo generalizados que se deben considerar al momento de atraer, vender y retener clientes.

Tabla 43: Composición de los hogares

Edad media del jefe de familia	**39,0 años**
Número total de hogares (en millones)	28,2
Tamaño promedio de los hogares	4,2 personas
Porcentaje de hogares de 1 persona	8,8%
Porcentaje de hogares de 2 personas	15,6%
Porcentaje de hogares de 3 a 4 personas	42,2%
Porcentaje de hogares de más de 5 personas	33,4%

Fuente: *UN data, 2011 - Ultimos datos disponibles.*

Tabla 44: Gastos de consumo

Paridad del poder adquisitivo	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)
Paridad del poder adquisitivo ***(Unidad monetaria local por USD)***	8,49	8,85	9,11	9,27	9,39

Fuente: *IMF – World Economic Outlook Database, 2015*

Nota: (e) Datos estimados

Definición: La paridad de poder adquisitivo es el número de unidades de moneda de un país requeridas para comprar las mismas cantidades de bienes y servicios en el mercado interior que los USD comprarían en los Estados Unidos.

Tabla 45: Gastos de consumo de los hogares

Gastos de consumo de los hogares	2015	2016	2017
Gastos de consumo de los hogares ***(Millones de USD, precio constante de 2000)***	785.229	813.959	838.352
Gastos de consumo de los hogares ***(crecimiento anual, %)***	3,4	3,7	3,0
Gastos de consumo de los hogares per capita ***(USD, precio constante de 2000)***	6.237	6.382	6.491
Gastos de consumo de los hogares ***(% of GDP)***	66,6	66,3	n/a

Fuente: World Bank, 2015

Tabla 46: Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2011
Alimentos y bebidas no alcohólicas	25,1%
Transporte	22,0%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	16,0%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	5,2%
Ocio y cultura	5,1%
Comunicación	4,3%
Salud	4,3%
Hoteles, cafés y restaurantes	4,1%
Educación	2,6%
Ropa y calzado	2,4%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	

Fuente: Santander/TradePortal

2.6. Medición del Mercado

Para hacer la proyección de la demanda se usará el consumo per cápita de frijol en los años 2014 hasta el 2019 en la ciudad de Guanajuato, para este último año se realizó un pronóstico con el consumo por kilogramo de los años anteriores en México, tal como se detalla en la siguiente tabla:

Demanda = Población * consumo per cápita

Tabla 47: Demanda Guanajuato

Año	**Población**	**Kg * Persona**	**Demanda en Toneladas**
2014	3,801.96	3.8	14,447.46
2015	3,967.89	4.2	16,665.13
2016	4,133.82	4.5	18,602.17
2017	4,299.74	4.8	20,638.77
2018	4,465.67	4.4	19,648.95
2019	4,631.60	5.1	23,621.14

Fuente: INEI, Banco Mundial, *Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2015*

Elaboración: Propio

Tabla 48: Demanda por consumo per cápita en México

Año	Población	Kg*persona	Demanda
2013	8,851.000		
2014	112,000.00		
2015	119, 530.753		
2016	127,005.000	8.4	1,066,842
2017	129,002.00	9.4	1,212,619
2018	133,052.877	10	1,330,529
2019	136,120.00	10	1,361,200

Fuente: *IMF – World Economic Outlook Database, 2015*

Elaboración: Propia

Tabla 49: Oferta

Año	Importaciones en tm	Exportaciones en Tm	Oferta
2013	133.832	31.188	102.644
2014	81.553	64.417	17.136
2015	87.926	35.800	52.126
2016	163.226	32.133	131.093
2017	150.613	73.568	77.045
2018	152.213	55.345	96.868
2019	120.456	60.348	60.108

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

2.7. Análisis Competitivo y Benchmarking

Tabla 50: Precio del frijol canario en el mercado de Abasto de Guadalajara.

Frijol Canario				
Jalisco: Mercado de Abasto de Guadalajara				
Resumen Semanal de Granos y Semillas:				
Del día: 19/11/2018 al día: 23/11/2018				
Precios por kilogramo				
Origen	**Precio Mín**	**Precio Máx**	**Precio Frec**	**Observaciones**
Zacatecas	28	30	30	

Fuente y Elaboración: SNIIM (*Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados.*

En la tabla 48 se apreció que los precios delo frijol canario en el mercado de Guadalajara, está entre 28 a 30 pesos mexicanos aproximadamente de 5 a 6 soles.

Tabla 51: Guanajuato: Central de Abasto de León

Frijol					
Guanajuato: Central de Abasto de León					
Mercados Nacionales:					
Miércoles 21/Nov/2018					
Precios por kg					
Origen	**Presentación**	**Precio Mín**	**Precio Máx**	**Precio Frec**	**Observaciones**
Frijol Peruano					
Sinaloa	Kilogramo	30	32	32	
	Kilogramo	30	32	32	Miércoles: 14/11/2018

Fuente y Elaboración: SNIIM (*Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados*

Tabla 52: México: Central de Abasto de Toluca

Frijol					
México: Central de Abasto de Toluca					
Mercados Nacionales:					
Miércoles 21/Nov/2018					
Precios por kg en Presentación de 50kg					
Origen	**Presentación**	**Precio Mín**	**Precio Máx**	**Precio Frec**	**Observaciones**
Frijol Peruano					
Sinaloa	Kilogramo	34.00	35.00	35.00	HIGUERA
	Kilogramo	33.00	35.00	34.00	Miércoles: 14/11/2018 HIGUERA

Fuente y Elaboración: SNIIM (*Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados*

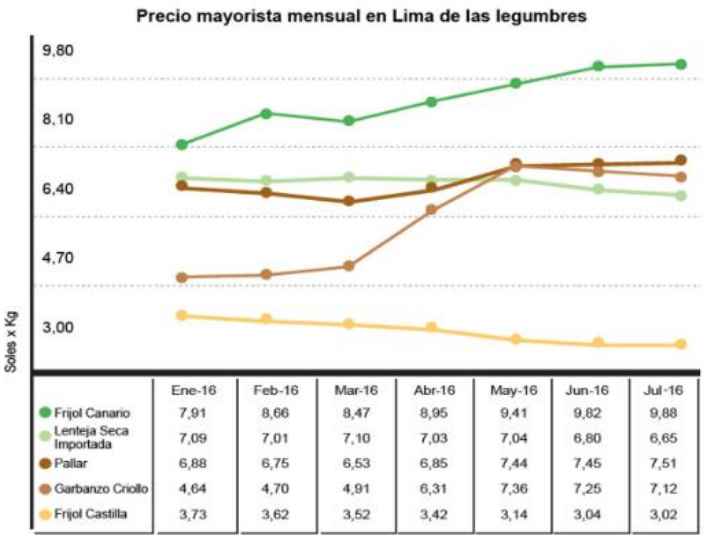
2.7.1. Mix Marketing

Producto

El producto que ofrece la empresa Food Export Norte SAC, es el frijol canario, se encuentra dentro de la categoría de las menestras utilizadas como acompañantes en las comidas.

Figura 11:Frijol Canario.

Precio:



	Ene-16	Feb-16	Mar-16	Abr-16	May-16	Jun-16	Jul-16
Frijol Canario	7,91	8,66	8,47	8,95	9,41	9,82	9,88
Lenteja Seca Importada	7,09	7,01	7,10	7,03	7,04	6,80	6,65
Pallar	6,88	6,75	6,53	6,85	7,44	7,45	7,51
Garbanzo Criollo	4,64	4,70	4,91	6,31	7,36	7,25	7,12
Frijol Castilla	3,73	3,62	3,52	3,42	3,14	3,04	3,02

Figura 12: Precios del Frijol canario mensual en Lima, 2016

Los precios de venta de las menestras en el mercado nacional específicamente en los supermercados dedicados a la venta de productos gourmet varían desde s/ 3.00 a S/, 9 además de la presentación y el envase en el que está siendo ofrecido.

Según SIICEX el precio FOB de acuerdo a nuestra partida 0713339200, a los mercados que Perú exporta. Ver figura 14:

Tabla 53: Precios de Exportaciones Peruanas.

PAISES IMPORTADORES	2014	2015	2016	2017	2018
ESTADOS UNIDOS	$2.02	$2.06	$2.21	$2.60	$2.01
ESPAÑA	$1.83	$2.00	$2.26	$2.12	$1.87
PANAMA	$1.79	$1.80	$2.23	$2.40	$2.03
CROATIA	$1.09	$1.64			$1.68
PORTUGAL	$5.12	$2.17	$2.36		
ANGOLA	$1.29		$3.04		
JAPAN		$1.89	$1.70	$1.98	
ITALY	$3.00	$2.73	$2.88	$2.55	$1.63
ARUBA	$2.43	$3.06	$4.60	$4.52	$3.38
CHILE	$0.45	$0.74	$1.91	$2.05	$1.72

***Fuente*:** Siicex

Elaboración: Propia

Plaza

La venta de los productos en el mercado de México, se realiza por intermedio de un distribuidor expertos en comercializar este tipo de producto, ya sea a supermercados o locales de ventas de consumo directo

El canal de distribución recomendado para el exportador hacia México es a través de un distribuidor.

Promoción

Utilizaremos como estrategia de publicidad para proyectarnos: Menor precio

Preferencia de productos peruanos como tendencia el frijol canario. Para nuestro producto emplearemos la siguiente promoción:

- Crear e informar vía web nuestro producto desde su cadena productiva y certificados que aseguran la calidad.
- Participar en ferias o eventos para mostrar el producto e informar la calidad y beneficios que tiene.
- Conocer y afiliarse a asociaciones o empresas exportadoras de este producto.

III. La Gestión Exportadora

3.1. Análisis del Precio de Exportación

3.1.1 Costos de Producción

Tabla 54: Costos de Producción.

	Unidad de medida	*Cantidad*	*Precio Unitario*	*Costo total soles*
Materia Prima	***Kg***	***23000***	***S/. 2.00***	***S/. 46,000.00***
MOD	***tm***	***23***	***S/. 120.00***	***S/. 2,760.00***
CIF (Insumos)	***Unidad***	***460***	***S/. 2.00***	***S/. 920.00***
COSTOS DE PRODUCCIÓN				***S/. 49,680.00***

Fuente: Datos Food Export Norte SAC
Elaboración: Propia.

En la tabla 54 se realizó el cálculo de los costos de producción anual donde se consideró la materia prima mano de obra directa y los insumos que tiene relación directa en el proceso, los costos son costos exactos brindados por el sub gerente de la empresa, se ha tomado la producción de 23000 kilos de frijol anual, es decir 23 toneladas al año, Con un costo total de S/. 49,680.00. Los datos referentes a los precios de la materia prima han sido tomados de empresa con la que se está trabajando esta investigación.

3.1.2. Costos y Gastos de Exportación

Tabla 55: Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	**ANUAL**
Personal	50000
gastos de Oficina	13000
0tros	7000
COSTOS ADM TOTAL	**S/. 70,000**

Fuente: Datos Food Export Norte SAC
Elaboración: Propia.

En la tabla 55 se detalla los gastos administrativos, brindados por el sub gerente de la empresa, los costos son anuales.

Tabla 56: Gastos de Exportación

Costo por 1 contendor	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad	Total s/	Total $
Flete Chiclayo - Paita	Tm	S/. 35	23	**S/. 805**	$246.18
Operador logístico	Servicio	S/. 85.00	**1**	**S/. 85**	$25.99
Agente de Aduanas	Servicio	S/. 85.00	1	**S/. 85**	$25.99
Aforo físico	Servicio	S/. 59.00	1	**S/. 59**	$18.04
Certificado de Origen	**Servicio**	**S/. 65.40**	**1**	S/. 65	$20
Certificado Fitosanitario	servicio	S/. 50.00	1	**S/. 50**	$15.29
Gastos Operativos	servicio	S/. 150.00	1	**S/. 150**	$45.87
Envió de documento	(Courier)	S/. 50.00	1	**S/. 50**	$15.29
Gastos de Ventas	Servicio	S/. 3,000.00	1	**S/. 3,000**	$917.43
TOTAL, GASTOS DE X				**S/. 4,349**	**$1,329.97**

Elaboración: Propia

En la Tabla 56 se detalla todos los gastos que se incurren en la exportación en términos FOB Paita todos los servicios y la cantidad por un contenedor Standard de 20 pies.

Tabla 57: Resumen Costos y Gastos de Exportación

COSTO VARIABLE	
COSTO DE PRODUCCIÓN	S/. 49,680.00
COSTOS DE EXPORTACIÓN	S/. 4,349.00
T. COSTO. V.	**S/. 54,029.00**
COSTOS FIJOS	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Personal	S/. 50,000.0
gastos de Oficina	S/. 13,000.0
0tros	S/. 7,000.0
T. COSTOS. F.	**S/. 70,000.0**
COSTO TOTAL	
C. VARIABLES	S/. 54,029.00
C. FIJOS	S/. 70,000.00
COSTO TOTAL	**S/. 124,029.00**

En la tabla 57 se detalla el total de costos y gastos para la exportación, con un costo total de S/ 124,029.00. Para exportar un contender stantard de 20’**,** con una cantidad de 23 tm de frijol.

3.1.3. Selección del Precio de Exportación

Tabla 58: Selección del Precio de Exportación

COSTO TOTAL	
C. VARIABLES	S/. 54,029.00
C. FIJOS	S/. 70,000.00
COSTO TOTAL	**S/. 124,029.00**
Cuv	S/. 2.35
Cfu	S/. 3.04
Costo total Unitario	**S/. 5.39**
Margen de Ganancia	15%
Precio FOB unitario	**S/. 6**
FOB TOTAL	S/. 142,633.35

Elaboración: Propia

En la tabla 58 podemos ver el precio FOB de exportación por kg, con un margen de ganancia del 15%. El precio FOB por kg será de 6 soles, es decir aproximadamente 35 pesos mexicanos, estando de acorde a los precios en el país de destino.

3.1.4. Modalidad de Pago

El pago se realizará a través de una carta de crédito ya que es más seguro. Por qué involucra a las entidades financieras.

3.2. Distribución Física Internacional

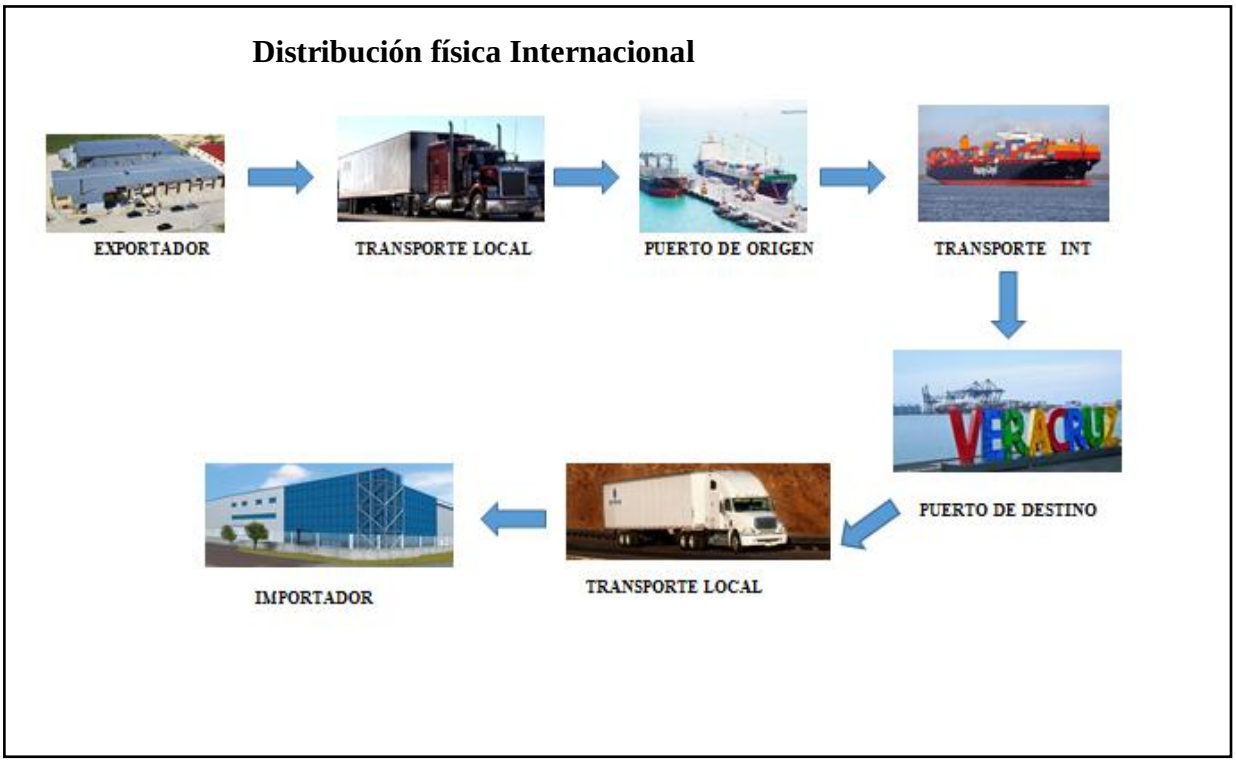


Figura 13: Distribución Física Internacional

3.2.1. Características de la Carga

Carga: 460 sacos de 50kg

Envase: Sacos de Polipropileno de 60x97

Marca: Blanca, FC /01 – 2019

Contenedor: Standard de 20’

Envase

Figura 14: Saco de Frijol canario de 50 kg.

Standard de 20'

Figura 15: Contenedor Standard de 20'.

3.2.2. Condiciones de Venta

La exportación se realizará bajo el incoterm FOB: Free on Board / Cargado a bordo (puerto de embarque convenido)

RESPONSABILIDADES:

Vendedor:

Debe poner a disposición la mercancía, en el puerto de embarque designado, a bordo del buque escogido por el comprador, y efectuar los trámites de aduana para la exportación, si fuesen necesarias.

En un contrato de tipo FOB, el vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía está a bordo del buque en el puerto de embarque designado o, en el caso de las ventas sucesivas, el vendedor consigue las mercancías así entregadas para su transporte hasta su destino designado e indicado en el contrato de venta.

Comprador:

Escoge el buque, paga el flete marítimo y el seguro, y se encarga de las formalidades a la llegada de la mercancía. Asume así todos los gastos y riesgos de pérdida o de deterioro que pueden ocurrirle a la mercancía desde el momento en que fue entregada.

3.3.Manejo Documentario

Lista de documentos necesarios para exportar frijol a México

- Cotización Comercial.
- Factura Comercial.
- Packing list.
- Conocimiento de embarque (Bill of Lading - B/L)
- Certificado de Origen.
- Certificado fitosanitario.
- Certificado de Fumigación.

3.4. Modelo de Cotización

Tabla 59: Modelo de Cotización

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	
Nombre de la empresa	Food Export Norte SAC
RUC	204802174157
Teléfono	981709015 - 270887
Dirección	Urb: Patazca, cal. Arequipa Norte 254, Chiclayo, Lambayeque - Perú
Página Web	www.foodexportperu.com
Correo Electrónico	
Contacto	Wilder Quiroz Ramírez
INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	
Nombre Comercial.	Frijol Canario, Blanco o peruano.
Nombre Científico.	Phaseolus vulgaris
Partida.	0713339200
Descripción:	Grano seco de forma elíptica o ligeramente arriñonada de color amarillo azufrado o desteñido, de suave textura y sabor agradable
Envase	Sacos
Peso Neto	23000kg
Peso Bruto	23tm
Composición:	Energía - 90 Kcal. Carbohidratos - 15 gr. Grasas - 40 gr. Proteínas - 60 gr.
Dimensiones	Sacos de
Uso	100% comestible (Preparación de acuerdo al gusto del cliente)
Comprador	ISF Invagro santa Fe
Destino	Guanajuato - México
Fabricante	Food Export Norte SAC
Cantidad mínima de pedido	1 contenedor.
Fotos	

INFORMACIÓN DEL PRECIO	
Moneda de Negociación	Pesos Mexicanos
Incoterm	FOB
Precio	35 pesos por kg
Medio de pago	Carta de Crédito
INFORMACIÓN ADICIONAL	
Tiempo de entrega:	15 días
Transporte:	Marítimo
Compañía de Transporte	Hapag Lloyd

Elaboración: Propia

Capítulo IV: Análisis Financiero

Para este capítulo se tomó los siguientes aspectos o criterios, además se adecuó a la información brindada por parte de la empresa por lo que para iniciar el análisis financiero primero se hizo una proyección de ventas.

4.1. Proyección de ventas

Tabla 60: Proyección de Ventas

PROYECIÓN DE VENTAS	2018	2019	2020	2021
CAPACIDAD DE EXPORTAR	23000	24380	25843	S/. 27,393
PRECIO FOB	S/. 6	S/. 6	S/. 6	S/. 6
TOTAL SOLES	**S/. 142,633.35**	**S/. 151,191.35**	**S/. 160,262.83**	**S/. 169,878.60**
TOTAL $	**$43,354**	**$45,954.82**	**$48,712.11**	**$51,634.83**

Elaboración: Propia

En la Tabla N° 60, se realizó la proyección de ventas anual de frijol se consideró la cantidad de 23 toneladas es decir un contenedor para empezar a exportar en el año 2019. Además de los datos de TRADE MAP que indican un crecimiento de las importaciones de frijol del 6.6% en el país de México, por lo que en un panorama Moderado se ha optado por un crecimiento del 6% anual, con un precio FOB de S/.6 por KG obteniendo un total de ventas de S/. 142,633.35 el primer año.

4.2. Flujo de Caja Económico.

Tabla 61: Flujo caja económico

	2018	2019	2020	2021	VALOR DE RESCATE
INGRESOS	**S/. 0.00**	**S/. 157,239.01**	**S/. 166,673.35**	**S/. 176,673.75**	
VENTAS	S/. 0.00	S/. 151,191.35	S/. 160,262.83	S/. 169,878.60	
DRAWBACK	S/. 0.00	S/. 6,047.65	S/. 6,410.51	S/. 6,795.14	
EGRESOS	**S/. 85,000.00**	**S/. 134,837.10**	**S/. 141,741.55**	**S/. 148,940.27**	
INV. INICIAL	**S/. 85,000.00**	**S/. 5,000.00**	**S/. 7,000.00**	**S/. 9,000.00**	
INFRAEST.	S/. 30,000.00				S/. 30,000.00
EQUIPOS	S/. 20,000.00				S/. 14,000.00
MUEBLES	S/. 15,000.00				S/. 8,250.00
CAMB.CAP.TRAB.	S/. 20,000.00	S/. 5,000.00	S/. 7,000.00	S/. 9,000.00	S/. 32,000.00
COSTO DE PROD.		**S/. 49,680.00**	**S/. 52,660.80**	**S/. 55,820.45**	
M.P.		S/. 46,000.00	S/. 48,760.00	S/. 51,685.60	
M.O.D.		S/. 2,760.00	S/. 2,925.60	S/. 3,101.14	
C.I.F.		S/. 920.00	S/. 975.20	S/. 1,033.71	
GASTOS OPER.		**S/. 73,000.00**	**S/. 73,180.00**	**S/. 73,370.80**	
GASTOS ADM.		S/. 70,000.00	S/. 70,000.00	S/. 70,000.00	
GASTOS DE VENTA		S/. 3,000.00	S/. 3,180.00	S/. 3,370.80	
IMP. RENTA		**S/. 7,157.10**	**S/. 8,900.75**	S/. 10,749.02	
F.C.E. S/	**-S/. 85,000.00**	**S/. 22,401.91**	**S/. 24,931.80**	**S/. 27,733.48**	**S/. 84,250.00**
F.C.E $	-$25,994	$6,809	$7,578	$8,430	$25,608

Fuente: Datos de la empresa Food Export.

Elaboración: Propia.

4.2.1 VAN y TIR Económico

Tabla 62: VAN y TIR Económico

	S/	$
VANE	**S/. 31,227.83**	**$9,348.09**
TIRE	**24%**	
10%		

Elaboración: Propia

En la Tabla 62, se calculó el TIR se tomó en cuenta el total del flujo de caja económico proyectado y para el VAN se toma el total del flujo de caja económico y el costo de capital de un 10% del Banco Scotiabank. Así hemos obtenido un TIR de 24% y VAN de S/. 31,227.83, que demuestra que la exportación de frijol canario a México es viable.

4.2.2. Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 63: Estado de ganancias y pérdidas

	2019	2020	2021
+VENTAS	S/. 151,191.35	S/. 160,262.83	S/. 169,878.60
- COSTOS DE VENTA	S/. 49,680.00	S/. 52,660.80	S/. 55,820.45
= U.BRUTA	**S/. 101,511.35**	**S/. 107,602.03**	**S/. 114,058.15**
- G.ADMIN.	S/. 70,000.00	S/. 70,000.00	S/. 70,000.00
-G. VENTA	S/. 3,000.00	S/. 3,180.00	S/. 3,370.80
- DEPREC.	S/. 4,250.00	S/. 4,250.00	S/. 4,250.00
- G. FINANC.	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
=UAI	**S/. 24,261.35**	**S/. 30,172.03**	S/. 36,437.35
- IMP. RENTA 29.5%	S/. 7,157.10	S/. 8,900.75	S/. 10,749.02
=U.NETA	**S/. 23,151.91**	**S/. 27,681.80**	S/. 32,483.48
U.NETA $	$7,037	$8,414	$9,907

Elaboración: Propia

En la Tabla N° 63, se calculó la utilidad con el estado de ganancias y pérdidas de la empresa con proyección a 3 años para conocer la rentabilidad de acuerdo a las ganancias o pérdidas que puede obtener la empresa, obteniendo como utilidad en el primer año s/. 23,151.91

4.2.3. Balance general

Tabla 64:Balance general

	2018	2019	2020	2021
ACTIVO	**S/. 85,000.00**	**S/. 113,151.91**	**S/. 144,833.70**	S/. 171,317.18
ACTIVO CORRIENTE	**S/. 20,000.00**	**S/. 52,401.91**	**S/. 88,333.70**	**S/. 119,067.18**
CAJA Y BANCOS	S/. 20,000.00	S/. 42,401.91	S/. 67,333.70	S/. 95,067.18
EXISTENCIAS	S/. 0.00	S/. 4,000.00	S/. 7,000.00	S/. 9,000.00
CTAS POR COBRAR	S/. 0.00	S/. 6,000.00	S/. 14,000.00	S/. 15,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE	**S/. 65,000.00**	**S/. 60,750.00**	**S/. 56,500.00**	**S/. 52,250.00**
INFRAEST.	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00
EQUIPOS	S/. 20,000.00	S/. 18,000.00	S/. 16,000.00	S/. 14,000.00
MUEBLES	S/. 15,000.00	S/. 12,750.00	S/. 10,500.00	S/. 8,250.00
PASIVO	**S/. 0.00**	**S/. 5,000.00**	**S/. 9,000.00**	**S/. 3,000.00**
CORTO PLAZO	S/. 0.00	S/. 5,000.00	S/. 9,000.00	S/. 3,000.00
LARGO PLAZO	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
PATRIMONIO	**S/. 85,000.00**	**S/. 108,151.91**	**S/. 135,833.70**	**S/. 168,317.18**
CAPITAL SOCIAL	S/. 85,000.00	S/. 85,000.00	S/. 85,000.00	S/. 85,000.00
UTIL /PERD.	**S/. 0.00**	**S/. 23,151.91**	**S/. 50,833.70**	**S/. 83,317.18**
UTIL/PERD. $		**$7,037.05**	**$15,450.97**	**$26,036.62**

Elaboración: Propia

En la tabla 64 se elaboró el balance general del flujo de caja económico y se encontraron los datos que se muestra en la respectiva tabla.

4.3. Flujo de caja financiero

Tabla 65: Flujo de caja financiero

	2018	2019	2020	2021	
INGRESOS					
PRESTAMO	S/. 20,000.00				
EGRESOS					
CAPITAL		S/. 10,000.00	S/. 10,000.00		
INTERES		S/. 2,000.00	S/. 1,000.00		
ESCUDO FISCAL		S/. 590.00	S/. 295.00		
F.F.	**S/. 20,000.00**	**-S/. 11,410.00**	**-S/. 10,705.00**		
F.C.E.	**-S/. 85,000.00**	**S/. 22,401.91**	**S/. 24,931.80**	**S/. 27,733.48**	
	2018	**2019**	**2020**	**2021**	**VALOR DE RESCATE**
F.C.T.(FCE+FF) S/	**-S/. 65,000.00**	**S/. 10,991.91**	**S/. 14,226.80**	S/. 27,733.48	**S/. 84,250.00**
F.C.T.(FCE+FF) $	**-$19,878**	**$3,341**	**$4,324**	**$8,430**	**$25,608**

Elaboración: Propia.

En la tabla 65 se realizó el flujo de caja financiero que permite conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto teniendo en cuenta el préstamo que necesita la empresa Para financiar sus actividades. El préstamo que se realizo es de S/. 20000 soles con una tasa de interés anual del 10% a pagarse en dos años.

4.3.1. VAN Y TIR Financiero

Tabla 66: VAN Y TIR FINANCIERO

VANF	**S/. 31,937.07**	**$9,597**
TIRF	26%	
10%		

Elaboración: Propia

4.3.2. Estado de Ganancias y Pérdidas financiero

Tabla 67: Estado de Ganancias y Pérdidas financiero

	2019	2020	2021
+VENTAS	151,191.35	160,262.83	169,878.60
- COSTOS DE VENTA	49,680.00	49,680.00	55,820.45
= U.BRUTA	101,511.35	110,582.83	142347.4503
- G.ADMIN.	80000	80,000.00	80000
-G. VENTA	**5000**	**3,180.00**	**3,371**
- DEPREC.	6500	6,500.00	6500
- G. FINANC.	2,000.00	1,000.00	0
=UAI	**8,011.35**	**19,902.83**	**49,906.95**
- IMP. RENTA 29.5%	2,363.35	5,871.34	14,723
=U.NETA	**11,695.66**	**20,442.01**	**41,979.54**
U.NETA $	**$3,555**	**$6,213**	**$12,760**

Elaboración: Propia

4.3.3. Balance general

Tabla 68: Balance general

	2018	2019	2020	2021
ACTIVO	**S/. 85,000.00**	**S/. 101,741.91**	**S/. 122,718.70**	**S/. 149,202.18**
ACTIVO CORRIENTE	**S/. 20,000.00**	**S/. 40,991.91**	**S/. 66,218.70**	**S/. 96,952.18**
CAJA Y BANCOS	S/. 20,000.00	S/. 30,991.91	S/. 45,218.70	S/. 72,952.18
EXISTENCIAS	S/. 0.00	S/. 4,000.00	S/. 7,000.00	S/. 9,000.00
CTAS POR COBRAR	S/. 0.00	S/. 6,000.00	S/. 14,000.00	S/. 15,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE	**S/. 65,000.00**	**S/. 60,750.00**	**S/. 56,500.00**	**S/. 52,250.00**
INFRAEST.	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00
EQUIPOS	S/. 20,000.00	S/. 18,000.00	S/. 16,000.00	S/. 14,000.00
MUEBLES	S/. 15,000.00	S/. 12,750.00	S/. 10,500.00	S/. 8,250.00
PASIVO	**S/. 20,000.00**	**S/. 15,000.00**	**S/. 9,000.00**	**S/. 3,000.00**
CORTO PLAZO	S/. 0.00	S/. 5,000.00	S/. 9,000.00	S/. 3,000.00
LARGO PLAZO	S/. 20,000.00	S/. 10,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00
PATRIMONIO	**S/. 65,000.00**	**S/. 86,741.91**	**S/. 113,718.70**	**S/. 146,202.18**
CAPITAL SOCIAL	S/. 65,000.00	S/. 65,000.00	S/. 65,000.00	S/. 65,000.00
UTIL./PERD.s./	**S/. 0.00**	**S/. 21,741.91**	**S/. 48,718.70**	**S/. 81,202.18**
UTIL./PERD $		$6,608.48	$14,808.12	S/. 267,155.18

Elaboración: Propia

4.4. Análisis de Sensibilidad

Tabla 69: Análisis de Sensibilidad

	MODERADO	OPTIMISTA	PESIMISTA
Crecimiento	6%	8%	3%
Precio	S/. 6	S/. 6	S/. 6
VAN	**S/. 31,227.83**	**S/. 51,780.30**	**S/. 23,909.67**
TIR	**24%**	**28%**	**22%**

Elaboración: Propia

Se estableció el nivel de incidencia en el proyecto, para probar la sensibilidad del resultado del plan de negocios frente al panorama que puede ser positivo o negativo.

Se diseñó la propuesta de exportación, con el estudio de mercado de frijol canario para el mercado de México, donde se ha concluido que la propuesta es viable económica y financiera con indicadores de un TIR y un VAN positivos de acuerdo a cada escenario, con posibilidad de proyectar mayores utilidades para el exportador. Ver Tabla 69

4.5. Punto de equilibrio

Tabla 70: Punto de equilibrio

Costos fijos	**S/. 70,000**	
Precio FOB	S/. 6	
Cvu	S/. 2.35	
P. Equilibrio en cantidad	11285kg	11 Tm
P.Equilibio Monto	S/. 69,985.43	

Elaboración: Propia

En la tabla 70, se halló el punto de equilibrio que es de 11285 kg que debe producir la empresa para no ganar ni perder, así como un monto de S/. 69,985.43 para que no pierda ni gane.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1.Conclusiones

La empresa Food Export Norte SAC cuenta con oferta exportable de frijol canario con una producción de hasta 69 toneladas al año, además que, si tiene la capacidad y recursos para seguir acopiando más siempre y cuando su cliente se lo pida**,** Tiene una producción total de 2000 toneladas entre todos los productos que comercializa nacional e internacional. Cuenta con una buena infraestructura y con todos los requisitos para poder exportar el frijol ya que es un producto seleccionado cuidadosamente por maquinaria y también con una selección manual.

Las exportaciones de frijol canario han ido aumentadas en los últimos años en la empresa food export, tanto en montos FOB, como en kilogramos, llegando a exportar los dos últimos años un promedio de 60tm toneladas de frijol canario, y con esa cantidad la va a mantener la empresa.

El mercado de México es accesible para las menestras debido a que es parte de su gastronomía, además tienen consumen bastante menestra por persona, con unos 10kg aproximadamente por persona, además son muy consumidores del frijol canario que es el que se quiere exportar, se exportará 23 toneladas de frijol lo que permite satisfacer la demanda de la ciudad de Guanajuato, lugar a donde será exportado nuestro producto, y cubrir parte de la demanda a nivel de todo México. El reglamento para ingresar menestras a México no es muy exigente, nos pide que tenga certificado de origen, certificado fitosanitario, certificado de fumigación y certificado HACCP, este último es a pedido de la empresa a la que se quiere exportar. El consumidor mexicano prefiere productos de calidad no importa el precio de los mismos.

La exportación de Frijol canario rentable económica y financiera es factible de acuerdo con los indicadores financieros de rentabilidad el Valor Actual Neto Económico (VANE) es de **S/. 31,227.83** con una proyección de ventas del 6% por año, con una taza de impuestos del 10%, donde el indicador de rentabilidad resulta positivo así mismo se tiene una tasa interna de rendimiento (TIRE) positiva de **24%** por lo tanto es factible económicamente ya que la TIR es mayor que la tasa de impuesto y con un VANF y TIRF de S/. 31,937.07, 26% respectivamente.

4.2.Recomendaciones

La empresa Food Export debe dar a conocer más sus productos, a pesar que es una empresa constituida hace muchos años aún no tiene un plan de marketing establecido, por lo que se recomienda que haya más organización y coordinación para que sus productos sean más conocidos y así lograr tener más demanda tanto nacional como internacional

Aumentar la oferta exportable en un 8% más, ya que el mercado objetivo tiene un crecimiento de ventas de un 6%, para así poder aprovechar la gran demanda que tiene México, mejorando su presentación sobre todo haciendo un buen estudio de mercado y analizando que canal de distribución se debe seguir para llegar más al consumidor final y hacer que el producto sea conocido y así lograr que haya más demanda del producto. Producir o acopiar más cantidad de frijol ya la demanda de frijol en el mercado de México es alta, y sería de muy beneficioso para la empresa lograr exportar más cantidad de menestras a ese mercado, siempre y cuando sea en las temporadas bajas de producción del mercado objetivo para así cubrir las necesidades de los consumidores, además de exportar directamente a México.

Es indispensable cumplir con todos los requisitos necesarios para la exportación en cuanto a presentación del producto, encase, embalaje y etiquetado ya que en este aspecto México si es un poco exigente, si la exportación es directa se debe de manejar estos aspectos con mucho cuidado para así llamar la atención del cliente y lograr la aceptación del producto.

Se recomienda poner en práctica el proyecto de exportación de frijol canario al mercado de México ya que se ha demostrado que es viable económica y financiera, además con la aplicación de algunas estrategias de marketing puede resultar mucho más efectiva la exportación.

BIBLIOGRAFIA

Andrade Sánchez, M. (2014). *Plan de exportación de café a Hamburgo - Alemania.* Obtenido de http://www.udalxalapa.edu.mx/TesisPDF/2008/MariaIreneAndradeSanchezNegocios.pdf

Andrade Sánchez, M. (2014). *Plan de exportación de café a Hamburgo - Alemania* . México.

Chupillon Cárdenas, C. (2017). *Exportación del frejol castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos – 2015.* Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/6896

Chupillon Cárdenas, C. (2017). *EXPORTACION DEL FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA ALISUR.* LIMA - PERÚ.

FERNÁNDEZ LUDEÑA, M., & MOLLO ESPINOZA, G. (2017). *"PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE UVA RED GLOBE AL MERCADO CHINO, 2017".* AREQUIPA.

Hernández Contreras, F. (1934). *INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.* Servicios Académicos Internacionales para eument.net.

Martínez, D. (2013). *Pymes: rutas para la exportación.* Universidad del Norte.

Pedraza Rendón, O. (2014). *Modelo del plan de negocios.* Grupo Editorial Patria.

Abarrotero. (13 de Junio de 2018). *El perfil del consumidor mexicano actual*. Obtenido de http://abarrotero.com/2018/06/el-perfil-del-consumidor-mexicano-actual/

Agraria. (12 de Mayo de 2017). *Producción peruana de menestra se duplicó en los últimos 20 años*. Obtenido de http://agraria.pe/noticias/produccion-peruana-de-menestra-se-duplico-en-los-ultimos-13833

Agraria. (13 de Febrero de 2018). *Producción de menestras en Perú creció 80% en los últimos 20 años*. Obtenido de Agraria.pe: http://agraria.pe/noticias/produccion-de-menestras-en-peru-crecio-80-en-los-ultimo-15942

AGROTERRA. (s.f.). *Frijol Canario*. Obtenido de https://www.agroterra.com/p/frijol-canario-de-peru-28193/28193

BANCOMEXT. (2000). *PLAN DE NEGOCIOS DE EXORTACIÓN.*

Cadena Reyes , S., & Muñoz Sánchez , M. (2017). *Plan de negocio para la exportación de salsa de mango al mercado de Estados unidos de la empresa Sami Export S.A.C, Lambayeque 2017.* Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/3148

Cadena Reyes , S., & Muñoz Sánchez , M. (2017). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE SALSA DE MANGO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA SAMI EXPORT S.A.C, LAMBAYEQUE 2017.* LAMBAYEQUE.

Calderon Polo, I. R. (2017). *Propuesta de un Plan de Negocios para la producción y exportacion de Tarwi(Lupinus Mutabilis) cultivado en la Libertad.* Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10031

Calderon Polo, I. R. (2017). *Propuesta de un Plan de Negocios para la producción y exportacion de Tarwi(Lupinus Mutabilis) cultivado en la Libertad.*

Droznes, L. (2005). *Manual para un plan de negocios.* Autodesarrollo.

Fernández Hurtado, G. A. (2016). *"ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO PALLARBABY HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE ATRAVÉS DE LA EMPRESA AGRONEGOCIOS SICANEN EL PERIODO 2016".* Trujillo.

Fernández Ludeña, M. M., & Mollo Espinoza, G. M. (2017). *Plan de negocio para la exportación de uva Red Globe al mercado chino, 2017.* Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/UCSP/15510

FOASTAT. (02 de Marzo de 2016). *LAS LEGUMBRES EN EL MUNDO*. Obtenido de https://idescubre.fundaciondescubre.es/revista/las-legumbres-en-el-mundo/

GONZALES ALARCON, K., & VARGAS FLORES , J. (2016). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PALTA HASS PARA EL MERCADO DE CANADA DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AUGUSTA LOPEZ ARENAS DE PITIPO – FERREÑAFE 2016.* PITIPO – FERREÑAFE.

Gonzales Alarcos, K. J., & Vargas Flores, J. A. (2016). *Plan de Negocios para la Exportación de palta Hass para el mercado de Canadá de la asociación de productores Augusta López Arenas de Pítipo – Ferreñafe 2016.* Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/3147

Greg Balanko, D. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso.* McGraw-Hill Interamericana.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación.* (M. I. Martínez, Ed.) México, Buenos Aires entre otros.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Laos Sudea , J. A. (2006). *Plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a exportar.* Universidad Cooperativa de Colombia.

Luna Córdoba, M., & Murillo Álvares , M. E. (2015). *PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE HABAS AL MERCADO ALÉMAN.* GUAYAQUIL.

Luna Córdoba, M., & Murillo Álvares , M. E. (2015). *Plan de exportación para la comercialización de café de habas al mercado Alemán.* Obtenido de http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/10017

Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). Obtenido de http://www.minagri.gob.pe/portal/33-sector-agrario/menestras?layout=

OMC. (s.f.). *Acerca de la OMC*. Obtenido de ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO.: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm

Prom Perú . (2011). *¿Como elaborar un plan de negocios de Exportación?* Obtenido de Promperu.

Promperú. (2016). *Servicios al exportador*. Obtenido de Siicex: http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/Guia-Mexico2016.pdf

PYSCIENCIA. (047 de Marzo de 2016). *Definición de la semana: Estudio longitudinal*. Obtenido de https://www.psyciencia.com/definicion-de-la-semana-estudio-longitudinal/

Research Method, A. J. (2014). *El Método de la Investigación*. Obtenido de http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf

RPP Noticias. (07 de Abril de 2017). *El frijol de palo es el cultivo que más creció en los últimos años*. Obtenido de http://rpp.pe/peru/lambayeque/el-frijol-de-palo-es-el-cultivo-que-mas-crecio-en-los-ultimos-anos-noticia-1042578

RPP Noticias. (25 de Enero de 2018). *Se espera recuperar nivel de las exportaciones lambayecanas*. Obtenido de http://rpp.pe/peru/lambayeque/se-espera-recuperar-nivel-de-las-exportaciones-lambayecanas-noticia-1101557

Sagarpa. (2 de Noviembre de 2017). *Nacional - Estados - ¿Cuánto frijol consumen los mexicanos al año?* (SAGARPA) Obtenido de ¿Cuánto frijol consumen los mexicanos al año?: https://www.gob.mx/sagarpa/prensa/aumenta-14-por-ciento-produccion-de-frijol-en-mexico

Santader / TradePortal. (Julio de 2018). Obtenido de Mercados: Perfil del Consumidor: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/llegar-al-consumidor

Santander Trade Portal. (Abril de 2018). *Perfil del consumidor*. Obtenido de MÉXICO: LLEGAR AL CONSUMIDOR: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/llegar-al-consumidor

Santander, TradePortal. (2018). Obtenido de MÉXICO: POLÍTICA Y ECONOMÍA: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/politica-y-economia

Sierra Exportadora. (20 de Marzo de 2018). *Sierra Exportadora: Ventas de menestras al exterior creció en 44.2% en enero*. Obtenido de http://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=604101

SIICEX. (s.f.). *Regulaciones por país a exportar*. Obtenido de Regulaciones por país a exportar: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=709.69200

SUNAT. (2016). *EXPORTACIÓN - DEFINICIÓN*. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html

Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigación científica.* México.: Editorial Limusa S.A.

Tamayo, M., & Tamayo. (1997). *El Proceso de la Investigación científica.* México.: Editorial Limusa S.A.

Weinberger Villaran, K. (2009). *"Plan de Negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio"*. Perú: Nathan Associates inc.

Weinberger Villaran, K. (2009). *Plan de Negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.* Perú: Nathan Associates inc.

ANEXOS

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

ENTREVISTA AL SEÑOR WILSON QUIROS RAMÍREZ SUB GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE SAC.

Objetivo: Recolectar información con la finalidad de proponer un plan de negocios para la exportación de Frijol Canario al mercado de México.

1. ¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio anual de menestras?
2. ¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio de frijol canario anualmente?
3. ¿Qué cantidad de menestras exporta anualmente?
4. ¿Qué cantidad de frijol canario exporta por año?
5. ¿Su área de almacenaje cree usted que está en buenas condiciones para sus productos de exportación?
6. Puede detallar su Proceso y Costo de Producción.
7. ¿Puede detallarme su Plan de marketing para sus productos en relación a las cuatro P's que son: ¿Producto, Precio, Promoción y Plaza?
8. ¿Cómo está conformada su estructura organizacional y que función cumple cada persona que lo integra?
9. ¿Cómo financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?
10. ¿Puede detallarme el tipo de envase y embalaje que utiliza para la exportación de frejol?
11. ¿Cómo es su proceso de comercialización o canales de distribución para la exportación de sus menestras?
12. ¿Con que Incoterms trabaja?
13. ¿Qué medio de pago utiliza?
14. ¿Cuáles son los documentos de exportación solicitados para su producto?

ENTREVISTA A EXPERTOS DE COMERCIO EXTERIOR.

Tesis: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO A MÉXICO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE S.A.C, CHICLAYO 2018 – 2021

Objetivo: Recolectar información con la finalidad de proponer un plan de negocios para la exportación de Frijol Canario al mercado de México

Datos del Experto en Comercio exterior

Especialidad:

Trabaja en:

Preguntas:

1. ¿Conoce si Lambayeque cuenta con oferta exportable de frijol canario que permita elaborar un plan de negocios?

2. ¿Conoce usted la existencia de empresas exportadores de frijol canario o de menestras en general en la región Lambayeque? ¿Cuáles?

3. ¿Considera usted atractivo el mercado de México para la exportación de frijol canario?

4. ¿Conoce usted que canal de comercialización se utiliza para la exportación de menestras a México?

5. ¿Considera usted que el consumidor extranjero final conoce los beneficios de este producto?

6. ¿Conoce las tendencias de consumo de alimentos en el mercado de México? ¿Cuáles son estas?

7. ¿Qué tipo de envase es el más adecuado para la exportación de menestras al mercado de México?

8. ¿Qué medio de transporte sería el más adecuado y más rentable? ¿Por qué?

9. ¿Qué certificaciones o requisitos internacionales se debe tener para ingresar al mercado de México?

10. ¿Conoce usted la modalidad de pago más empleado por los compradores de México?

11. ¿Conoce cuáles son los documentos de exportación para menestras a México?

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Pimentel, Miércoles 04 de Abril de 2018.

Señor:

QUIROZ SOLIS WILDER.

GERENTE GENERAL DE FOOD EXPORT NORTE S.A.C.

Asunto: Solicito permiso para recabar información necesaria sobre la investigación realizada en su empresa.

Estimado Señor:

Es grato dirigirme a usted para expresarle el saludo institucional a nombre de la **UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN** , facultad de **CIENCIAS EMPRESARIALES** y a la vez presentar al estudiante **Deyli Esther Castro Silva** de la escuela académico profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES** identificado con DNI : 71776848.

Al mismo tiempo solicitar el permiso correspondiente y el apoyo para recabar la información necesaria que el estudiante requiera a través de encuestas, entrevistas o algún otro tipo de información que el alumno NECESITE, para que pueda llevar de la mejor forma el desarrollo de su investigación.

Cordialmente,

Food Export Norte S.A.C.
RECIBIDO
LA RECEPCION NO ES SEÑAL DE CONSORMIDAD
Fecha 05/04/18 Hora 10.00

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN SAC
Dra. Carmen Elvira Rosas Prado
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales

FOOD EXPORT NORTE S.A.C.
Wilder Quiroz Ramírez
APODERADO ESPECIAL

10/04/18

ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, **Perú**

www.uss.edu.pe

Figura 16:Solicitud aceptada por parte de la empresa para realizar el proyecto

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

ENTREVISTA AL SEÑOR WILSON QUIROS SOLIZ SUB GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE SAC.

Esta entrevista fue realizada por una alumna de Décimo Ciclo de la facultad de Ciencias Empresariales de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán con la finalidad de recolectar información sobre la situación actual de la empresa en cuanto a exportación de frijol Canario.

INSTRUCCIONES: Se realizara una serie de preguntas abiertas, las cuales debe responder de manera detallada según sus conocimientos.

1. ¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio anual de menestras?
2. ¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio de frejol Canario anualmente?
3. ¿Qué cantidad de menestras exporta anualmente?
4. ¿Qué cantidad de frijol Canario exporta por año?
5. ¿ A qué países exporta el frijol Canario?
6. ¿Su área de almacenaje cree usted que está en buenas condiciones para sus productos de exportación?
7. Puede detallar su Proceso y Costo de Producción.
8. ¿Puede detallarme su Plan de marketing para sus productos en relación a las cuatro P's que son: ¿Producto, Precio, Promoción y Plaza?
9. ¿Cómo está conformada su estructura organizacional y que función cumple cada persona que lo integra?
10. ¿Cómo financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?
11. ¿Puede detallarme el tipo de envase y embalaje que utiliza para la exportación de frejol?
12. ¿Cómo es su proceso de comercialización o canales de distribución para la exportación de sus menestras?
13. ¿Con que Incoterms trabaja?
14. ¿Qué medio de pago utiliza?
15. ¿Cuáles son los documentos de exportación solicitados para su producto?

FOOD EXPORT NORTE S.A.C.
Wilder Quiroz Ramírez
APODERADO ESPECIAL

Figura 17:Entrevista firmada como prueba que si se realizó

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUSTIONARIO

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	TD
1	¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio anual de menestras?	✓		
2	¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio de frejol Canario anualmente?	✓		
3	¿Qué cantidad de menestras exporta anualmente?	✓		
4	¿Qué cantidad de frijol Canario exporta por año?	✓		
5	¿Su área de almacenaje cree usted que está en buenas condiciones para sus productos de exportación?	✓		
6	Puede detallar su Proceso y Costo de Producción.	✓		
7	¿Puede detallarme su Plan de marketing para sus productos en relación a las cuatro P's que son: ¿Producto, Precio, Promoción y Plaza?	✗	✓	
8	¿Cómo está conformada su estructura organizacional y que función cumple cada persona que lo integra?	✓		
9	¿Cómo financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?	✓		
10	¿Puede detallarme el tipo de envase y embalaje que utiliza para la exportación de frejol?	✓		
11	¿Cómo es su proceso de comercialización o canales de distribución para la exportación de sus menestras?	✓		
12	¿Con que Incoterms trabaja?	✓		
13	¿Qué medio de pago utiliza?	✓		
14	¿Cuáles son los documentos de exportación solicitados para su producto?	✓		

PROMEDIO OBTENIDO	N° A 13	Nº D 1	N° TD _____

Figura 18:Entrevista validada (1er especialista)

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Mejorar la pregunta 7, ella puede tener una respuesta corta que no aporte a la investigación.

Validado por: Jean Michell Carrión Mezones

Especialidad: Comercio y Negocios Internacionales

Título y Grado Académico Obtenido: Magister

Especialidad: Finanzas Corporativas

Tiempo de docencia Universitaria: 5 años

Tiempo de experiencia profesional: 7 años

Pimentel 18 de septiembre de 2018

Mg. Jean Michel Carrión Mezones
DNI: 41609079

Figura 19:Datos del primer especialista

CUSTIONARIO

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	TD
1	¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio anual de menestras?	X		
2	¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio de frejol Canario anualmente?	X		
3	¿Qué cantidad de menestras exporta anualmente?	X		
4	¿Qué cantidad de frijol Canario exporta por año?	X		
5	¿Su área de almacenaje cree usted que está en buenas condiciones para sus productos de exportación?	X		
6	Puede detallar su Proceso y Costo de Producción.	X		
7	¿Puede detallarme su Plan de marketing para sus productos en relación a las cuatro P's que son: ¿Producto, Precio, Promoción y Plaza?	X		
8	¿Cómo está conformada su estructura organizacional y que función cumple cada persona que lo integra?	X		
9	¿Cómo financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?	X		
10	¿Puede detallarme el tipo de envase y embalaje que utiliza para la exportación de frejol?	X		
11	¿Cómo es su proceso de comercialización o canales de distribución para la exportación de sus menestras?	X		
12	¿Con que Incoterms trabaja?	X		
13	¿Qué medio de pago utiliza?	X		
14	¿Cuáles son los documentos de exportación solicitados para su producto?	X		

PROMEDIO OBTENIDO	N° A 14	Nº D _____	N° TD _____

Figura 20:Entrevista Validad (2do especialista)

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Validado por: Rocero Salazar Cesar Ricardo

Especialidad: Negocios Internacionales

Título y Grado Académico Obtenido: MBA

Especialidad: Negocios Internacionales

Tiempo de docencia Universitaria: 5 años

Tiempo de experiencia profesional: 8 años

Pimentel 18 de septiembre de 2018

Lic. Rocero Salazar Cesar Ricardo.
DNI: 44308266

Figura 21:Datos del segundo especialista.

CUSTIONARIO

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	TD
1	¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio anual de menestras?	✓		
2	¿Cuánto es su nivel de producción o capacidad de acopio de frejol Canario anualmente?	✓		
3	¿Qué cantidad de menestras exporta anualmente?	✓		
4	¿Qué cantidad de frijol Canario exporta por año?	✓		
5	¿Su área de almacenaje cree usted que está en buenas condiciones para sus productos de exportación?		✓	
6	Puede detallar su Proceso y Costo de Producción.	✓		
7	¿Puede detallarme su Plan de marketing para sus productos en relación a las cuatro P's que son: ¿Producto, Precio, Promoción y Plaza?	✓		
8	¿Cómo está conformada su estructura organizacional y que función cumple cada persona que lo integra?		✓	
9	¿Cómo financia la empresa la producción destinada a las Exportaciones?	✓		
10	¿Puede detallarme el tipo de envase y embalaje que utiliza para la exportación de frejol?	✓		
11	¿Cómo es su proceso de comercialización o canales de distribución para la exportación de sus menestras?	✓		
12	¿Con que Incoterms trabaja?	✓		
13	¿Qué medio de pago utiliza?	✓		
14	¿Cuáles son los documentos de exportación solicitados para su producto?	✓		

PROMEDIO OBTENIDO	N° A 12	Nº D 2	N° TD _____

Figura 22:Entrevista Validada (3er especialista)

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Para la pregunta N° 5, se pide detallar las especificaciones técnicas del Almacen como por ejemplo Temperatura, Seguridad etc. Y para la pregunta N° 8, se sugiere llevar modelos de Estructura Organizacional.

Validado por: García Araujo José Alberto

Especialidad: Maestro en Finanzas

Título y Grado Académico Obtenido: Magister en Finanzas

Tiempo de docencia Universitaria: DIEZ AÑOS

Tiempo de experiencia profesional: VEINTE AÑOS

Pimentel 18 de septiembre de 2018

Mg. García Araujo José Alberto.
DNI: 18032333

Figura 23:Datos del tercer especialista.

CUSTIONARIO

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	TD
1	¿Conoce si Lambayeque cuenta con la oferta exportable de frejol canario que permita elaborar un plan de negocios?	✓		
2	¿Conoce usted la existencia de empresas exportadores de frejol canario o de menestras en general en la región Lambayeque? ¿Cuáles?	✓		
3	Considera usted atractivo el mercado de México para la exportación de frejol canario?	✓		
4	¿Conoce usted que canal de comercialización se utiliza para la exportación de menestras a México?	✓		
5	¿Considera usted que el consumidor extranjero final conoce los beneficios de este producto?	✓		
6	¿Conoce las tendencias de consumo de alimentos en el mercado de México? ¿Cuáles son estas?	✓		
7	¿Qué tipo de envase es el más adecuado para la exportación de menestras al mercado de México?	✓		
8	¿Qué medio de transporte sería el más adecuado y más rentable? ¿Por qué	✓		
9	Qué certificaciones o requisitos internaciones se debe tener para ingresar al mercado de México?	✓		
10	10. ¿Conoce usted la modalidad de pago más empleado por los compradores de México?	✓		
11	11. ¿Conoce cuáles son los documentos de exportación para menestras a México?	✓		

PROMEDIO OBTENIDO	N° A 11	Nº D _____	N° TD _____

Figura 24:Entrevista validad para los expertos en el tema

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

No hay observaciones

Validado por: Jean Michell Carrión Mezones

Especialidad: Comercio y Negocios Internacionales

Título y Grado Académico Obtenido: Magister Finanzas Corporativas

Especialidad: Finanzas Corporativas

Tiempo de docencia Universitaria: 5 años

Tiempo de experiencia profesional: 7 años

Pimentel 18 de septiembre de 2018

Mg. Jean Michel Carrión Mezones
DNI: 41609079

Figura 25:Datos de la persona que validó la entrevista (1er especialista)

CUSTIONARIO

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	TD
1	¿Conoce si Lambayeque cuenta con la oferta exportable de frejol canario que permita elaborar un plan de negocios?	X		
2	¿Conoce usted la existencia de empresas exportadores de frejol canario o de menestras en general en la región Lambayeque? ¿Cuáles?	X		
3	Considera usted atractivo el mercado de México para la exportación de frejol canario?	X		
4	¿Conoce usted que canal de comercialización se utiliza para la exportación de menestras a México?	X		
5	¿Considera usted que el consumidor extranjero final conoce los beneficios de este producto?	X		
6	¿Conoce las tendencias de consumo de alimentos en el mercado de México? ¿Cuáles son estas?	X		
7	¿Qué tipo de envase es el más adecuado para la exportación de menestras al mercado de México?	X		
8	¿Qué medio de transporte sería el más adecuado y más rentable? ¿Por qué	X		
9	Qué certificaciones o requisitos internaciones se debe tener para ingresar al mercado de México?	X		
10	10. ¿Conoce usted la modalidad de pago más empleado por los compradores de México?	X		
11	11. ¿Conoce cuáles son los documentos de exportación para menestras a México?	X		

PROMEDIO OBTENIDO	N° A 11	Nº D _____	N° TD _____

Figura 26:Entrevista a los expertos validada

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Validado por: Rocero Salazar Cesar R.

Especialidad: Negocios Internacionales

Título y Grado Académico Obtenido: MBA

Especialidad: Negocios Internacionales

Tiempo de docencia Universitaria: 5 años

Tiempo de experiencia profesional: 8 años

Pimentel 18 de septiembre de 2018

Lic. Rocero Salazar Cesar Ricardo.
DNI: 44308266

Figura 27:Datos del segundo especialista

CUSTIONARIO

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	TD
1	¿Conoce si Lambayeque cuenta con la oferta exportable de frejol canario que permita elaborar un plan de negocios?	✓		
2	¿Conoce usted la existencia de empresas exportadores de frejol canario o de menestras en general en la región Lambayeque? ¿Cuáles?	✓		
3	Considera usted atractivo el mercado de México para la exportación de frejol canario?	✓		
4	¿Conoce usted que canal de comercialización se utiliza para la exportación de menestras a México?	✓		
5	¿Considera usted que el consumidor extranjero final conoce los beneficios de este producto?	✓		
6	¿Conoce las tendencias de consumo de alimentos en el mercado de México? ¿Cuáles son estas?	✓		
7	¿Qué tipo de envase es el más adecuado para la exportación de menestras al mercado de México?	✓		
8	¿Qué medio de transporte sería el más adecuado y más rentable? ¿Por qué	✓		
9	Qué certificaciones o requisitos internaciones se debe tener para ingresar al mercado de México?	✓		
10	10. ¿Conoce usted la modalidad de pago más empleado por los compradores de México?	✓		
11	11. ¿Conoce cuáles son los documentos de exportación para menestras a México?	✓		

PROMEDIO OBTENIDO	N° A 11	Nº D _____	N° TD _____

Figura 28:Entrevista validada por el tercer especialista.

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Ninguno.

Validado por: GARCIA ARAUJO JOSE ALBERTO

Especialidad: FINANZAS

Título y Grado Académico Obtenido: MAGISTER EN FINANZAS

Especialidad: MAESTRIA EN FINANZAS

Tiempo de docencia Universitaria: DIEZ AÑOS

Tiempo de experiencia profesional: VEINTE AÑOS

Pimentel 18 de septiembre de 2018

Mg. García Araujo José Alberto.

DNI: 79032333

Figura 29:Datos del tercer especialista.

FOTOS

Figura 30:Empresa FOOD EXPORT NORTE S.A.C

Foto con el Sub Gerente General de la Empresa Food Export a quien se le realizó la entrevista.

Figura 31: Sub Gerente General de la empresa Food Export Norte S.A.C entrevistado.

FOTOS CON LOS ESPECIALISTAS ENTREVISTADOS.

Figura 32:Especialista 1 entrevistado.

Figura 33:Especialista 2 entrevistado.

Figura 35:Especialista 3 Entrevistado.

Figura 34:Especialista 4 Entrevistado