



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE

NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE
GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU
EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO
DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autor(es):

Medina Cabrejos, Bryan William

ID ORCID: 0000-0003-2347-3364

Asesor:

Mg. Zuñe Chero, Limberg

ID ORCID: 0000-0002-3888-9445

Línea de Investigación

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2021

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS
ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA
PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA,
CHICLAYO 2018-2021**

Aprobación de la tesis

Presidente del Jurado de Tesis

Secretario del Jurado de Tesis

Vocal del Jurado de Tesis

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mis padres William Medina Guevara y Luz Cabrejos Adianzen, por el amor que me demuestran a diario. También a mis hermanos, porque ellos estuvieron presentes dándome apoyo para poder superarme. Me demostraron lo importante que soy para ellos y estoy orgulloso de tener una familia tan unida que está a mi lado en cada momento.

Medina Cabrejos Bryan William

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios por darme la vida, salud, fuerza en el tiempo de desarrollo de la investigación. Agradezco a mis padres William Medina Guevara y Luz Cabrejos Adrianzen por el apoyo económico que me brindaron estos 5 años de estudios, en la cual me han dado el empuje necesario para cumplir mis metas. A mi docente Zuñe Chero Limberg por ser el guía de mi presente trabajo de investigación.

Medina Cabrejos Bryan William

Plan de Negocio Para la Exportación de Galletas Artesanales dl Mercado de EE. UU en la Empresa Panaderia Oblitas del Distrito de Pomalca, Chiclayo 2018-2021

Plan Of Business For The Export Of Handcrafted Cookies To Market EE.UU In The Company Bakery Oblitas Of The District Of Pomalca, Chiclayo 2018-2021

RESUMEN

Bryan William Medina Cabrejos¹

La presente investigación tuvo como objetivo: proponer un plan de negocio para la exportación de galletas artesanales al mercado de EE. UU en una empresa panificadora, Chiclayo 2018, cuenta como primer objetivo determinar el estado producción y comercialización de galletas artesanales. Cuya formulación del problema fue: ¿De qué manera, un plan de negocio logrará la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito de Pomalca, Chiclayo-2018?, el método desarrollado es cualitativo-descriptivo esto obedece a la investigación, ya que describe la problemática empleada a la empresa. La muestra estuvo constituida por el Gerente General de la empresa Panadería Oblitas, al Jefe logístico de la empresa King kong San Roque y tres especialistas en comercio exterior. La misma que nos permitieron recopilar información para el desarrollo de investigación, donde se puede decir que a pesar de la demanda en el rubro de panadería y repostería la empresa Oblitas aún no ha alcanzado ingresar a nuevos mercados internacionales por falta de conocimiento para el desarrollo de un plan de negocio que le permita internacionalizarse, es por ello que al final de nuestra investigación se implementara un diseño de propuesta sobre un plan de negocio para que la empresa logre exportar sus galletas artesanales que son atractivas en las colonias peruanas que se encuentran en el exterior.

PALABRAS CLAVES: Plan de Negocios, Exportación, Galletas, Incoterms, Comercio

¹ Adscrito a la Escuela Académica Profesional de Negocios Internacionales Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email: mcabrejosbryan@crece.uss.edu.pe
Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2347-3364>

ABSTRACT

The objective of this research was to propose a business plan for the export of artisanal cookies to the US market. UU in a bakery company, Chiclayo 2018, has as its first objective to determine the state production and commercialization of handmade cookies. Whose formulation of the problem was: In what way, a business plan will achieve the export of artisan cookies to the US market. UU Panaderia Oblitas company Pomalca district, Chiclayo-201 ?, the method developed is qualitative-descriptive this is due to research, as it describes the problems used to the company. The sample was constituted by the General Manager of the company Panadería Oblitas, the Logistic Manager of King kong San Roque and three specialists in foreign trade. The same that allowed us to gather information for the development of research, where it can be said that despite the demand in the field of bakery and pastry the Oblitas company has not yet reached new international markets due to lack of knowledge for the development of a business plan that allows you to internationalize, that is why at the end of our investigation a proposal design will be implemented on a business plan so that the company manages to export its handmade cookies that are attractive in the Peruvian colonies that are in the Exterior..

KEY WORDS: Business Plan, Export, Cookies, Incoterms, Trade,

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Planteamiento del Problema.	12
1.2 Antecedentes de estudio	15
1.3 Abordaje Teórico	18
1.3.1 Plan de negocios:	18
1.3.2. Exportación:	27
1.3.3 Definición de Término.	45
1.4 Formulación del Problema	45
1.5 Justificación e importancia del estudio	46
1.6 Objetivos	47
1.7. Limitaciones	47
II. MATERIAL Y MÉTODOS	47
2.1 Fundamento y diseño de investigación seleccionado	47
2.2 Tipo de muestra inicial seleccionada.	48
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
2.4 Procedimientos para la recolección de datos.	52
2.5 Procedimiento de análisis de datos	53
2.6 Criterios Éticos	53
2.7 Criterio de rigor científico	54
III. RESULTADOS	55
3.1. Análisis y discusión de los resultados	55
3.2. Consideraciones finales	78
REFERENCIAS	139
ANEXOS	140

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Indicadores de comercio exterior	38
Tabla 2: Indicadores de crecimiento.....	40
Tabla 3: Clientes principales	42
Tabla 4: Muestra de estudio	49
Tabla 5: Operacionalización.....	50
Tabla 6 Esquema de plan de negocios.....	79
Tabla 7: Valores nutricionales de la galleta	85
Tabla 8: FODA de la Galletas artesanales.....	88
Tabla 9: Estado de ganancias y pérdidas Comercialización de Galletas -2017.....	88
Tabla 10: Principales empresas exportadoras de Panadería y Repostería (2017)	89
Tabla 11: Principales mercados de exportación de Panadería y Repostería (2017).....	90
Tabla 12: Principales países exportadores de Panadería y Repostería a Estados Unidos (2017).....	90
Tabla 13: Indicadores para determinar el mercado meta.....	92
Tabla 14: Comportamiento de los países con relación a cada indicador.....	92
Tabla 15: Ponderación estimada de cada país con relación al comportamiento de cada indicador.....	93
Tabla 16: Resultados obtenidos para elección del mercado meta	94
Tabla 17: Población de principales áreas metropolitanas.....	96
Tabla 18: Clasificación Arancelaria de Panadería y Repostería.....	102
Tabla 19: Precio de Galletas Artesanales (2014 – 2018).....	105
Tabla 20: Evolución de la población de Estados Unidos (2013-2017)	107
Tabla 21: Importación de bienes en Estados Unidos.....	107
Tabla 22: Demanda Proyectada de Galletas Artesanales (Panadería y Repostería) (2018- 2023).....	107
Tabla 23: Crédito Capital de trabajo.....	108
Tabla 24: Crédito Activo fijos	108
Tabla 25: Gastos Financieros	109
Tabla 26: Tabla de Inversión en Maquinarias, Equipos Y Herramientas.....	109
Tabla 27: Tabla de Inversión En Muebles Y Enseres	110
Tabla 28: Tabla de Inversión Fija Intangible	110
Tabla 29: Porcentaje de vida útil	110

Tabla 30: Tabla de Gastos de Depreciación y Amortización de Intangibles.....	111
Tabla 31: Tabla de Total Gastos de Depreciación y Amortización de Intangibles	111
Tabla 32: Kilogramos de productos por Caja.....	111
Tabla 33: Precio por producto	112
Tabla 34: Precio de útiles de oficina	112
Tabla 35: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE GALLETAS	113
Tabla 36: CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN EN PLANTA	113
Tabla 37: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN HARINA	113
Tabla 38: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN HARINA VEGETAL.....	114
Tabla 39: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN AZÚCAR BLANCA	114
Tabla 40: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN LECHE DESCREMADA EN POLVO.....	114
Tabla 41: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SAL PARA MESA.....	114
Tabla 42: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN POLVO DE HORNEAR	115
Tabla 43: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN BICARBONATO DE SODIO.....	115
Tabla 44: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN MANTEQUILLA.....	115
Tabla 45: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ESENCIA DE VAINILLA.....	116
Tabla 46: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN MANTECA	116
Tabla 47: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN HUEVOS X UNIDAD	116
Tabla 48: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ANTIMOHO	117
Tabla 49: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN AGUA HELADA.....	117
Tabla 50: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN MATERIALES.....	117
Tabla 51: Tabla de Total Existencias Por Año.....	118
Tabla 52: Tabla de Total kw	118
Tabla 53: Tabla de Consumo	119
Tabla 54: Tabla de Total Disponible	119
Tabla 55: Tabla de Estado de Inversión	121
Tabla 56: Tabla de Estado Financiero	121
Tabla 57: Tabla de Estado Financiero	122
Tabla 58: Sueldo mensual de Trabajadores	123
Tabla 59: Tabla Total Remuneraciones Por Año	124
Tabla 60: Tabla de Gastos Operativos.....	124
Tabla 61: Costos de producción anual.....	125
Tabla 62: Cajas por año	126
Tabla 63: Servicio Integrado Puerto	126

Tabla 64: Agente Marítimo	127
Tabla 65: Mercado.....	127
Tabla 66: Embalaje.....	127
Tabla 67: Unitarización	127
Tabla 68: Gastos de exportación.	127
Tabla 69: COSTOS FIJOS.	128
Tabla 70: COSTO VARIABLE.....	129
Tabla 71: TOTAL DE COSTO	129
Tabla 72: Proyección de costos de materia prima	130
Tabla 73: Precio FOB por caja de las Galletas Artesanales	130
Tabla 74: Tabla de Proyección de Ventas	131
Tabla 75: Tabla de Presupuesto de Ingresos y Egresos.....	132
Tabla 76: Costo Variable Unitario.....	132
Tabla 77: Tabla de Punto de Equilibrio.....	132
Tabla 78: Tabla de Monto de Equilibrio	133
Tabla 79: Tabla de Estado de Resultados.....	133
Tabla 80: Flujo de caja Proyectado	135
Tabla 81: Total de Egresos financieros	136
Tabla 82: Total de Caja Operativa Económico	136
Tabla 83: Tabla de VAN y TIR Económico.....	136
Tabla 84: Total de Caja Operativa Financiero.....	136
Tabla 85: Tabla de VAN y TIR Financiero	136

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1: Ficha RUC de la empresa Comercializadora de Oblitas	81
Imagen 2: Ubicación de la empresa.....	82
Imagen 3: Fotografía de la empresa Panadería Oblitas	82
Imagen 4: Importaciones Mundiales de Panadería y Repostería (2017)	84
Imagen 5: Galletas Artesanales	85
Imagen 6: El logotipo del tratamiento se muestra a continuación:.....	100
Imagen 7: Ficha técnica d.....	103
Imagen 8: Logotipo de marca para las galletas artesanales	104
Imagen 9: Ferias y Eventos IDDBA Dairy Dely Bake Seminar & Expo.....	106

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación estuvo determinado por la elaboración de un plan de negocios de exportación de galletas artesanales llamadas santa clara hacia el mercado de New York (EE. UU) en la empresa Panadería Oblitas del distrito de Pomalca, Chiclayo 2018.

Su principal problema de la empresa es que lleva 11 años comercializando y produciendo galletas artesanales en la misma localidad, sin a fin de poder exportar su producto hacia un mercado exterior, no cuenta una proyección de competir hacia el mercado exterior. Ya que no cuenta con la adecuada tecnología para tener una mayor producción y ser una empresa competitiva. Por lo tanto, se planteó la interrogante ¿De qué manera, un plan de negocio logrará la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito de Pomalca, Chiclayo-2018?

El objetivo de la investigación ha consistido en proponer un plan de negocios que logre facilitar la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo – 2018

1.1 Planteamiento del Problema.

Nivel Internacional

Tohana (2017) en el artículo Las exportaciones de panadería y pastelería industrial superan el 20%, indica que las exportaciones en sector industrial hay un crecimiento en las ventas del 0,8% respecto a 2015, y en el año 2016 el valor total de las ventas es 3.65 millones de euros de panificación y pastelería industriales. Siguiendo la tendencia de los años anteriores, las exportaciones han continuado su crecimiento hasta superar el 20% de la producción nacional. El total de exportación en el 2016 han supuesto un valor total de 839 millones de euros, para compensar el estancamiento de las ventas ha sido necesaria esta expansión internacional en el mercado nacional.

Por ello, se pudo ver reflejado que el artículo nos redacta el crecimiento de las exportaciones de panadería y pastelería como una buena fuente de ingresos hacia el mercado internacional de España, ya que cada año hay un crecimiento de ventas en la cual es muy factible para las empresas de panadería y pastelería industriales.

Así mismo, en Colombia País (2017), en el artículo Galletería y productos de panadería, un negocio que crece en el Valle del Cauca, dio a conocer que un estudio

realizado por la Cámara de Comercio de Cali, CCC, según el informe económico del sector el departamento tiene gran potencial en este campo, si las exportaciones aumentaran y reemplaza gran parte de las importaciones que se hacen desde la región. En el clúster de Macrosnacks se han identificado 80 empresas de galletería y productos de panadería en el Valle del Cauca, en 2015 facturaron \$450.137 millones y para el 2014 registraron una tasa de crecimiento de 9,2 %, registro superior al nacional.

Por ello, se pudo ver reflejado que en la región del valle del cauca la mayor son importaciones que se realiza, sin tener una visión en exportar más sus productos, obtendrían mayores ganancias.

En España Ices (2016) en el artículo Estudios de mercados y otros documentos de comercio exterior, da mención que los mercado de la confitería, repostería y panadería industrial en el país de Puerto Rico en el año 2016, es una actividad que aporta a la economía del país, con un 20% de manufacturas totales de alimentos. Las importaciones de la categoría de galletas dulces es la que mayor proporción tiene sobre el volumen y el valor total. Indicando que, en el 2015, supuso el 34,5% del valor total y 34,3% del volumen.

Por lo tanto, se consideró que Puerto rico es un gran mercado para exportar productos de repostería y panadería, por el alto consumo de productos manufacturados,

Nivel Nacional

AgrodataPeru (2016) en el artículo publicado Productos de Panadería - Panetones Perú Exportaciones 2017, se tiene en consideración que en el sector de exportación para productos de panadería, realizando un cuadro estadístico especificando los países de mayor producción, se ve reflejado que más acogida ha tenido el mercado EE. UU, por su mayor exportación de productos de panadería. Reflejado que las exportaciones al mercado de EE. UU indicó que en el 2017 hubo un déficit que el año anterior, ya que exportaron 2046 productos y en el 2016 exportaron 3167 productos en todo el sector de panadería, teniendo como mayores ganancias. En el cuadro estadístico para las exportaciones en FOB de productos de panadería Panetones II en el año 2017, realizaron un análisis de aquellas empresas que exportaron, vemos que la empresa Nestlé obtuvo mayor acogida en los mercados internacionales ya que exporto 1317 panetones, y su competencia la empresa Gloria no tuvo mucha acogida porque exporto una cantidad de 883 panetones.

Por ello, se pudo ver reflejado que en el 2016 tuvo mayor acogida en el mercado internacional en el sector de productos de panadería, para el año 2017 existen empresas que tuvieron mayor acogida en exportaciones de panetones, como la empresa Nestlé realizó mayor producción y mayores ventas hacia el mercado exterior.

Diario Trome (2016), en el artículo publicado Don Teodoro Ortiz es dueño de 'Inca sur', tiene cuatro plantas de producción y exporta quinua, kiwicha y chocolate a Sudamérica, Europa y Asia, considera que desde hace 40 años, tiene un compromiso con el poder transformar, asimismo poder comercializar los cultivos andinos, tales como la Kiwicha (amaranto), la Quinua, las Habas, Maca y el Cacao, haciendo que se conviertan en mejores productos con un valor muy alto en nutrición que sea garantizando su consumo, para el Perú y para todo el mundo. A la vez no todo fue color de rosa, cuenta que uno de los problemas que tuvieron fue en el gobierno de Fujimori, en el que se dictaron varias normas no favorables para la empresa. Antes, las industrias provincianas tenían incentivos tributarios: un descuento en el I.G.V, descuento en el impuesto, entre otros, en la cual no afectaba al negocio que realizaban. Después variaron los precios en tal forma que industrias provincianas sobrevivieron, mientras que otras desaparecieron.

Por ello, que se consideró que mediante el cambio de gobierno hubo muchas dificultades por las nuevas normas que se estaban dando a establecerse, pero no fue un impedimento para Don Teodoro Ortiz de poder salir adelante y ser un empresario exitoso, llevando su producto hacia el mercado exterior.

Nivel Local

Rpp (2016) en el artículo Exportación del King Kong lambayecano creció en un 40%, se obtuvo como información que el dulce de galleta relleno con manjar, se ha posicionado en el mercado de Canadá, Estados Unidos, Bolivia y Japón, se manifestó que la exportación del dulce tradicional se da en grandes cantidades y se exporta al mercado exterior y durante este año se logró una producción mayor al 40%, teniendo un crecimiento gradual. En este mercado local su tipo de producción teniendo un crecimiento si se llega a comparar con el incremento del año anterior, este creció en un 12%, y lo que se espera es poder duplicar el crecimiento en porcentaje para el año que se aproxima.

Este artículo se tuvo en consideración que el King Kong cada vez tiene una buena posición al mercado exterior, con un buen beneficio de ganancias a la empresa San Roque.

Situación de la empresa

Panadería Oblitas es una empresa conocida a nivel local, lleva una trayectoria de 11 años dedicada a la elaboración de una variedad de repostería y panadería. Actualmente la empresa Panadería Oblita lleva 5 años elaborando galletas artesanales Santa clara, en el distrito de Pomalca. Existe mucha competencia de empresas relacionada al mismo rubro, pero ninguna relacionada a la exportación de galletas artesanales hacia el mercado exterior. La empresa aún no tiene planes de exportar, ya que no cuentan con conocimientos suficientes para poder competir con el mercado internacional, además de no contar con la tecnología adecuada para su producción y no tiene personal capacitado en comercio exterior, por ello no le permite ser competitivo. Pero a corto plazo la empresa piensa generar exportaciones, con mayor implementación de personal y equipos necesarios para que lleve a cabo su objetivo.

1.2 Antecedentes de estudio

Nivel Internacional

Lavaggi, Mori y Rozas (2016) en su tesis Plan de negocio para una empresa de exportación de chocolate orgánico tiene como objetivo la identificación y el análisis del mercado objeto del chocolate orgánico, concluyeron:

En la investigación del mercado, mediante el análisis de bases primarias y secundarias, se logró la determinación que el país de Estados Unidos es quien tiene mayor aceptación, puesto que así lo representa frente al producto que ofrecen los autores. Por otro lado, se logró validar el tipo de acceso, ya que mediante el crecimiento del mercado de chocolates orgánicos, que presentan los autores en su proyecto, evalúa al consumidor determinado y al tipo de canales a quienes se distribuirá y a aquellos puntos accesibles en donde se logrará generar las mayores ventas posibles.

Asimismo, los autores reflejan el punto en el cual se deberá mostrar la garantía del sostén del proyecto, por lo cual será necesario poder producir mejores alianzas, las cuales deberán ser evaluadas para que tengan las suficientes estrategias con los proveedores que abastecen el cacao, y todo lo que equivale a los insumos principales para la producción del producto; de tal manera que ellos esperan a que no ocurran cambios tan drásticos en la demanda de los productos, con la finalidad de que no exista afectación en a los clientes externos en su abastecimiento.

En síntesis, los autores concluyen que el proyecto resulta rentable en su plan de negocios, puesto que debe de implementarse lo más breve posible, recomendando que se explore los negocios en los mercados de Reino Unido y Alemania para que se obtenga un grado de expansión de mercados internacional.

Moreno (2015) en su tesis Plan de negocios para la exportación de galleta de banano hacia el mercado Fair Trade de Europa, tiene como objetivo elaborar un diverso plan de negocio para obtener la exportación de galletas de banano para el mercado de Europa por lo que se concluyó:

El autor concluye que para la realización del plan de negocio, y su desarrollo en su proyecto se deberá contar con los suficientes recursos económicos a fin de que se logre un resultado óptimo, por otro lado especifica la cifra de la suma de su capital de trabajo con lo que inició a emprender su proyecto por los primeros meses, ya que asume que debe obtenerse los recursos al principio del proyecto puesto que es cuando se comienzan a emprender las diversas gestiones para el desarrollo de las actividades propuestas, todo ello hasta que la empresa logre generar sus propios ingresos en lo que corresponde a las ventas (Pág. 67).

De tal manera, el autor establece que la Tasa Interna de Retorno (TIR) su porcentaje es solo un poco menos de la mitad del 100%, ya que al tratarse de la tasa de descuento que es quien factura el valor actual a un valor nulo, es decir a un valor cero, como si estaría en el valor neto que se tuvo al momento de la inversión que se tuvo al inicio del proyecto. Concluyendo que la TIR se desencadena una tasa mayor al que se espera para que rinda al inicio, por lo que se prefiere que la inversión del proyecto siempre se realice (Pág. 67).

Nivel Nacional

Cadena y Muñoz (2017) en su tesis 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 tiene como objetivo tratar de poder establecer cómo es que su Plan de Negocio accede la realización de la exportación de su creación que es la salsa de mango, todo ello siendo exportado al mercado más exhaustivo en el país de Estados Unidos, siendo precisos los autores cuando direccionan dicha exportación a la empresa Sami Export S.A.C, llegando a la conclusión:

Que el país de Estados Unidos tiene un mercado con mayor accesibilidad para el producto que se exporta, que en este caso es la salsa de mango, esta mayor acceso se debe a que existen mayores tendencias en los consumidores del país extranjero, ya que allí existe una mayor capacidad para que los consumidores puedan adquirirla en el país, ya que es un país donde consumen ese tipo de salsas porque es como recrear a los alimentos que se hacen en casa; además los autores concluyen que existe una suficiente producción del producto para poder ser exportado al mercado del extranjero teniendo una cifra ascendiente a 18 000 litros de la famosa salsa de mango, esta cantidad es la que facilita el poder exportar lo indicado para lograr compensar la demanda del mercado internacional y a la población de consumidores. Concluyen también que este producto de exportación, como lo es la salsa de mango, se encuentra al alcance de la economía de la población que la demanda, siendo económicamente factible con respecto a los itinerarios financieros que son los que rentan el Valor Actual Neto Económico (VANE) que es de la cifra ascendiente de S/. 195,337.91 soles, todo ello es efectuado por los autores quienes concluyen que existe una factible rentabilidad y que los indicadores lo reflejan en sus resultados positivos, por lo cual deducen que su proyecto es totalmente factible.

Luque (2015) en su tesis Plan de negocios para la exportación de quinua a Canadá, 2015, se obtuvo como objetivo implementar un Plan de negocio que permita la exportación de la quinua en el país Canadá, por lo que se llegó a la conclusión:

El autor concluye que durante el desarrollo de su proyecto, se pudo realizar el plan de negocios para la exportación de Quinua al país de Canadá, todo ello lográndose de manera eficiente durante el periodo del año 2015. Es por ello que a través de su resultado se denota que para obtener una aceptación positiva y satisfactoria, en lo que equivale a su rentabilidad, debe ser mediante un estado de inversión y a la vez teniendo estabilidad en la aceptación del mercado de manera paulatina.

El autor, en su proyecto refiere las cifras de su capital y de la suma que se recopiló en los dos primeros años y medio, y que a través de la sostenibilidad de lo que obtenían de los resultados de su rentabilidad, es que se aprecia que los resultados de las ventas en sus primeros años es que se puede notar que durante ese periodo casi se pudo recuperar todo lo invertido en la iniciación del proyecto, he ahí la importancia de la inversión al inicio de todo proyecto.

Nivel Local

Benavides y Zeña (2016) en su tesis Plan de negocios para la exportación de galletas de quinua al mercado de EE.UU de la empresa T&C procesadora de alimentos S.C.R.L, Chiclayo 2016, la cual planteó como objetivo el lograr comprobar cómo es que el Plan de Negocio logra proporcionar o facilitar la empresa T&C procesadora de alimentos S.C.R.L, quienes son exportadores de las galletas de quinua a la población de demanda del mercado internacional de los Estados Unidos, en el mismo que lograron concluir:

Que, un plan de negocios se desarrolla de manera apositiva frente a la exportación de galleta de quinua, lo que logra comprobar que existe un resultado positivo con los planes de negocios, ya que esta se comprueba que es un instrumento que permite guiar a la empresa para poder llegar a cumplir sus metas y objetivos plasmados, de la misma manera, este instrumento sirve para que se realicen planificaciones de una manera más práctica y ordenada todas aquellas actividades que se desarrollen para estudios de los mercados a donde se desea exportar, también el poder obtener un plan de marketing, y hasta lograr un estudio financiero, el mismo que concederá la exportación para el mercado de los Estados Unidos. Se describió la situación de la producción de galletas de quinua en la empresa T&C procesadora de alimentos S.C.R.L, en el cual se constó que se produce galletas desde hace dos años, que no cuenta con tecnología avanzada, pero si cuenta con la capacidad de producir galletas para la demanda local e internacional, además cuenta también con almacenes para albergar dicho producto a nivel local.

1.3 Abordaje Teórico.

1.3.1 Plan de negocios:

1.3.1.1 Definición

Weinberger, K. (2009). Se refiere a que un plan de negocios, es el efecto del proceso que se realiza a través de una planificación, que es redactado una manera clara, precisando lo que se requiere y de manera escrita, plasmada en un documento. El autor señala que para poder encaminar un negocio, es necesario la realización de este plan, puesto que en el se especifica todo aquello que es prescindible para el proceso y desarrollo de un negocio eficaz, donde se plasma los objetivos que se trazan para obtener desde las actividades pactadas, hasta la propia finalidad que la impulsa para lograr su desarrollo. (Pág. 33)

Para qué sirve:

Infoautónomos (2017), en su artículo Plan de negocio señala:

Que para un plan de negocio efectivo que es redactado una manera clara, precisando lo que se requiere y de manera escrita, plasmada en donde se ilustra una idea, cumple las siguientes funciones:

Primero identifica, describe y llega a ser específico en lo que se quiere exteriorizar.

Reconocer si es viable el negocio, es decir si este se puede desarrollar, de manera comercial, si se puede llegar a vender, y financieramente si este negocio resultará rentable.

Proyectar las posibles estrategias que se puedan delimitar, a través de los pasos que se puedan seguir y a su vez todo los recursos que se puedan manejar para lograr que la idea plasmada en el plan de negocio se convierta en una empresa de prestigio y eficaz.

1.3.1.2 Características que debe reunir un plan de negocio

En un plan de negocio, el contenido en base a su nivel en el proceso de su desarrollo puede ser variado dependiendo del proyecto en que se enfoque o cambiar a otro diferente; sin embargo, esto puede ser variable dependiendo de qué manera se extienda en algunos aspectos donde se plasma la cifra de la inversión que se desarrollará, cuán complejo este puede llegar a ser (según el tipo de actividad) y del escenario o panorama del proyecto. Por otro lado, no se debe olvidar que cualquier plan que se decida desarrollar, este deberá contar como mínimo con las características esenciales y tener las respuestas a aquellas interrogantes similares a las que se debe evaluar.

En empresas sencillas un plan de negocio se puede limitar a unas pocas páginas mientras que en startups o empresas de cierto tamaño el plan de negocio puede extenderse bastante más. En cualquier caso, se recomienda no superar las cincuenta páginas e incluir un buen resumen ejecutivo en las primeras dos o tres páginas que sirva de síntesis y presentación.

De igual manera, esto debe ser realizado de la manera más clara y precisa posible, puesto que es una forma de entendimiento rápida y puede ser captado por otra persona, además, esta tendrá que ser lo más convincentemente posible, ya que esto depende de lo que se logró conseguir por parte de quienes financien el proyecto del plan necesariamente.

1.3.1.3 Contenido plan de negocios

Según Laos y Navarro (2006), de su libro “plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a exportar” hace referente al plan de negocios que debe encontrarse constituido por:

1. Resumen ejecutivo: Este resumen selecciona y agrupa la información más importante y todos aquellos aspectos que la realzan como tal, para que cada cual dentro de las áreas del Plan de negocio se efectúe de manera sobresaliente, y para ello es imprescindible que sea específico, detallado y explicativo. Asimismo, el contener una información importante dentro de este punto, es para que el receptor de la información, es decir del resumen ejecutivo, pueda captar las ideas principales y los objetivos a los cuales apunta el negocio y entenderlo de manera total; toda vez que, este punto se desarrolla como principal, ya que tiene todo el contenido de la información desarrollada del plan de negocios.

2. Producto o servicio: Refiere los caracteres que describen al producto o aquel servicio que se incorporará en los mercados, además ello debe mostrar el grado de satisfacción que existe o las necesidades que se tienen que abastecer. En este punto tienen que ser aquellos recursos industriales, los que se utilizarán para los insumos, aquellos que cubrirán los servicios de manera profesional o comercial; y para ello es imprescindible detectar todo proceso que se realizará de manera productiva.

3. Equipo de trabajo: Este punto es indispensable para un óptimo resultado, ya que son aquellas personas que en conjunto forman el desarrollo de una organización, y que son el punto clave para que con ello se puedan realizar las acciones en base a sus objetivos que son estrategia para lograr todas las metas de manera eficiente durante un periodo exacto.

4. Plan de marketing: Es aquel procedimiento que se conforma en todas las actividades y en el desarrollo de las funciones de manera general, dirigidas a los consumidores que conforman el mercado de inversión. Asimismo, el plan de marketing especifica dentro de un plan de negocios que deberá primero existir una identificación e investigar el mercado, a su vez se deberá especificar la producción de otros productos novedosos; en cuanto a las ventas se deberá tener un planeamiento conciso, una buena administración y ejercer un control sobre ellas; por otro lado también se deberá especificar en los mercados donde se invertirá, el posicionamiento que se tendrá; además la publicidad será un punto importante a través de la promoción que se le brinde.

5. Organización empresarial y sistema de negocio: En esta clase de organización, el desarrollo de esta se realiza en base a su función y de qué manera se determinan, asimismo, a las responsabilidades que conlleva el trabajo que surte entre la empresa y sus

trabajadores, con la finalidad de poder lograr llegar a cumplir con los objetivos que fueron plasmados para obtener un óptimo resultado.

Este sistema de negocio, se encuentra conformado por los procesos que se desarrollan de manera interna en el procedimiento de su realización en la organización, ello implica que la propia empresa deberá generar los implementos necesarios para que cuando se quiera hacer la entrega de la valorización a un cliente de manera física mediante un servicio o en todo caso un producto.

6. Plan de implementación: Este tipo de plan que se le denomina de implementación, se encuentra dirigido a todas aquellas actividades programadas, en donde se concisa todas las fechas programadas e irrevocables que se dan desde el inicio del plan de negocio hasta su desarrollo en general. En este punto se realiza todos aquellos plazos que se conforman para el desarrollo del negocio, puesto que con ello se tendrá una mejor manera de organización ya sea por años, meses o días.

7. Riesgos para la empresa: En este punto se muestra la realidad que puede desarrollarse en cualquier plan de negocio, con cualquier tipo de complicación que se dé de manera interna o externa en la empresa; toda vez que ello pueda ser calificado por cualquier rango de riesgo, como por ejemplo el económico, el de tiempo, el de socialización, etc.

8. Financiación: En la financiación se involucra el sistema contador dentro de cualquier empresa, constituyéndose como un instrumento práctico y de gran utilidad que conlleva a ser de manera más fácil dentro de la toma de decisiones, ya que con ello mantendrá un constante control en las operaciones y de esta manera podrá ser garantista en el rubro financiero de la empresa; en otras palabras, este punto busca otras maneras de alternativas que lleguen a permitir un mejor ahorro en los gastos o costos que se den.

1.3.1.4 Plan de negocio: caso práctico

Según Mariño (2014) en su libro “Plan de negocio: caso práctico” hace mención sobre lo que debe constar como un plan de negocio pero que nace a través de tener idea empresarial, y sobre ello que debe seguir los objetivos que se trazaron y de manera estratégica lo que decida hacer la empresa para realizarlos satisfactoriamente.

En este caso en particular, es cuando el emprendedor quiere tratar de crear una idea de plan de negocio, pero en el camino se tropieza con diversos inconvenientes. Por ello, es que dentro del plan de negocio, durante su proceso ayuda a interactuar con la realidad del

negocio, a entenderla a través de su estudio y de la manera en que se planifica la posibilidad financiera, a su vez estudia la posibilidad técnicamente y la económica del proyecto que pondrá en práctica. Por otro lado, se debe tener en consideración todo lo que se desarrollará a su alrededor, como en los mercados potenciales en los que se posicionará la empresa, en donde competirá, los recursos financieros y el personal que se tendrá en cuenta; así como la documentación que es necesaria para que la empresa comience a realizar su función. Además, el llamado plan de negocio es importante y fundamental de tal manera que de ello depende la presentación para que al interactuar como nueva empresa, las demás empresas tengan una idea de cómo es el negocio y decidan apostar por formar relaciones financieras, que integren parte de las acciones, en enfoque con los trabajadores, proveedores y los clientes, entre otros aspectos.

En consecuencia a ello, el emprendedor tendrá que recopilar un buen plan de negocio donde deberá contar con una explícita y específica información concerniente de lo que trate el negocio. En un buen plan de negocio debe contar con los siguientes aspectos:

Presentación del producto que se desarrollará y de la empresa a cargo.

Los aspectos que se tomarán para los documentos que se tramitarán de manera legal para la formación de la empresa. Se refiere a establecer de manera administrativa y legal, los trámites necesarios para que la empresa quede constituida y se consagre su régimen fiscal.

También se tendrá que realizar un análisis de los mercados; ya que su finalidad es denotar que la oportunidad de negocio sí existe. Esto trata de asemejar todo aquello que se encuentre asemejado a los mercados, el aspecto legal, la segmentación, etc.

Con respecto al análisis de plan de negocio, es donde se deberá determinar cuáles serían los procesos que se adecuen más para poder obtener una mejor productividad, en poder señalar los recursos necesarios en la implementación de los materiales, asimismo, establecer el período de producción y su capacidad, especificar el personal con el que contará, constituir un plan para la inversión, de igual manera con la calidad del producto.

1.3.1.5 Plan de negocio de la microempresa

Según Vargas (2013), en su libro Marketing y Plan de negocio de la microempresa da a conocer que el plan de negocio es un escrito en el que se recoge la idea de negocio de una persona. En él se pretende justificar la creación de una empresa y se analiza la viabilidad de la operación. Un plan de negocio es viable cuando existe la posibilidad de

ponerlo en funcionamiento. El bien (producto) que se va a realizar o el servicio a prestar ha de venderse, pero para ello es necesario analizar la capacidad técnica, si existen los medios necesarios para su venta y si hay suficientes recursos económicos para ocasionar el servicio o producir un bien. Elaborar un plan de negocio es una fase fundamental para la creación de un negocio, ya que obliga a estudiar con detalle los pasos a seguir, sirve de instrumento de control empresarial y además involucra a terceros. La elaboración de un plan de negocio obliga a analizar el proceso preciso para la actividad de la empresa antes de iniciar la actividad y evita posibles errores. Se trata de una planificación inicial para evaluar cuanto antes los posibles errores y aumentar con ello las probabilidades de éxito. Por otro lado, sirve como herramienta de control empresarial, ya que se comparan las previsiones establecidas inicialmente con la realidad, y así se analizan posibles desviaciones producidas.

1.3.1.6 Objetivos del estudio y plan estratégico de viabilidad

Según Tarazaga (2015), en su artículo “Objetivos estudio y plan estrategico de viabilidad” señala que sus objetivos son plasmados en buscar un análisis de posibilidad comercial y un posible estándar de negocio; esto es para que se pueda concretar que existe una promoción de marketing, y así poder formar un plan determinado del proyecto.

Lo que establece el autor es que con el estudio de su artículo es que se trató de conocer la representación sobre el potencial de la aceptación de los compradores y de aquellas otras empresas que se pueden incluir en el plan de negocio. Por otro lado, en lo que se supone sobre el marketing estratégico, en donde era necesario promover un posicionamiento para todos los promotores que se encontraran dentro del portal para su aceptación, y de esa manera desarrollarse dentro del mercado de inversión. Sin embargo, con relación a otros negocios, este se diferencia debido a que en este se tendría que realizar una incorporación de la posición que sean de un interés social; toda vez que se le reconoce como un tipo de apoyo en las iniciáticas para que exista una contribución social de manera íntegra para aquellos que no sean tan favorecidos, como una herramienta de compromiso social corporativo con la finalidad de que las demás empresas se comprometan en este.

1.3.1.7 Verificación de la viabilidad del mercado

Deposito de documentos de la FAO (sf), en su articulo “ planificacion y diseño de mercados rurales” nos comentó que la finalidad de lo que evalúe dentro de esa etapa es para que se pueda tratar de evaluar lo que los mercados proponen para que se pueda

buscar una seguridad en el aspecto económico. Además, muestra el resultado del impacto que tienen los mercados y que este debe ser medido en su valoración y de qué manera benefician en el aspecto financiero con el objetivo de que se pueda expresar si este puede permitir que el capital sea recuperado y cubierto por los ingresos que se logre recuperar. Se presenta en dos aspectos; uno al nivel de Esto depende de dos factores: los niveles de destreza de los mercados para acaparar a los operadores que quieran adaptarse a la calidad de arrendación y a los gastos que se den. Por otro lado, la rendición del financiamiento serán protegidos, con la finalidad de llegar a lo que se propuso y a alcanzar lo que se invirtió mediante la infraestructura para que se mantenga en niveles más bajos del empleo de construcción.

1.3.1.8 Viabilidad organizacional

Según Pabon (2013), en su artículo “Viabilidad organizacional , legal y social” nos dijo que: la finalidad de la viabilidad organizacional es examinar los puntos que se utilizan para cuando se lleve a cabo el proyecto, al proceso que tendrá de manera administrativa y los efectos del aspecto económico al terminar de evaluar su estimación.

Cada tipo de proyecto por más similar que sea, no se compara a otro, puesto que es unificado por cada una de las características que contiene y que son propias de el para que tenga un específico tipo de proceso y sea parte de su organización.

1. Diseño Organizacional

Este tipo de diseño, es tomado dentro de un teoría que es anunciada por su autor Henri Fayol, quien indica que la organización se realiza a través de dividir y equiparar el trabajo entre todos, y que además debe ser generado y administrado por una sola persona que sea reconocida como autoridad y responsable.

1.3.1.9 Viabilidad tecnologica

Según Clavijero, (sf) en su artículo “viabilidad tecnológica” hace mención acerca de la determinación de la viabilidad tecnológica, que trata acerca de aquella producción eficiente que sea por la cual se lleve un mejor manejo de los recursos que se tienen para producir y obtener el producto esperado; en otras palabras, que se ocupara los recursos suficientes para poder realizar la producción, lo que se tiene y se utilizará.

El autor señala que cuenta con objetivos esenciales el poder cuestionar y validar qué tipo de posibilidad en el ámbito técnico en la producción del producto se pueda

realizar de manera eficaz, utilizando los recursos con los que se cuenta, realizándolo de manera eficaz en relación a sus caracteres esperados.

Elementos que son necesarios para el análisis de la llamada viabilidad tecnológica

- Representación del producto.
- Describir el proceso de fabricación a mano elegido (con diagramas de flujo).
- Determinar el programa que se utilizará y a su vez acerca del tamaño de la planta.
- La elección del equipamiento y maquinarias.
- Localizar la planta.
- La distribución de la planta seleccionada.
- Reserva de los recursos materiales y de las infraestructuras.
- Abastecimiento de personal en cuanto a mano de obra.
- Desechos.
- Apreciación de la valoración de lo invertido y la producción que se ejerza en la planta.

1.3.1.10 Misión y Visión

Las conceptualizaciones enfocadas en la Misión y Visión se centran en el planteamiento de los objetivos a los cuales puedan alcanzar cualquier persona. Estos conceptos son mediante los cuales se puede adquirir los resultados que se refieren como esperados.

- **Misión**

La misión es el impulso del objeto de ser partícipe de la organización de la empresa formada; es aquella razón que motiva a enfocarse en lo que concierne al tiempo presente, esto es, que se refiere a toda aquella actividad que es justificada por quienes la realizan en ese momento determinado.

- **Visión**

La visión que se plasma en una determinada empresa, consiste en una perspectiva a un largo plazo, es decir lo que se espera de la organización que se haya planteado a través de objetivos, es aquella visión idealista que se pretende que se llegue a desarrollar. Además, esta visión debe mantenerse en límite de la realidad, ya que aunque sea ambiciosa debe ser en concordancia a regir motivacionalmente a que la empresa pueda realizar lo esperado.

1.3.1.11 FODA

Según Leyva (2016) en su blog sobre FODA: Matriz y Análisis Foda: Es considerado como un instrumento para el desarrollo de una empresa, se determina de tal manera porque contiene las fortalezas de dicha empresa, las oportunidades que se presentan en esta, por otro lado, las debilidades con las que pueda contar y con ello las amenazas que contraiga con los efectos de esas debilidades (FODA), realizado a través de un esquema que lo que trata de hacer es demostrar todos los puntos positivos y los que no lo son para tenerlos en cuenta, como un beneficio para el negocio de manera estratégica.

Además, con ello cabe resaltar que en cualquier punto que se diera un escenario de complejidad, mediante esta herramienta llamada “FODA”, se puede lograr hacerle el frente a algún problema de manera eficazmente. Situándose en aquellos factores que son de mayor aceptación y de gran impacto dentro de la organización, como puede ser en la vida diaria si este fuera el caso, pero que es de ahí, de donde se realizarán la toma de decisiones y de qué manera pertinente se deberá actuar.

Por último si es en referencia al FODA, es un tipo de ayuda para poder enfocarse en lo que es mejor o más óptimo para la empresa, siendo una ventaja competitiva mientras es una mejora para la dirección que decida tomar la empresa, obteniendo mejores oportunidades dentro del mercado en una competencia sostenible y sobre todo en una eficaz.

1.3.1.12 Económico financiero

Según Villegas (2018) en su blog sobre TIR y VAN: Calculo dice:

TIR

En cuanto se refiere a la tasa interna de retorno o llamada también de rentabilidad dentro de las inversiones, es aquella que se conceptualiza como aquella con la que la valorización que se encuentra actualmente o el valor neto llamado también, sean igual cero. Por lo tanto los valores que se calculan por intermedio del flujo de caja, serán aquellos que traigan consigo los posibles índices futuros, ya sean estos positivos o no.

La TIR es enfocada como una guía en la rentabilidad dentro del desarrollo de cualquier proyecto, se estima que es el mejor tipo de rentabilidad porque casi siempre sus índices

son mayores; es por eso que se llega a ser uso más de esta porque es más aceptada en un plan de inversión.

Es por ello que este tipo de tasa se considera que es comparada como mínima, porque es dentro de una inversión que no genera riesgos y que la oportunidad es para que exista un tipo de comparación como tasa en el aspecto de qué tan rentable es, en el riesgo que se toma, como por ejemplo cuando en una cuenta de ahorros te pueda generar intereses.

Un punto importante es que si la TIR en base a su rendimiento logra superar la llamada tasa de corte, entonces la inversión si se daría y se deberá aceptar automáticamente, pero si en otro tipo de escenario ocurre todo lo contrario, no habría otra opción más que el rechazo.

$$\text{VAN} \quad VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

El Valor Actual Neto dentro de la inversión, o que esta se encuentre en el desarrollo de un proyecto de inversión, se puede referir a esta como una clase de régimen de rentabilidad necesaria que debe ser proporcionada al proyecto que se esté ejecutando, puesto que con eso logra medir desde el principio la manera en que se encuentra incrementando la valorización que se puede proporcionar a los dueños; toda vez que, cuando se encuentre el descuento del monto de inversión inicial, que debió ser realizado.

1.3.2. Exportación:

1.3.2.1 Definición

La exportación es el sistema aduanero que aprueba que todo tipo de mercancías puedan salir de la jurisdicción de un país a otro, pero que para ello debe pasar por ciertos filtros y requisitos que exige la aduana, para que permita la exportación del producto puesto que así se aprobara el consumo y también el uso del mismo. Es decir, que la exportación consiste en la salida de la jurisdicción de un país a otro de manera física. (Villanueva, 2011).

1.3.2.2 Requisitos para exportar

En cualquier tipo de exportación se deberán incluir los siguientes documentos:

- **Factura comercial:**

Deberá ser escrita en el idioma de inglés, si se tratase de un país hispanohablante.

- **Lista de empaque:**

Se refiere a una relación (en forma de lista) donde se deberá detallar todo lo que contiene la embarcación.

- **Conocimiento de embarque (B/L, AWB, WB):**

Es aquel documento con el cual se podrá certificar que la mercancía que se traslada ha sido recepcionada por quien las transporta.

- **Certificado de origen:**

Es aquel documento en donde se puede certificar que la mercadería que se pretende exportar, fue elaborada dentro del territorio peruano, puesto que con ello se podrá amparar o favorecerse con los beneficios de los aranceles de los países que serán su destino.

- **Póliza de seguro:**

En este caso va a depender si es que existe un acuerdo mutuo por las partes, ya que quien exporta la mercancía va a adquirir este seguro favoreciendo en este caso al cliente.

- **Declaración Única de Aduana:**

En este documento que es realizado por las aduanas, es con el que termina todo el procedimiento para la realización de la exportación de la mercancía, pudiendo de esta manera que toda la información se encuentre en la documentación comercial. (CCIA, 2014)

1.3.2.3 Principales riesgos en las exportaciones

Los procedimientos internacionales conllevan a grandes dificultades; es por ello que, para una considera negociación, y también para adecuada manera de utilizar con respecto a los contratos que son de rubro internacional para una mejor garantía de estos. (Aduana, 2014)

Áreas de riesgo más habituales:

- **Riesgo de interpretación:** en la diferencia de idioma y cultura.
- **Riesgo Comercial:** concerniente a los costos de la exportación.
- **Riesgo de fabricación:** deben cumplir la medida los productos a exportar
- **Instrumento de pago:** amenazas que son innatas a ellos
- **Riesgos documentales:** desarrollo y adquisición de documentos

- **Riesgos de crédito:** en los pagos a destiempo por el cliente
- **Riesgos de tipo de cambio:** en el contrato por el precio y la manera de pago
- **Riesgos jurídicos:** en la reglamentación, en lo legal y comercial
- **Riesgos de conformidad de la mercancía:** en base a la calidad que prefieren los mercados
- **Riesgos de inversión:** en la creación de redes comerciales en el exterior
- **Riesgo-país:** amenazas por parte de la política y su influencia

1.3.2.4 Tipos de exportación

1.3.2.4.1 Exportación directa:

Este es la manera de la exportación en donde no hay quien haga de intermediario: ya que en este tipo de exportación lo que sobresale es que existe una mayor involucración por el lado de la empresa con respecto al comercio de manera internacional, lo único que puede ser un apoyo es un tipo de grupo de personas que puedan respaldar durante el proceso, en el aspecto de la administración es más acertado que tengan que viajar al país donde se esté realizando la exportación.

Este tipo de exportación se realiza realizar mediante:

- **Agentes:**

Es quien hace de las veces de quien toma las órdenes de compra que se realizan, se encuentra como una de sus principales funciones. Por otro lado, es quien presenta lo que se requiere para que se tramite las órdenes de compra, pero cabe señalar que este agente no hace compras de manera directa de la mercadería. Además, es quien labora solo por comisiones, puesto que el no cuenta como propietario de los productos, y con ello no equipara ningún tipo de responsabilidad con el cliente (comprador) y cuenta con únicamente la representación de aquellas corrientes de los productos que son complementos, y que por lo tanto no funcionan como competencia.

- **Distribuidores:**

Es quien se desenvuelve como el comerciante que se encuentra en el extranjero, ya que es quien realiza las compras de los productos para abastecer en este caso a quien exporta (el exportador) y de esta manera los vende también a los mercados donde se realiza su mayor operabilidad. Sin embargo, en la mayoría de los casos estos distribuidores no casi

nunca llegan hasta quien es el consumidor final, porque ellos son quienes logran abastecer en otro tipo de mercados como los minoristas.

- **Minoristas:**

Este tipo de mercado, el minorista, es una de las mayores cadenas de consumidores que ha permitido un mejor y gran crecimiento en el rubro comercial, puesto que son grandiosas oportunidades para la realización de ventas.

- **Venta directa a consumidores finales:**

Este proceso se desarrolla mayormente por las empresas más grandes en el comercio comercial, ya que para ello se necesita de grandes campañas de marketing estratégico, y que por otro lado el exportador asuma todos los tipos de envíos para que se obtengan los resultados esperados, ya sea en la importación o en un tipo prestación de algún servicio antes y después de alguna venta. (PROARGEX, 2008)

1.3.2.4.2 Exportación indirecta:

En esta clase de exportación si existen intermediarios, quienes son los causantes del desarrollo que enfoca a las actividades de la exportación, que en este caso podría estar permaneciendo en el país donde se encuentra la empresa quien se encuentra exportando o en otro país diferente. Este tipo de metodología no le acarrea algún tipo de esfuerzo adicional a la empresa, por el contrario, les cuesta aún menos, pero existe el riesgo de no adquirir algún tipo de contacto nuevo o experiencia durante el proceso de exportación. (PROARGEX, 2008).

Algunas de las modalidades son:

- **Agentes de compra:**

Son los que realizan sus actividades desde el país donde se encuentra su exportador, y que para que obtengan algún tipo de comisión, realizan solo compras en otras empresas que son importadoras en el extranjero. Además, estos agente tienden a dedicarse a buscar un mejor financiamiento de manera internacional para que se realicen a través de las embarcaciones para que sean distribuidos.

- **Trading:**

Es un tipo de empresa la cual brinda servicios, pero que se encuentra a la vez especializada en el imperio del comercio en donde se trata de buscar a aquellos compradores del

extranjero para la inversión en los productos que desarrolla la empresa. Esto se realiza mayormente en empresas que no tienen espacio físico para sus ventas.

Las trading fueron creadas, en especial las comunes para las PYMES, es un dato importante que sirve para especificar el por qué. Además, ello resulta eficaz para este tipo de PYMES, puesto que estas se encuentran limitadas en su capacidad de manera individual en el rubro del comercio internacional, teniendo como ejemplo a la primera exportación de los frutos de los arándanos realizados por el departamento de La Libertad, el cual demuestra el tipo de comercialización donde se ve reflejado el control de calidad y su diversa manera de producción.

1.3.2.5 Barreras Arancelarias

Según Saquis (2014) en su libro Barreras Arancelarias y No Arancelarias hace mención que este tipo de barreras son generadas por aquellos impuestos que son establecidos por ley, que son realizados con la finalidad de que exista un tipo de control con las exportaciones e importaciones mediante el sistema de las aduanas. Por otro lado, estos pagos son señalados como regulaciones que se deben especificarse de acuerdo al tipo de mercancía y según la característica para saber en qué tipo de tarifa se encuentra o a qué arancel pertenece. Asimismo, los aranceles tienen la función de brindar seguridad y transparencia tanto a quien lo importa como a quienes exportan. Estos se encuentran clasificados en:

- Aranceles “Ad Valorem”: los cuales se encuentran calculados por el porcentaje del producto que se importa.
- Aranceles Específicos: estos difieren de manera unitaria del producto que se importa.

1.3.2.6 Distribución Física Internacional

Según el blog Logística y Transporte (2015) en su artículo transporte internacional de mercancía dice:

Transporte Internacional y Carga

La acción de hacer el traslado de mercancía y que se lleve de un país a otro diferente, es la función que cumple la comercialización internacional. Asimismo, este tipo de comercialización para que sea posible, necesitará de un medio de transporte internacional que recorrerán desde un territorio hacia una jurisdicción totalmente diferente del punto de partida. Para ello se deberá tener en consideración lo siguiente:

1. Los medios de transporte y su variabilidad.
2. La vía por la cual se traslada.
3. El sistema en donde se encuentre organizado

Cuando se selecciona un medio de transporte para realizar la exportación, se deberá tener en cuenta los costos y también cualquier riesgo que conlleve durante el proceso de la trasladación.

En la selección de este medio, se considera lo siguiente:

1. Prototipo que es la mercancía señalada.
2. El proceso de embalaje y el empaquetamiento.
3. Métodos de envío y circunstancias de urgencias.
4. La carga y lo necesario para su manipulación.
5. Tener en cuenta que el medio de transporte cuente con la disponibilidad del traslado.
6. Costos.
7. Tener en cuenta si el medio de transporte debe ser internacional.

1. Transporte Marítimo

A través de este medio de transporte es que se logrará ejecutar el traslado de las mercancías con mayor equipamiento, es decir a aquella que sea de mayor proporción. Teniendo como principales características en el desarrollo marítimo a:

1. **Carácter Internacional:** se podría decir que es uno de los únicos medios que a través de él se logre transportar las mercaderías que cuentan con equipamiento de volúmenes altos, que son de distancias largas.
2. **Capacidad:** abarcan grandes capacidades, son contadas en toneladas.
3. **Flexibilidad:** Involucra la eventualidad de que se puedan utilizar buques que son de un tamaño más reducido.
4. **Versatilidad:** los buques son variados, además estos pueden adaptarse dependiendo del volumen de la carga de la mercancía.

Tipos de buques de carga

Buque de carga general

Es realizado para la carga que no se encuentra empaquetada, es decir la que no se encuentra consolidada y también para la carga de tipo unitarizada.

Buque tanque

Es específica para la carga que se encuentre en estado líquido.

Buque granelero o “bulk carrier”

Es específica para la carga que se encuentre en estado granel, como los cereales.

Buque portacontenedores

Es específica para la carga que se encuentre pesando más de dos toneladas.

Buques de transbordo rodado

Es específica para la carga que se trate de rodantes, como por ejemplo los vehículos.

2. Transporte Aéreo

Es utilizado mayormente en aquellas largas travesías, cuando se trata por ejemplo de intercontinentales, en donde se transporta la mercadería de mayor valor. Se caracteriza por la velocidad de entrega, este transporte es más rápido, además garantiza seguridad, también ofrece mayor facilidad para poder tener un mejor control y así poder realizar el seguimiento respectivo, lo que resulta y lo señala como el mejor medio de transporte para aquellas mercancías que se realizan de manera especial o que se necesita su envío con urgencia pero a la vez con seguridad, también aquí es donde se realizan los envíos de mercancías más frágiles o aquellas que tiene un valor mayor a cualquier otra. Además, este medio es utilizado para aquellas mercaderías que son costosas pero que no tienen un volumen alto, como las herramientas instrumentarias de sala de cirugías, material de laboratorios, entre otros.

En este tipo de transporte, se evitará un riesgo mayor al terrestre, ya que este medio se caracteriza por la seguridad que brinda a la mercancía, y es ahí donde se deduce que el costo de un seguro para utilizar el servicio de este tipo es más cómodo. La herramienta

esencial en el transporte aéreo es aquella guía Aérea, la que es necesaria para poder declarar en aduana, el recibo de entrega y por último la póliza que se paga por seguro en caso se solicite, lo cual tampoco puede acreditar la propiedad de la mercadería del envío.

3. Transporte Terrestre

El transporte terrestre, es un tipo de transporte donde se puede utilizar diversos tipos de vehículos para su traslado, además de ofrecer diversas líneas; se caracteriza a su vez por ofrecer una mejor además de gozar de diferentes tipos de vehículos y una gran variedad de líneas, ofrece una mayor maleabilidad, lo que consiente que cualquier tipo de vehículo que realice el transporte pueda transportar diversos tipos de mercancías, también cualquier cantidad según el vehículo, diversas cargas y a un precio más accesible.

Las características fundamentales de este tipo de transporte por carretera son elementalmente las siguientes:

1. **Penetración:** Accede a que la entrega se dé directamente de la puerta de quien envía hacia la puerta del receptor.
2. **Flexibilidad:** consiste en el aforo de aquellos vehículos que son transalados mediante carreteras que realizan el envío de mercancías pequeñas o mayores. Además, que permite por su flexibilidad que se pueda hacer el envío de cualquier tipo de paquete según el producto, ya sea este frágil, de diversa forma o materia, etc.
3. **Rapidez:** esta es una de sus principales características, ya que con la facilidad que cuenta con respecto a las descargas, sus horarios y dependiendo de la velocidad con la que se realice el traslado, es que hacen que este transporte sea el más adecuado y accesible.
4. **Facilidad de coordinación con otros medios:** este transporte es facilitador de las mercaderías y se realiza de manera combinada.

4. Transporte multimodal

Este tipo de transporte se trata de aquel tipo de mercancías que son entregadas desde el punto donde se realizan hasta el punto de envío, su destino final; y ello se da mediante cualquier transporte. Este tipo de transporte se caracteriza porque consiste de un operador y uno llamado emisor que se valen de un único y exclusivo documento.

Este tipo de transporte, tiene la gestión comercial es ejecutada a través de llamados Operadores de Transporte Multimodal (OTM), que son totalmente compañías dueñas,

aquellos de tránsito especiales en lo que concierne en su gestión, y por lo general no siempre son los dueños de los medios, solo que celebran una manifestación de voluntad (contrato) de transporte multimodal, teniendo en cuenta que toda la responsabilidad del contrato celebrado recae en ellos.

Este tipo de contrato acerca del transporte, su negociación se realiza en el Documento de Transporte Multimodal (DTM), el que contiene la experiencia notoria del compromiso del Operador del Transporte Multimodal (OTM) que recae en la mercancía que se transporta.

1.3.2.7 Incoterms

La Página Web de Telesup (2015) en su portal web sobre Incoterms da a conocer que son aquellas normativas de origen internacional que se encuentran consignadas a regular aquellas responsabilidades y derechos de ambas partes que se encuentran en su comercio de manera internacional, de una manera global y para que sea utilizado por todo el mundo.

Asimismo, cuando las partes que realizan este tipo de contrato de una compra venta de categoría internacional, se encuentran sometidos a otro tipo de términos, encontrándose ambas partes en total conocimiento, siendo independiente del tipo de idioma, lugar.

Los Incoterms son aquellos que regularizan los fiables términos de origen comercial, equivalente a ese tipo de contratos con el precio, la manera de su transporte con la mercadería, el apto de entrega del envío, las pólizas, el pago de aduanas, entre otros.

La CCI (Cámara de Comercio internacional) es aquel órgano que se dedica a dictar la creación de los llamados INCOTERMS, los mismo que se actualizan cada cierto periodo de 10 años, la misma que tuvo al 2010 como último año de actualización.

El Inciterms tiene las siglas que refieren a aquel momento y lugar de la recepción, es decir la entrega del producto, inmediatamente su revisión, embalaje, documentos, posibles riesgos y los pagos de los gastos ejecutados.

En síntesis hay once incoterms, independientemente de las modificaciones que ha podido tener desde el momento en que fue creado, en el año 2010 fue el último año en el que tuvo cambios, en especial de cuatro de ellos, que tienen que ver de manera general con

quienes en el que el vendedor es quien tiene las responsabilidades en los riesgos y controla los gastos para llegar a su destino final de entrega.

1. **Categoría E:** quiere decir que la mercadería llegará al comprador en el punto donde se especifique, sea local comercial u otro. EXW (Ex Works/ En fábrica) quien venden y hace entrega de la mercadería en los sitios que a colocado el comprador a disposición, sin pagar el medio de transporte.

2. **Categoría F:** esta categoría manifiesta a los términos que abordan por F.

- FAS (Free along sideship/ Libre al costado del buque): consiste en el desembolso de la mercadería al lado del buque en el cual se traslada hasta el sitio de su destino. En este caso el vendedor se encuentra encargado de los costos que resuelve la aduana y tiene responsabilidades de los trámites que realice. Por otro lado, el comprador es quien tiene los adeudos con el embarque, con el tipo de riesgo a los cuales se somete y del transporte por el cual se traslada.

- FCA (Free carrier/ Franco transportista) quiere decir que aquel que vende dará al que compre la mercadería en un lugar específico en el cual convengan en el país de origen, y los gastos que asumirá el vendedor serán los costos de aduanas y del tipo de transporte.

- FOB (Free on board/ Libre a bordo) quien vende es quien entrega la mercadería, y se encuentra en el buque para llevarlo a su lugar de destino.

3. **Categoría C:** este tipo de categoría encierra a los Incoterms que inician por la letra C

- CFR (Cost and freight-/Costo y flete) El vendedor da la mercadería a bordo del transporte, el buque, y cancela los pagos hasta el puerto de destino.

- CIF (Cost, insurance and freight/ Coste, seguro y flete) El vendedor desembolsa la mercadería que se encuentra en el buque y cancela costos de flete y seguro.

- CPT (Carrier paid to/ Transporte pagado hasta): el vendedor es quien tiene a cargo los gastos, todo ello hasta el momento de su entrega en el lugar acordado con el comprador.

- CIP (Carriage and insurance paid to/ Transporte y seguro pagado hasta): el vendedor se encuentra a cargo de la póliza de seguro y de lo que regula la CPT.

4. **Categoría D:** Esta cuarta categoría es quien engloba a aquellos términos que inician con la letra D:

- **DAT (Delivered at terminal/ Entrega en terminal):** el vendedor es quien se encuentra a cargo de los costos hasta que la mercadería es entregada a su terminal como último destino donde fue acordado, en este caso el seguro no es obligatorio, pero también la asumiría el vendedor.
- **DAP (Delivered at place/ Entregado en lugar):** en este caso se asemeja al del anterior donde es el vendedor quien asume con todos los pagos hasta su entrega, pero no se encuentra obligado a pagar costos de importación.
- **DDP (Delivered duty paid/ Entregada derechos pagados):** aquí es donde el vendedor asume en totalidad con todos los gastos, porque la mercadería es entregada con los derechos cancelados en su totalidad, incluso los de importación.

1.3.2.8 Análisis de mercado

MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Santandertrade(2017) Estados Unidos Política, Economía y Cifras de Comercio exterior

Población total: 325.719.178

Crecimiento Natural: 0,7%

Densidad: 36 habitantes/km²

Población Urbana: 82,1%

Orígenes Étnicos: relativamente con lo que decreta la Oficina del Censo de Estados Unidos, los ciudadanos de ese país tienen orígenes de los países de Europa y del Medio Oriente, lo cual representa a una cifra porcentual ascendente a un 77% de su población. Además, indica que también tienen orígenes hispanos, asiáticos, afroamericanos.

Lengua oficial: no existe un idioma o lengua que sea oficial a nivel nacional, pero, es el inglés la más hablada en los diferentes estados.

Otras lenguas habladas: En este sentido, el segundo idioma que es más usado es el español. Este idioma se encuentra en regiones como Arizona, Nuevo México, Texas, Florida y California, sin embargo, en otros estados se habla también muy fluido el

español. Además, se encuentran otros idiomas que trasciende mucho en los Estados Unidos, como el italiano, japonés, alemán, chino, entre otros; de igual manera existen otras lenguas de orígenes aborígenes de poblaciones nativas.

Idioma(s) de negocios: inglés.

Cifras de Comercio Internacional

Por lo general, en el país se han llegado a reducir las barreras comerciales y solo llega a coordinar en lo económico con otros. En la historia de los Estados Unidos, este es un país que se encuentra convencido de que es el comercio quien genera ineludiblemente el crecimiento de la economía, además sostiene la posición social, la manera estable de su democracia en naciones, y que promueve las relaciones de manera internacional. Pero estos principios fueron contrariados por el presidente Donald Trump. Por lo que decidió que a inicios del año 2018, declarar que en el país se elevarían los aranceles por importaciones de aluminio y acero, lo que ocasionó que hubiera problemas con China y otros países con los cuales realiza comercio. Asimismo, los Estados Unidos es uno de los primeros países que importaron y el segundo en poder exportar bienes a nivel mundial. Empero, su comercio solo representa un porcentaje de 27% de su PIB. Por lo que, es la balanza comercial de este país tiene una estructura con déficit, y que no ha ido mejorando, es más a empeorado en los últimos años.

Tabla 1: Indicadores de comercio exterior

Indicadores de comercio exterior	2013	2014	2015	2016	2017
Importación de bienes (millones de USD)	2.329.060	2.412.547	2.307.946	2.251.351	2.409.495
Exportación de bienes (millones de USD)	1.579.593	1.620.532	1.504.914	1.454.607	1.546.725
Importación de servicios (millones de USD)	438.366	453.265	469.110	503.053	516.018

Exportación	de	664.948	690.127	690.061	752.411	761.724
--------------------	-----------	---------	---------	---------	---------	---------

servicios (millones de USD)

Fuente: Esta fuente es de Santandertrade(2017)

Coyuntura Económica

EEUU es quien tiene en el rubro de economía el primer puesto a nivel mundial, muy superior aún de la potencia mundial de China. En el año 2017 tuvo un crecimiento en su economía de un 2,3%, siendo una cifra mayor al año anterior que obtuvo un 1,5%. Los crecimientos dentro de la economía se originan por el aumento en las importaciones durante la última cuarta parte del año, siendo una de las mayores importaciones del año. También mejoró y cambió de manera favorable en su actividad económica en los Estados Unidos con respecto a los gastos de los consumidores que viene representando más de los dos tercios; esta cifra se mantuvo y en el año 2017 gracias a su aumento se mantuvo, y tendría que seguir así por el incremento de riqueza que generaban los hogares, todo ello por el aumento de los valores de las viviendas, los salarios aumentados.

Para el próximo año en el 2018, es anunciado el incremento del PIB de 2,3% a 3% por los mismos economistas, y ello se debió a la economía como se encontraba fortalecida y por el precio del dólar que se encuentra un poco débil, con el incremento del precio del petróleo.

En el primer año de mandato del presidente Donald Trump, prohibió y restringió las entradas en el país de EEUU para las personas de orígenes musulmanes de siete países, y suspendió temporalmente el ingreso también de los refugiados, todo ello lo hizo a través de una orden ejecutiva que fue firmada por el mismo.

A su vez, anunció que tenía intenciones de retirarse del Acuerdo de París que se dio en el 2015, el mismo acuerdo que logra acabar con los efectos del cambio de clima, asimismo, generó diversas críticas al afirmar que reconocería a Jerusalén como única capital del país de Israel, lo que conllevó a tener conflictos dentro del estado de las Naciones Unidas. Por otro lado, Trump a través del recorte de los impuestos que tienen que ver con las sociedades, obtuvo la primera de muchas de sus victorias cuando logró

firmar la forma que constituía el sistema fiscal de los EEUU, el mismo que se tuvo un recorte de 14%, además de ello, logrando recortar la línea alta de impuesto constituido en el personal.

Por último, en ese mismo año (2017), el presidente Donald Trump tuvo muchas discrepancias con el país de Corea del Norte, lo que causó que se viviera un ambiente de tensión entre ambos países, lo cual se evidenciaba a través de los famosos ensayos con armas nucleares que fomentaba el presidente Kim Jong. Con lo que respecta a la deuda pública que siguió elevándose por más de veinte billones USD y que se incrementó en un 105% de PIB y que aún sigue creciendo. Por ello en el año siguiente, año 2018 la parte administrativa del presidente propuso la cifra de 4,4 billones USD, como el presupuesto federal para el año siguiente, lo correspondía a un gasto aún mayor de rango militar y político de migración. En el mismo año 2019, el presupuesto tuvo un déficit, la tasa de inflación sufrió en un 2,1% en el año 2017 y un incremento porcentual de 1,3% a comparación del año anterior. Hubo bajas en contrataciones de trabajo, en el mercado laboral ascendiendo la cifra de desempleados. Todo ello, es que existe desigualdad en el rubro económico y en el ambiente social desde el año 80, teniendo unos niveles elevados.

Tabla 2: Indicadores de crecimiento

Indicadores	de	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)
crecimiento						
PIB (miles de millones de USD)	de	18.707,15	19.485,40	20.513,00	21.482,41	22.289,31
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)		1,6	2,2	2,9	2,5	1,8
PIB per cápita (USD)	per	57.815	59.792	62.518	65.062	67.082
Saldo de la hacienda	de la	-3,9	-4,0	-5,1	-5,6	-5,5

**pública (en % del
PIB)**

Endeudamiento del	106,8	105,2	106,1	107,8	110,0
--------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

**Estado (en % del
PIB)**

Tasa de	1,3	2,1	2,4	2,1	2,3
----------------	-----	-----	-----	-----	-----

inflación (%)

Fuente: Esta fuente es de Santandertrade(2017)

CIFRAS COMERCIALES

Principales Países Asociados

Tabla 3: Clientes principales

Clientes principales 2017	
<i>(% de las exportaciones)</i>	
Canadá	18,3%
México	15,7%
China	8,4%
Japón	4,4%
Reino Unido	3,6%

Fuente: Esta fuente es de Santandertrade(2017)

Tabla 4: Principales proveedores

Principales proveedores 2017	
<i>(% de las importaciones)</i>	
China	21,8%
México	13,2%
Canadá	12,7%
Japón	5,8%
Alemania	5,0%

Fuente: Esta fuente es de Santandertrade(2017)

Perfil del Consumidor y su Poder Adquisitivo

Cuando se refiere a los gastos que se adquieren por consumo, simboliza a la actividad económica en una cifra de más de los dos tercios en el país de Estados Unidos. Asimismo, este consumidor se caracteriza porque tiene una capacidad muy amplia de tener cualquiera de los productos que son del extranjero.

Con respecto al abastecimiento de los productos en este país (EEUU) se torna de manera muy amplia y diversa, ya que el consumidor americano se encuentra en un buen estado económico, por el cual se deduce que puede adquirir cualquier producto por ser un gasto en un gusto personal, tratando de buscar su comodidad de manera general, ya sea para el ambiente de su casa, productos de alimentación y sobre tipos de vehículos.

Sim embargo, la población que es consumidora en los Estados Unidos, ha cambiado conforme a su panorama, ahora prefieren adquirir menos productos de cualquier precio, y cambian ello por algún producto de valor más elevado pero que sea de mejor calidad y que perdure mejor, teniendo como ejemplo los hogares llamado "millennials", que son aquellos que comparan más el valor y tratan de encontrar promociones para un consumidor de estado económico promedio. Por otro lado, en cuanto subían el precio de las cotizaciones de las casas y su valor, ha generado incrementos en el estado económico de algunos americanos, pero en otras viviendas con menores facilidades en sus recursos no podrán incrementar sus gastos, ya que aumentarán sus obligaciones de esa deuda; empero, los consumidores americanos no muestran una afección tan directa por este problema.

Certificaciones para Exportar a Estados Unidos

Tapia (2018) afirma que las certificaciones que son significativas para lograr la exportación en Estados Unidos, depende mucho del producto que se encuentra exportando a través de su certificación. Este tipo de certificación es determinada por aquellas dependencias que considera correcto el gobierno según el país; sin embargo, en Estados Unidos cuando el producto se trata de consumo para alimentación, este debe contar con una certificación que conste su inocuidad. Siendo así, este tipo de productos como los alimentos que tienen un proceso para su elaboración, ya sean medicinas, productos de belleza o de limpieza, deberán contar obligatoriamente con un certificado sanitario.

Por otro lado, si los productos que se exportan son de origen agrícola, que no han sufrido por un proceso de forma industrial, como por ejemplo puede tratarse de verduras o frutas, en este caso se tendrá que contar con un certificado fitosanitario, y consecuentemente, si el producto se trata de origen animal, este deberá presentar un certificado zoonosanitario.

Más que todos los certificados con los que se debe contar, quien exporte tendrá que estar inscrito en un registro de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA por sus siglas en inglés).



Para su registro, el requisito que se debe tener por encima de cualquier empresa que se encuentra produciendo, procesando y en su empaques de alimentos o ya sean de productos de bebidas que son predestinadas al consumo directo ya sea de humano o animal.

Algún tipo de registro que no consta con un producto de alimento en específico, sino que por otro lado, la empresa y sus medios. De esta manera, en el tiempo de hacer la exportación y con una anticipación que sea de cinco días como mínimo desde que la mercadería toma la salida, y es ahí donde quien exporta debe emitir a FDA un documento que se trata como un formulario en donde se debe exponer la llegada del traslado de exportación; ya que para ello se refiere de que se requiera un tipo de clave que se desde la aplicación de la Ley Antiterrorismo.

Certificado de Origen

Tapia (2018) señala que la prueba que es como un certificado de origen que se plasma en el documento, en el cual se puede acreditar de qué país o región de origen es el exportador y quien importa la mercadería. Este documento que certifica es indispensable para aquella empresa que se encuentre en el modo de importadora pueda obtener un arancel de preferencia de manera negociada en un acuerdo de origen comercial que se encuentre en el país de origen suscrito.

Los certificados de origen tienen sus formatos ya predeterminados en los Tratados de Libre Comercio y también se encuentran expuesto en los Acuerdos Comerciales Internacionales que fundan en la firma de México, esto quiere decir, que no hay un formato ideal y que sea único para que pueda ser aplicado en todos los tratados y acuerdos

de nivel comercial internacional. Este tipo de proceso ayuda a decidir si un producto se encuentra en calificación ideal para que pueda ser tomado como un certificado de origen, el tratado de libre comercio aplica para que existan operaciones entre los países de EEUU y México, por lo que facilita a que el exportador o productor de dicho bien haga la inscripción tan solo con llenar el formato que se expide con el certificado de origen.

1.3.3 Definición de Término.

1.3.3.1 Plan de negocio

Para Mariño (2014), un plan de negocio requiere ser estudiado y asimismo, planificado la posibilidad de manera técnica, en el ambiente económico y financiero del plan. Para ello, se debe constar en donde se va a rotar la empresa, en qué tipo de mercados en donde tenga competencias, además con el tipo de personal, recursos financieros con los que tendrán que contar y así también poder seguir con los trámites que son indispensables para que dicha empresa pueda comenzar a realizar sus funciones.

Además, un plan de negocio resulta eficiente y necesario, ya que es una portada de presentación de lo que propone y refiere el negocio del emprendedor, con la finalidad de que todos los grupos de relaciones que tiene la empresa para sus negocios, puedan reconocer su idea como negocio, ya sean estos los proveedores, clientes, las instituciones financieras, etc.

1.3.3.2 Exportaciones

Para las Aduanas (2017) La exportación es aquella que tiene salida de su propia plaza para que tenga un consumo en mercados exteriores al país de origen y del territorio de la institución aduanero nacional, ya sea este de mercancías de origen nacional o que se encuentren nacionalizadas, en la cual se encuentra al pago de los tributos que por Ley son necesarios su pago, dependiendo de lo que ampare las franquicias correspondientes. (Código Aduanero. Artículo 52).

1.4 Formulación del Problema

¿De qué manera, un plan de negocio logrará la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito de Pomalca, Chiclayo-2018?

1.5 Justificación e importancia del estudio

El presente trabajo de investigación tiene fin de elaborar una propuesta de plan de negocios para la exportación de galletas artesanales al mercado de Estados Unidos con partida arancelaria 19.05.90.90.00

1.5.1 Justificación teórica

Esta investigación tuvo como meta ser un procedimiento factible y accesible para la empresa panadería Oblitas, para que acorto y mediano plazo alcance lograr objetivos impuestos en su ingreso al comercio exterior, en donde la empresa panadera debe desarrollar y alcanzar las mejores condiciones en su óptimo funcionamiento. Este proceso nos permitió entender los diferentes conceptos de las negociaciones internacionales: la empresa panadería Oblitas tiene como fortaleza la elaboración de galletas artesanales conocidas con el nombre de “galleta santa clara”, por lo cual la presente investigación se está realizando con el fin de tener una observación crítica de un punto teórico y práctico, para que la empresa pueda lograr llevar su producto al mercado de Estados Unidos.

1.5.2 Justificación Metodológica:

La presente investigación generó una gran recopilación de datos con lo cual se obtuvo información valida y confiable que genera los instrumentos necesarios para la creación de un plan de negocios, que da solución a la problemática estudiada, la cual ha creado nuevos esquemas, pautas y/o métodos que pueden servir a otras empresas del mismo rubro.

1.5.3 Justificación Práctica

Esta investigación se va a enfocó en el motivo del porque la empresa aún no se integra en el mercado internacional, ya que es una oportunidad muy importante para expandir sus productos a nuevos horizontes. Por ello, mediante un plan de negocios de exportación vamos a darle una solución a dicho problema que presenta la empresa. En la cual vamos a desarrollar estrategias para que pueda exportar hacia el mercado de EE. UU. Por ello van a obtener buenas ganancias. Esto va a servir poner en práctica los conocimientos que he obtenido en la universidad, ya que el trabajo de investigación va hacer de mucha importancia tanto para la empresa como los autores.

Hipótesis

H1= La aplicación de un plan de negocio logrará la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito de Pomalca, Chiclayo-2018.

Ho= La aplicación de un plan de negocios no logrará la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito de Pomalca, Chiclayo- 2018.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Proponer un plan de negocio que logre facilitar la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo - 2018

1.6.2 Objetivo específico

- a. Determinar el estado de producción y comercialización de galletas artesanales de la Empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo.
- b. Identificar empresas competidoras en el rubro de la exportación que ofrezcan productos igual o similar al de la Panadería Oblitas.
- c. Indicar los requisitos y formas de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.
- d. Elaborar un diseño de plan de negocio en la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo – 2018

1.7. Limitaciones

Las limitaciones que se desarrollaron durante la investigación de la presente, fue la poca información de origen histórico que no se logró obtener, ya que no existen investigaciones semejantes o de relación con el tipo de producto que se tiene en la presente.

Otro tipo de limitaciones que se toparon en el transcurso de la presente, es que los resultados son fijos y no pueden compararse con los demás que son de otro tipo de empresas.

Por último, con el producto que se tomó para la investigación no cuenta con una partida en específico, como la bolsa, lo que no logró que se pudiera hallar la actualización del mismo producto en el periodo en que se le requiere y con la información estadística correspondiente.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Fundamento y diseño de investigación seleccionado

2.1.1 Fundamento de Investigación

El presente trabajo se halla en un paradigma cualitativo, que tiene como tipo la investigación descriptiva; ya que el tipo de investigación sobre la fabricación y mercadeo del producto que ofrece la empresa y de lo que se requiere lograr, dicha información es sacada a través de bibliografías.

Además, es una investigación propositiva, dado que, el principal objetivo es proponer un plan de negocio para que se exporte hacia el mercado de Estados Unidos, para comercializar el producto en el mercado, por lo que podemos decir que desarrolla un diseño de origen de campo bibliográfico – documental, ya que el mismo especifica la realidad sobre su estado actualizado con la que se encuentra la empresa Panadería Oblitas y analizar la estrategia para el plan de negocio.

2.1.2 Diseño de Investigación

Para la presente investigación utilizaron bibliografías; esta investigación se dio de tipo transversal no experimental, ya que en la problemática es descrita la propia solución, ya que por ello no es necesario que se tenga que realizar ningún tipo de prueba o se experimente para alguna solución. Asimismo, se realizó la investigación de manera bibliográfica y Documental, por lo que mediante la presente se tuvo que hacer una ardua investigación sobre las bibliografías que se encuentre en el mismo nivel de relación con el tema que se investiga, referente a nuestras variables siendo estas lo que se proponía para la empresa, y revisión documental de exportaciones hacia el mercado de Estados Unidos.

Métodos de Investigación

La investigación es de método Inductivo ya que utilizaron razonamientos que parte de hechos particulares para poder lograr obtener conclusiones en nuestra investigación. A la vez realizamos el método Analítico con el fin de poder estudiar cada una de nuestras variables en realizar un estudio de ello y lograr obtener información que ayude a generar conclusiones al término del desarrollo de la investigación.

2.2 Tipo de muestra inicial seleccionada.

2.2.1 Población

En el presente proyecto de investigación se consideró como población al Gerente de la empresa “Panadería Oblitas”, también se tomaron en consideración a expertos en el ámbito de Exportación y Empresas que ofrezcan productos iguales o similares a la de la empresa.

2.2.2 Muestra

Para nuestra muestra hemos considerado al gerente general de la empresa Panadería Oblitas, operador logístico de la empresa san roque y a expertos en el ámbito de comercio exterior.

Tabla 4: Muestra de estudio

Entrevistados	Cargo
Arlis Delgado Querevalu	Gerente General de la empresa Panadería Oblitas
Manuel Ubillus	Jefe logístico de la empresa King kong San Roque
Jiménes Boggio Danna	Experto en comercio exterior
Pintado Damián Mónica	Experto en comercio exterior
Jean Michell Carrion Mesones	Experto en comercio exterior

Fuente: Elaboración propia.

Variables y operacionalización

Tabla 5: *Operacionalización*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional.	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnica e instrumento	
Plan de Negocio	Weinberger, K. (2009). Se refiere a que un plan de negocios, es el efecto del proceso que se realiza a través de una planificación, que es redactado una manera clara, precisando lo que se requiere y de manera escrita, plasmada en un documento. (Pág. 33)	La variable Plan de Negocios tendrá en cuenta cuatro dimensiones; éstos serán medidos de acuerdo a los indicadores que logren analizar Se refiere a que un plan de negocios, es el efecto del proceso que se realiza a través de una planificación, que es redactado una manera clara, precisando lo que se requiere y de manera escrita, plasmada en un documento. la medición de la variable Plan de Negocios. Se utilizará como instrumento una Guía de Entrevista con preguntas abiertas relacionadas con la variable en estudio.	Diagnóstico estratégico	Misión	E1.1	Entrevista/ Guía de Entrevista	
				Visión			
				FODA	E1.2; E2.4		
			Análisis de Mercado	Competidores	E1.8; E2.8		
				Proveedores	E1.7; E2.7		
			Marketing Mix	Precio	E2.5		
				Producto	E2.5		
				Plaza	E2.5		
				Promoción	E2.5		
			Económico Financiero	VAN	E1.11, E3.1		Guía de análisis documental.
TIR							
				Mercados	E1.11, E3.1		

Exportación	La exportación es el sistema aduanero que aprueba que todo tipo de mercancías puedan salir de la jurisdicción de un país a otro, pero que para ello debe pasar por ciertos filtros y requisitos que exige la aduana, para que permita la exportación del producto puesto que así se aprobara el consumo y también el uso del mismo. Es decir, que la exportación consiste en la salida de la jurisdicción de un país a otro de manera física. (Villanueva, 2011).	La variable Exportación tendrá en cuenta cuatro dimensiones; éstos serán medidos de acuerdo a los indicadores que logren determinar el análisis y la medición de la variable Exportación. Se utilizará como instrumento una Guía de Entrevista con preguntas abiertas relacionadas con la variable en estudio.	Estructura de la Exportación	Barreras Arancelarias	E3.5	Entrevista/ Guía de Entrevista
				Documentos de Exportación	E2.12, E3.2	
			Exportación Directa	Agentes	E2.2, E3.6	
				Distribuidores	E1.9; E2.2, E3.6	
				Minoristas	E2.2, E3.6	
				Venta Consumidores finales	E3.6	
			Exportación Indirecta	Agente de Compra	E3.6	
				Trading	E3.6	
			Distribución Física Internacional	Transporte Internacional	E2.13, E3.4	
				Incoterms	E2.11, E3.3	
Carga	E3.8					

Fuente: *Elaboración propia*

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

1. Entrevista

Bembibre (2010) en su blog señala que esta técnica de la entrevista se constituye por más de dos personas, ya que se necesita como agente directo a quien entrevista y al agente pasivo quien es el entrevistado o entrevistados, quienes responderán las cuestiones que se les planteen.

En el proyecto de investigación utilizamos la técnica de entrevista con el fin de recolectar información sobre la producción y comercialización del producto que ofrece la empresa Panadería Oblitas – Pomalca, a la vez a empresas exportadoras o comercializadoras que ofrezcan productos iguales o similares a las que ofrece la empresa, tomamos en consideración a expertos en el ámbito de exportación hacia el mercado de Estados Unidos

Instrumento

1. Guía de entrevista

El instrumento de Guía de entrevista se aplicó al gerente de la empresa con el fin de recolectar información con respecto a la producción y la comercialización actual de lo que se ofrece, a la vez a empresas que cuenten con los conocimientos de exportación de productos iguales o similares al que ofrece la empresa y a expertos con conocimiento en el ámbito de exportación.

2.4 Procedimientos para la recolección de datos.

2.4.1 Validez

Con la finalidad de realizar el proceso de validación se aplicó la técnica por juicio de expertos. Dicha validación es por contenido. Según la formalidad de la Universidad este proceso se realizó con 3 expertos:

Francisco Bermúdez Pedraglio.

Cesar Rocero Salazar

Alberto Gómez Fuertes

2.4.2 Confiabilidad

Se realizará un análisis de confiabilidad a través de entrevistas al dueño de la empresa Oblitas, Logístico de la empresa San Roque y expertos en el ámbito de Comercio Exterior.

2.5 Procedimiento de análisis de datos

La información que obtuvimos a través de los instrumentales que se recopilan a través de los resultados que son considerados como datos, que se procesó mediante el análisis estadísticamente descriptivo, lo que se realizó cuadro de comparación de las entrevistas aplicadas.

2.6 Criterios Éticos

Torres (2009) en su blog sobre La ética en la investigación, tiene en consideración cuatro puntos esenciales que se deben tener en cuenta en el desarrollo de un trabajo de investigación.

- a. **Manejo de fuentes de consulta:** Fichas bibliográficas que tiene los datos actualizados y completos. El archivo en el cual se encuentran todas aquellas fuentes que se consultaron, además de contar con todas las citas textuales y no textuales. Distinguir aquellas contribuciones de otros y de las mismas, interpretar todo tipo de texto y no modificar estos.
- b. **Claridad en los objetivos de la investigación:** Modelar los objetivos que se proponen desde el comienzo, estos objetivos son relativos y muestran la portada antes de emergerse en la investigación neta. Asimismo, se deberá manejar los objetivos con relación a la conveniencia personal.
- c. **Transparencia de los datos obtenidos:** Formar en la presente investigación de cómo es que se surgieron las cosas. También se debe vigilar que las interpretaciones personales que se den no se equivoquen con la realidad de los hechos. Establecer aquellos límites que se implantan en la investigación. Y el no maniobrar los trascendencias de la misma.
- d. **Confidencialidad:** El anonimato se debe respetar si en caso así se solicita, o el de los que se encuentren interesados en ello; asimismo, cuidar de que no se divulgue los datos que se lograron obtener en la investigación por ser de un carácter diferente y preferentemente científico. No realizar algún tipo de comentario acerca de los resultados de los datos investigados a otros que no son propios de la investigación.
- e. **Profundidad en el desarrollo del tema:** Ilustrarse con diversas posiciones con respecto al tema de la presente investigación. Poseer potestad acerca del tema estudiado, y tener que encontrarse de manera constante en la búsqueda de orígenes de consulta restablecida.

2.7 Criterio de rigor científico

Los criterios sobre los cuales se sustenta el trabajo de investigación son los siguientes:

- a. **Credibilidad:** la información en la presente investigación es de credibilidad porque toda la información propuesta y plasmada tiene respaldo con las fuentes serias que garantizan la confianza de los conocimientos con la finalidad del sustento de su información.
- b. **Objetividad:** presentar y manifestar todos los datos obtenidos y los hechos de la realidad que se asemejan tal y como son.
- c. **Juicio crítico:** toda investigación sobre los conocimientos y el material que se debe exponer antes de que sea iniciado la investigación como tal y sometiéndola a cualquier clases de crítica pertinente.
- d. **Validez:** el presente se ajusta esencialmente a todo lo que se pueda hacer de manera correcta o eficaz dentro del escenario del estudio, con el fin de que todo tipo de datos contengan una lógica conveniente y orden respectivo.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de los resultados

3.1.1. Resultados en tablas o figuras

3.1.1.1 Determinar el estado de producción y comercialización de galletas artesanales de la Empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo.

Como resultados obtenidos en la aplicación de una entrevista al gerente general Arilis Delgado Querevalu de la empresa Panadería Oblitas se obtuvo que la empresa elabora una variedad de productos tales como biscocho de anís, galletas santas clara, rosquitas, galletas de leche, empanada rellena, entre otros, a la vez se identificó que en los últimos 3 años la empresa producía una mayor cantidad de Galletas artesanales pero en la actualidad ha ido disminuyendo su producción y esto se debe por diversos factores que se han presentado en el transcurso del funcionamiento de la empresa tales como la falta de conocimientos en marketing, acceso a nuevos mercados, mano de obra calificada y la ubicación de la empresa en un lugar no céntrico que no le permite promocionar sus producto. Con respecto al nivel de producción la empresa se considera en un nivel regular ya que a pesar de que sea flexible su producción ha logrado alcanzar un 10% frente a los demás; la empresa cuenta con 4 personales que son su mano de obra directa y adicionalmente 2 más si se incrementara la demanda de su producto. Se identificó tres principales competidores de la empresa como la panadería el manjar, panadería el grillo, panadería génesis, pero la empresa cuenta con la estrategia de contar dos establecimientos adicionales que promocionan su producto en el mismo Distrito de Pomalca.

1 ¿Cuál es su misión y visión de la empresa Panadería Oblitas?
Misión Somos una empresa dedicada a la elaboración de productos de panadería y repostería comprometidos con la calidad y sabor con el fin de satisfacer a nuestros clientes.
Visión Para el año 2021 ser una empresa altamente competitiva con mayor apoderamiento en el mercado, líder en productos de panadería y repostería tanto a nivel nacional e internacional.
2 ¿Cuáles son las Debilidades y Amenazas con la que afronta la empresa?
Debilidades Falta de personal capacitado. Falta de publicidad

<p>Retraso de entrega de mercancías</p> <p>Amenazas</p> <p>Alta competencia que tiene en el distrito de Pomalca.</p> <p>Poco crecimiento económico</p> <p>Por falta de energía ya que el horno que utiliza la empresa es eléctrico</p>
<p>3 ¿Qué productos elabora la empresa Panadería Oblitas?</p>
<p>Los productos que elabora la empresa son: pan, biscocho de anís, galletas santa clara, rosquitas, galletas de leche, empanada rellena, pan de molde, tostadas</p>
<p>4 ¿Con que frecuencia elabora las galletas Artesanales que comercializan? ¿Qué cantidad?</p>
<p>Anteriormente las “Galletas Santa Clara” se producía todos los días por motivos que el local estaba más céntrico y hay mayor comercialización. Actualmente la empresa está ubicado en un lugar no céntrico y es por ello que las galletas han ido cayendo en su elaboración ya que realizan 3 veces por semana.</p>
<p>5 ¿Cuánto ha sido la producción de galletas Artesanales en estos últimos 3 años?</p>
<p>Hace 3 años su producción era mayor, ya que se hacían un coche por día, el coche conforma 9 latas, en la cual cada lata hay un promedio de 35 galletas santa clara.</p> <p>Ahora solo producen 3 latas por cada día, de la 3 veces que comercializan a la semana, aquí está incluido a sus canales de distribución que mandan 1 lata para su comercialización.</p>
<p>6 Con respecto a la producción ¿Cuál es el nivel de producción de la empresa?</p>
<p>La empresa Oblitas ha venido creciendo en estos últimos años, a pesar de nuestros competidores hemos ido creciendo en un 10% en donde consideramos que nuestro nivel de producción frente a nuestros competidores es regular, cabe recalcar que dicho porcentaje es flexible y depende de la demanda del consumidor.</p>
<p>7 ¿Quiénes son sus proveedores de insumos para la elaboración de las galletas artesanales? ¿Qué cantidades adquiere?</p>
<p>Nuestro proveedor es la marca Alicor, ya que compramos la harina y manteca.</p> <p>También la empresa Agroindustrial Pomalca y la empresa Agroindustrial Tuman son nuestros proveedores ya que ellos me venden azúcar.</p> <p>La cantidad para cada día de elaboración durante las 3 veces por semana son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harina en saco x 50 kg • Harina de vegetal

<ul style="list-style-type: none"> • Azúcar blanca • Leche descremada en polvo • Sal para mesa • Polvo de hornear • Bicarbonato de sodio • Mantequilla • Esencia de vainilla • Manteca • Huevos x unid. • Antimoho • Agua helada
<p>8 ¿Sabe Ud. quienes son sus competidores directos que ofrecen productos igual al que ofrece? ¿Cuáles son?</p>
<p>Los competidores directos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Panadería el manjar • Panadería el grillo • Panadería génesis
<p>9 ¿Qué canales de Distribución utiliza para la comercialización de Galletas Artesanales?</p>
<p>Aparte de la central tanto que elabora como vende, tengo otros canales en la cual hay 2 puntos de distribución en 2 bodegas en el mismo distrito de Pomalca.</p>
<p>10 En el ámbito de la producción ¿Con cuanta mano de obra cuenta para producir las galletas artesanales?</p>
<p>En la actualidad contamos con 4 personales en elaboración de nuestras Galletas Artesanales, pero en algunos casos en pedidos grandes solemos solicitar 2 personal más para cumplir con nuestra demanda y así poder satisfacerla.</p>
<p>11 ¿Ha realizado alguna vez una exportación de los Productos que comercializa a mercados internacionales?</p>
<p>Por el momento no he realizado ninguna exportación de mi producto.</p>
<p>12 ¿Con cuanta capacidad de producción cuenta la empresa para exportar a un mercado Internacional?</p>

La empresa tiene una capacidad de 3 veces por semana, en la cual son 9 latas a la semana, pero no cuenta con capacidad de producción ya que no manejan el tema de exportaciones.


Comentario: De acuerdo a la versión del gerente la empresa no cuenta tanto en producción y comercialización adecuada para una exportación, porque no tiene los equipos y personal capacitado para que su producto salga fuera del país. Aparte está pasando por una mala acogida en sus productos ya que por el simple hecho de que no está ubicada correctamente en un lugar céntrico, la empresa tiene una baja de ventas

3.1.1.2 Identificar empresas competidoras en el rubro de la exportación que ofrezcan productos igual o similar al de la Panadería Oblitas.

Como resultados de la aplicación de la entrevista a Manuel Ubillus Jefe Logístico de la empresa King Kong San roque se obtuvo que con respecto a un plan de negocio se considera esencial para cualquier empresa que quiera ingresar al mundo de la exportación ya que antes de querer ingresar un mercado hay que realizar investigación del mercado internacional al que queremos ingresar claro ejemplo es San Roque que gracias a ello viene abarcando mercados Locales, Nacionales e Internacionales. Con respecto a los canales de distribución de San Roque la empresa cuenta con múltiples tiendas a nivel nacional, pero si en caso se refiere a nivel internacional San Roque utiliza en Ecommerce modalidades como el B2C, B2B siendo favorable para la empresa ya que le ha permitido ingresar a nuevos mercados internacionales, y esto se debe a la buena calidad del producto y sus variedades presentaciones. La empresa San Roque cuenta con una estrategia de Marketing Mix siendo esta mejorada cada Año, y sus principales mercados a exportar es EE.UU, China y Japón. La empresa San Roque a considerado como principales competidores a Fábrica de Dulces Finos Bruning, King Kong Llampayec, King Kong Lambayeque que se encuentran en el departamento de Lambayeque siendo estas empresas productoras de productos iguales o similares a las que produce. Con respecto a la evaluación de su producción en los últimos 3 años se obtuvo la información que la empresa viene creciendo un 10% anualmente, pero con la excepción del año 2017 por el fenómeno del niño. Su venta a mercados internacionales lo hace con el incoterms Ex – work pero en algunos casos DDP siendo la cotización más Alta.

FICHA TÉCNICA DE LA EMPRESA KING KONG SAN ROQUE

Ficha técnica
Nombre de la empresa: King Kong San Roque
Dirección: Panamericana Norte 780, Lambayeque.
Ciudad: Chiclayo
Teléfonos: 2820057
Sitio web: http://www.sanroque.com.pe

Nombre comercial del producto	San Roque	
Fotografía	Descripción del producto	
	Galleta gigante relleno de manjar blanco y membrillo.	
	Materia prima	Galleta gigante dulce
	Insumos	Harina, margarina, manjar blanco, huevo, membrillo, agua, nueces, higo y sal
	Pesos	750-900 gramos
	Uso y aplicaciones	Consumo para todas las edades
Cantidad de producción	50 mil toneladas de producción por mes con un crecimiento del 10 % anual	
Distribución geográfica	EE. UU, Canadá, Japón, Chile, Bolivia y a nivel nacional.	
Procedencia	Perú	
Principal Mercado	Perú	
Partida arancelaria	1905909000	

Fuente: Jefe logístico de la Empresa King Kong

1 ¿Considera necesario un plan de negocio para realizar la exportación de su producto?

Si es bastante importante tener un plan de negocio, sobre todo un plan estratégico de negocio, la empresa a principios del año a nivel gerencial define cuáles son las estrategias en las que se va a enfocar. Por ejemplo en la empresa San Roque nuestro plan de negocio como tal debido que ya está cubierto nuestro mercado local, nuestra ampliación no se basa mucho en los temas locales que hemos cubiertos casi 100%, nuestra producción se basa en el mercado nacional que tenemos bastante departamentos, sobre todo primero de la costa posterior de la sierra y selva, pero más en el centro y sur de la costa, como Lima que es el principal, Arequipa entre otros, como que ese mercado no está cubierto por San Roque. Nuestro plan de negocio para estos meses es cubrir primero ese mercado, atacarlo de una manera que tengamos acogida en lo que estamos gastando a nivel logística, marketing y publicitario en el sector Nacional.

2 ¿Qué Canales de Distribución son las más usadas para la comercialización de su producto?

Nosotros tenemos nuestra política directa, nuestro producto mayormente empleamos la distribución directa por nosotros, todavía hemos pensado en tercerizarla la producción con una empresa distribuidora independiente, pero por temas económicos, por acuerdos y comerciales todavía no hemos hecho ningún acuerdo. Actualmente en todo Chiclayo tenemos un promedio de 10 tiendas, también tenemos de 10 a 15 tiendas adicionales por todos los aeropuertos, los centros comerciales en Lima, en las que todos los puntos propios de San Roque. Los vendedores de cada punto de venta (asesores de venta) pertenecen a la empresa San Roque y la distribución es directa, obviamente que contratamos una empresa de transporte, pero no hacen la gestión completa solo nos brindan el servicio de transporte, pero la parte administrativa y la parte operativa lo hace la propia empresa San Roque. Ese es nuestro canal de distribución mayoritaria que es el canal propio de distribución al consumidor directo, nuestro canal es el B2C (Business-to-Consumer), también tenemos un canal pequeño que es el B2B (business-to-business) es un canal menor que tiene menos mercado, en este también tenemos encargados que venden a otras empresas corporativas que quieren hacer regalos a sus trabajadores, quieren hacer premios pero en menor cantidad, también vendemos a distribuidores y minorista a menor cantidad. Pero nuestra mayor fuente de ingreso es el canal B2C que es el cliente consumidor final.

3 ¿Qué factores toma en consideración para exportar a un mercado internacional?

Nosotros en el tema de mercado de marketing indica es que tú puedes competir con la competencia dado la redundancia por 2 cosas: ya sea en una guerra precios por la cual nosotros no nos hemos inclinado por ese tipo de competencia, nosotros que hemos tratado es no irnos al precio sino a la diferenciación.

Nuestro producto es diferenciado en 3 cosas: calidad, imagen (prestigio de marca) y en el valor agregado que le damos. Nosotros más que un dulce vendemos es no un producto, sino que una familia o una persona pueda compartir un dulce momento, ese es nuestro eslogan, nosotros al mercado extranjero al momento de exportar vendemos bastante al tema de calidad, respecto a la competencia su precio es bastante alto, es porque la empresa también invierte bastante en el tema de proveedores, en el tema de calidad del producto, en el tema de marcas. Esa inversión ese nivel exclusivo que compramos de envases, de personal calificado para hacer el producto, también las mermas altas que sumimos ya que llegar un nivel alto de calidad también implica gastos y costos, en todo se refleja en el producto. Pero el cliente está pagando más por un valor de producto, está pagando por la marca prestigiosa y diferenciada en la calidad que ha hecho san roque.

4 ¿Cuáles son sus fortalezas y Oportunidades con la que cuenta la empresa?

Fortaleza

La mayor fortaleza que tiene la empresa en tanto la parte administrativa como productiva, los recursos humanos de san roque están bastante bien calificado y sobre todo en el tema de actitud y aptitud es bastante alto, ya que me siento que crezco tanto personal como profesional. El personal este motivado tanto en la parte anímica, sino que también este motivado para haga una buena labor por ascender y por hacer línea de carrera, valora mucho. Esto hace que sea una fortaleza, que todo el personal de san roque siempre todas las semanas o todos los meses, queramos siempre aportar algo nuevo, no solo en la parte administrativa sino en la parte producción, en la parte de calidad. Hacemos tanto nuestro trabajo cotidiano como que siempre le damos un plus de mejora a la compañía.

Oportunidades

Las oportunidades que tenemos cada vez más es coger el mercado en la cuestión de migrar tanto nacional como internacional.

Es también ver el tema de lo que no está saliendo, que algunas empresas lo ven como problema, nosotros vemos que esa debilidad o amenaza se convierta en una oportunidad, que

es el tema de los productos lay, dietéticos o bajos de azúcar, es bastante mediático ese tema que para nosotros puede significar un problema, pero que con el personal calificado que tenemos ese problema se puede convertir en una oportunidad de negocio.

5 ¿Cuenta con algún plan de Marketing mix para promocionar su producto?

Tenemos plan de marketing mix, pero siempre se varia para cada año, ya que el motivo es tener una mayor captación al cliente. Por ejemplo

Precio: Para esto nuestro producto es que a la hora vender no lo hacemos a un elevado precio.

Producto: lo que brindamos es calidad, en vez de cantidad.

Distribución: las distribuciones que tenemos es casi un 100% de captación aquí en todo Lambayeque y sobre todo en todos los aeropuertos del Perú.

Promoción: En la publicidad que brindamos a nuestros clientes, tanto a nivel local, nacional e internacional.

6 ¿Cuáles en su opinión son los mercados más atractivos para la exportación de su producto?

Los mercados más atractivos para exportar nuestro producto es mayormente el cliente extranjero como un segundo escalón, más va enfocado a nuestros clientes peruanos que están en el extranjero, mayormente tratamos de ver donde hay muchas colonias de peruanos. Son nuestro principal consumidor de extranjeros porque no tenemos que invertir mucho en posicionamiento de marca porque ese cliente ya conoce la marca. El primer mercado atractivo los países como EEUU, China, Japón donde hay mayor migración de peruanos.

Posteriormente ya el público nacional y latino.

7 ¿Cuáles son los proveedores que lo abastecen para la producción de su producto? ¿cantidad con la que adquiere los insumos?

Por el alto crecimiento de trazabilidad y el conocimiento de marca, tratamos que nuestros distribuidores sean bastantes confiables, le damos la bienvenida a proveedores nuevos que logran caracterizarse pero de por si antes ya tenemos a empresas conocidos a nivel nacional por ejemplo Alicorp, compramos la harina Nicolini ya que es una harina prestigiosa, igual también compramos a otros proveedores como Molicientro y GN son marcas reconocidas, eso no quita que a las marcas nuevas no le demos oportunidad, pero tiene que estar sometida en una evaluación y tiene que ser consecuente en el tiempo por el área de calidad. También nuestro proveedor de envases son dos imprentas que son más grandes de lima (GRAFISSA y MARY), ya que nos da la seguridad que nuestras cajas van a venir casi cero de defectos.

Nuestro porcentaje de defectos es casi el mínimo, ya que nosotros brindamos un producto A1 (tanto en el producto interno y envase). En las pulpas compramos empresas industrializadas, ya que te miden certificados de calidad, trazabilidad de sus pulpas y productos.

Las cantidades con la que producimos normalmente en algunos productos, nuestra línea fuerte de ventas y producción son los kingkones. En los kingkones esta nuestro fuerte en tema de materia prima que compramos en toneladas (leche, huevo, azúcar y harina) ya que se compra mensual. Y en menor cantidad son los productos nuevos que estamos entrando al mercado de forma reciente, como son los productos que son los chocolates. Los sabores nuevos que está saliendo al mercado compramos en cantidad menores a la cantidad de tonelada.

8 ¿Tiene conocimiento de empresas competidoras que exporten productos en Panadería y repostería?

Las empresas competidora a nivel local son:

Fábrica de Dulces Finos Bruning

King Kong Llampayec

King Kong Lambayeque

Pero son una competencia sana, ya que todos pertenecemos a una asociación de kingkones, siempre hubo competencia de la mejor manera, con el debido respeto. Ellos pueden tomar algunas cosas como referencia para que se superen y también nosotros vemos algunas referencias y lo mejoramos.

No tratamos de ver a la competencia como un gran reto, sino de ver sus aspectos positivos para poder utilizarlos y mejorar para ser conocido tanto local como internacional.

9 ¿La empresa tiene la capacidad necesaria de producción para realizar la exportación de su producto?

Si, en el tema de marketing enseña bastante lo que es el PUSH y PULL. El PUSH es lo que San Roque ofrece y PULL lo que el área del marketing prepara y hace que el cliente perciba, si el PULL que es el cliente desean bastante el producto y están motivados con el producto, de nada sirve que haya PUSH, porque no podríamos satisfacer ni atender sus cantidades que requiere. Tampoco sirve que yo produzca altas cantidades si es que no haya un PULL si es que no haya una aceptación de cliente. Entonces tratamos de equilibrar y estamos en constante comunicación en el área de producción, marketing y comercial para ver cuáles son los estimados de producción que estimamos para los próximos meses y años. Se hace un trabajo en conjunto para llegar a un nivel de cantidad y capacidad que el área comercial nos requiera.

10 ¿Cuáles son los índices de producción de su producto en estos últimos 3 años?

Nosotros tenemos un crecimiento de un 10 % anual, eso es nuestro índice de producción. El año pasado nos perjudico un poco por el tema del fenómeno del niño, tanto porque a nivel local como nacional no hubo tanto consumos de productos, la gente siempre con la situación de la crisis se perfila por la compra de productos de primera necesidad como: alimentos, arroz y azúcar. Por ello bajaron un poco las ventas en el 2017 en los primeros semestres, pero tratamos de recuperar en el segundo semestre lo que es exportaciones, pero no alcanzamos a crecer un 10% no depende de nosotros, sino por lo que paso.

11 ¿Qué tipo de Incoterms utiliza para realizar su exportación?

Somos bastante flexibles en los incoterms, ya que depende cual el cliente nos solicita. Nosotros podemos cotizar con Ex – work que es puesto en planta, también en FOB Callao, también los clientes solicitan un DDP (Delivered Duty Paid), el incoterm que el cliente necesita nosotros podemos cotizar. Trabajamos con agentes aduaneros nos cotizan según lo que requiere cada cliente. Como ahora nuestra prioridad de exportar es bastante alta porque nos permite diferenciarnos en el mercado somos bastante flexibles en el incoterm que el cliente solicite, aportamos las cantidades y los precios. Y podemos hacer asequibles al incoterm solicitado

12 ¿Qué documentos son necesarios para la exportación de su producto?

Primero cada país de por si tiene su propia certificación, por ejemplo, EEUU siempre llegan a san roque el FDA, ya que viene a certificarnos una vez al año para que nuestros productos sean exportados a dicho país.

Lo que sí es obligatorio para que un producto salga del país se necesita el certificado HASA. no solo nuestro producto, sino que cualquier tipo de producto salga de Perú y el certificado de origen.

13 ¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación de su producto?

Por la alta rotación que tiene nuestro producto, el medio de transporte que todo sea vía avión ya que nuestro producto tiene una durabilidad de 4 a 5 meses, entonces si lo exportamos en marítimo el tiempo es de 15 a 30 días prácticamente perdidos. Si es que el cliente un tema de costos acepta de que sea por vía marítima, lo que tratamos es solicitar a nuestro agente de aduanas, cuando nos comunique que el contenedor este punto de cerrar, a veces un contenedor

demora una semana o quince días en con bromear o consolidar carga. Lo que tratamos es que nos avisen unos 2 o 3 días antes de que el contenedor cierre para que nosotros podamos producir nuestro producto y pueda calzar o pueda ajustarse justo cuando el contenedor va a cerrar para que nuestro producto llegue lo más fresco posible en caso que el cliente desee en vía marítima.

Comentario: De acuerdo a la versión de jefe logístico de la empresa San Roque, el King Kong es un producto muy conocido a nivel local, nacional e internacional. En la cual incentiva al vendedor hacer diferentes productos con mejor calidad. La empresa no solo es factible en el comercio interno, porque el producto ya tiene acogida a mercados internacionales como EE.UU, China y Japón por el mayor porcentaje de peruanos que abundan y por un mayor mercado latino. Para esto se ve reflejado que tanto en sus proveedores como el producto que venden sea A1.

3.1.1.3 Indicar los requisitos y formas de exportación hacia el mercado de Estados Unidos

En Base a los resultados de la aplicación de la entrevista a los expertos en comercio exterior se tuvo en consideración a la Mg. Danna Jiménez Boggio, Mg. Jean Carrion Mezones y Mg. Mónica Pintado Damian, quienes dieron a conocer que es ventajoso contar como principal mercado EE.UU esto se debe por la gran demanda con la que cuenta dicho país logrando a la vez que la empresa tenga presencia en un potencial Mercado, es por ello que para su ingreso a dicho mercado se requiere de documentaciones esenciales tales como un Contrato de Compra-Venta, Packing List, Certificado de Origen, Conocimiento de Embarque, Sanitarios entre otros. Con respecto al incoterms utilizado para la exportación ambos expertos consideran que si se desea ingresar a un nuevo mercado sea con un FOB minimiza costos para el exportador y menor riesgo. A la vez consideran como principal medio de transporte internacional para el tipo de producto a exportar el marítimo y Aéreo esto dependerá de la vigencia de Caducidad del producto, hay que tener en consideración que nuestro país cuenta con un TLC con EE.UU por lo se puede aprovechar para no contar con Barreras Arancelarias. Se considera como principales canales de Distribución los mayoristas, minoristas, están en lugares estratégicos tales como Aeropuertos, Restaurantes, Cafeterías y se considera también contar con un Bróker como un medio para Distribuir nuestro Producto. Se toma en consideración que para el ingreso de un producto por vía marítima una documentación 10+2 este documento permite brindar seguridad de la mercancía que ingresa a EE.UU.

1. ¿Cuáles son los beneficios de exportar un producto hacia el mercado de Estados Unidos?	
Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO	el mercado americano cuenta con gran demanda y un porcentaje elevado de población peruana, es una de las principales economías y demandas de productos peruanos
Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES	Primero es su mercado son 320 millones de habitantes por ello es un mercado grande. Tiene un poder adquisitivo grande, el tamaño de la población de latinos en la cual hay un 44% a nivel de EEUU, sin contar algunos estados del mismo país que llegan a un 60 % de peruanos. Aparte que es un país consumista, la mayor parte de su canasta familiar es en gasto de alimentación aparte del estudio.
Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN	En estados unidos es un mercado grande que cuenta con varias personas latinas, ciertamente tienen parecidas costumbres a nosotros, los latinos tenemos otras tendencias de consumo, inclusive también tenemos en EEUU variedades de gustos y preferencias. Yo creo que EEUU es un buen mercado para poder hacer exportaciones de cualquier producto y que tenga la acogida que tiene.

Comentario: De acuerdo a las versiones de expertos en comercio exterior este mercado es muy grande ya que tiene mayor demanda y cuenta con mayores personas latinas incluyendo a la comunidad peruana. Ya que es un país con una principal economía y demanda en productos peruanos y se ve reflejado porque la canasta en la cual son sus gastos es mayormente en la alimentación.

2. ¿Cuáles son los documentos utilizados en la exportación de productos al mercado de Estados Unidos?	
<p>Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO</p>	<p>Depende de la naturaleza del producto. Regularmente son: factura comercial, packing list, certificados (de acuerdo al producto), conocimiento de embarque y certificado de origen</p>
<p>Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES</p>	<p>Los documentos utilizados es depende de cada producto, por ejemplo, si son productos frescos van a necesitar obligatoriamente una certificación de algunos organismos, en este caso hay unos certificados que son los cites, si es que el producto es procesado necesitan una autorización de ingreso del importador, también necesitan las certificaciones que tienen acá las nacionales en este caso los de Digesa, en la cual necesitan las certificaciones de calidad o que estén siguiendo un proceso de inocuidad de alimentos.</p>
<p>Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN</p>	<p>Para exportar primero, antes del documento que sea procesado tiene que tener su registro sanitario, en el caso de las galletas tiene que tener su número de registro sanitario, la documentación para que vaya tiene que ir su factura comercial, su lista de empaque, si es un medio marítimo tiene que ir su BILL OF LADING (BL) y sus instrucciones de embarque para que pueda ir y saber que tipo de contenedor, también las certificaciones cuando el producto llegue allá también tiene que contar sus</p>

	<p>certificaciones que están respaldadas por el FDA. También si es que el mercado por ejemplo hay algunos cellos que puede tener seria excelente. En el tema del producto como es este ya que es procesado sugiero que lo primero que se debe de tener es contar con un registro sanitario.</p>
--	---

Comentario: De acuerdo a las versiones de mis expertos en comercio exterior es que lo primordial para un producto procesado tengan los registros fitosanitarios, factura comercial, lista de empaque, certificaciones que están respaldadas por la FDA, conocimiento de embarque y certificado de origen.

<p>3.Con respecto a negociaciones ¿Cuál sería el incoterm más recomendable para la exportación de un producto hacia el mercado de estados unidos?</p>	
<p>Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO</p>	<p>El incoterm FOB, para evitar los pagos sustanciales de fletes internacionales</p>
<p>Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES</p>	<p>La verdad va a depender la capacidad de negociación del exportador y el importado, también depende muchas en las condiciones de la mercancía, a veces hay mercancía que uno fácilmente puede hacer toda la gestión logística podrían entregarlas en el mismo estado o en la misma ciudad donde requieran el producto, puede ser que el comprador no tenga los conocimientos o la capacidad logística para comprar el producto, también puede decidir que el exportador asuma a todo el costo de transporte internacional, pero para empezar si podría ser en FOB para conocer los requisitos y los trámites aduaneros en origen</p>

<p>Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN</p>	<p>El incoterm más recomendado sería el FOB ya que es el adecuado para exportar, porque si es marítimo tú ya le das un puesto en Paita por ejemplo si es que hablamos de un contenedor. Si es una exportación de carga consolidada lo exportas por Callao porque por Paita no va a salir, si es por aéreo igual va hacer por Callao ya que en Piura no hay aeropuerto directo que vaya a EEUU, si hablamos por un contenedor cerrado por Paita y si hablamos por carga consolidada por Callao o aéreo.</p>
---	--

Comentario: De acuerdo a las versiones de mis expertos en comercio exterior que el incoterm más recomendable es el FOB, ya que voy a evitar los gastos sustanciales de fletes internacionales, aparte que puedo conocer los requisitos y trámites aduaneros en origen.

<p>4. Para él envió de un producto hacia el mercado estadounidense. ¿Cuál sería el transporte internacional a usar para la exportación de productos de panadería y repostería? ¿Cuál es medio de transporte más utilizado para dicho mercado?</p>	
<p>Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO</p>	<p>El medio de transporte más recomendado para minimizar los costos es el marítimo donde el promedio de tiempo de transito</p>
<p>Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES</p>	<p>Para panadería y repostería, si son producto que ya están procesados normalmente tienen una fecha de capacidad o una fecha de caducidad puede ser entre 1 o 2 años, puede haber otros que su tiempo es mas corto como en 30 o 60 días, entonces si en mi producto da para un tiempo de caducidad muy amplio el medio sería marítimo o un tipo de carga consolidada.</p>

	<p>Pero si mi producto es de pastelería que normalmente que ha veces tiene un mes de vida útil o solo 15 días, entonces no podría optar por un medio de transporte que demore demasiado, aunque a EEUU por vía marítima tiene un 13 o 16 días dependiendo del transporte. Pero como el producto es galleta Santa Clara en la cual son galletas artesanales, tienen una fecha de caducidad que pasa del año, normalmente no se envían en contenedores refrigerados ya que al momento de estar allá el producto no ponen en un área refrigerado, lo tiene en un área de temperatura ambiente, ahora si el transito que van a pasar implica se exponga a temperaturas muy altas de sol ahí si se necesita un contenedor refrigerado, teniendo en cuenta llenar un contenedor de galletas de refrigerado</p>
<p>Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN</p>	<p>El medio de transporte más utilizados para la exportación de galletas al mercado de EEUU es el medio de transporte marítimo, también el aéreo, pero no tanto como el marítimo.</p>

Comentario: De acuerdo a las versiones de mis expertos en comercio exterior el medio de transporte de mi producto es marítimo, una es por el tema de reducir los costos, pero también tenemos que ver el tiempo de duración del producto ya que si cuenta con un tiempo de vida de 15 o 30 días no es recomendable que sea por marítimo, porque el periodo del transcurso es casi similar a la duración producto

5. ¿Cuáles son las Barreras Arancelarias con las que cuenta el mercado de Estados Unidos?	
Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO	Con los respectos barreras arancelarias son mínimas ya que contamos con un TLC y gran porcentaje de las partidas cuentan con arancel 0
Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES	<p>Por el convenio que se tienen ahora no tiene barreras, tiene un 90% de partida liberalizadas, no creo que haya.</p> <p>Aparte si es que hubiese un arancel no son tan elevados, salvo que sean de china. Por ahora están dentro de los aranceles preferenciales.</p> <p>Ahora hay otras barreras que pueden ser más problemáticas que las barreras arancelarias, estamos hablando de las barreras no arancelarias en este caso los requisitos adicionales. Por ejemplo, pruebas o análisis químicos del producto para ver que no contengan ciertos ingredientes que no puedan afectar su población.</p> <p>Para este tipo de producto tiene que tener una prueba de gluten, eso son a veces los requisitos más difíciles de cumplir.</p>
Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN	EEUU no cuenta con muchas barreras para este tipo de productos ya que tenemos por la certificación de origen estamos liberados con un 0% de arancel, entonces ahí tienes ventaja.

Comentario: De acuerdo a las versiones de mis expertos en comercio exterior sus barreras arancelarias son mínimas por los tratados que contamos con EEUU. Ahora hay otras barreras que pueden ser más problemáticas que las barreras arancelarias, estamos hablando de las barreras no arancelarias en este caso los requisitos adicionales. Por ejemplo, pruebas o análisis químicos del producto para ver que no contengan ciertos ingredientes que no puedan afectar su población.

6.Con respecto al mercado de Estados Unidos ¿Cuáles son los canales de Distribución con la que se puede contar en el mercado internacional?	
Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO	Canales indirectos a través de mayoristas, detallistas o distribuidores.
Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES	El más grande mercado de distribución que tienen allá son los supermercados, los markets que ellos lo llaman y también tienen bodegas, para el tipo de galletas va a depender al estado que vaya con quien se haga el negocio, si son con supermercados que son buen canales de distribución, tu empresa tiene que estar dispuesta a soportar por lo menos 2 o 3 meses de crédito, porque al igual como te pagan aquí un supermercado a los 90 días, allá puede ser lo mismo. Pero si negocias con un bróker o con un intermediario si te pueden pagar antes y lo otro que tú que vayas o distribuyas otras empresas pequeñas, pero tendrías que tener la capacidad de entregar el producto en EEUU
Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN	Yo sugiero siempre cuando vas a un nuevo mercado hay algunos brókeres que trabajan o comisionan por la transacción que te hacen o te ayudan hacer. Y por medio de un bróker

	pagándole 1% de comisión o lo otro también hay unas tiendas de mercados latinos en la cual te puedes contactar y llegar directamente a venderlos.
--	---

Comentario: De acuerdo a las versiones de mis expertos en comercio exterior se sugiere a los canales indirectos a través de mayoristas, distribuidores, por un intermediario o bróker ya que si te pueden pagar antes. Por otro caso en contactarse con tiendas de mercados latinos en la cual puedo contactarme y venderlos directamente.

7. Para el ingreso de un producto por vía marítima hacia el mercado de Estados Unidos se requiere el Documento 10+2 ¿Quién emite dicha documentación y cuáles son los requisitos para obtener la documentación?	
Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO	El documento tiene un trámite virtual, el formato lo debe completar el exportador, envíale a importador y este último presentarlo a la aduana americana
Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES	Es un documento que se solicita de forma obligatoria a partir del año 2009, es a partir del tema que tuvieron con el terrorismo de los que ellos buscan es hacer un seguimiento de toda la carga que ingresa en su país, por esto es un tipo de requisito para poder ingresar la mercancía. Básicamente el 10+2 es como una carpeta o un archivo de toda la carga que ingresa a su país, para eso te piden requisitos obligatorios, el “diez” se refiere a los 10 requisitos que van de parte del exportador o datos de la empresa y el “dos” con el tema de la carga. Primero se transmite en EEUU por el importador, tiene que ser 48 horas antes de que se cargue el buque en origen,

	si no haces eso, no transmites la documentación o no entregas ese fail que te piden la mercancía va a tener problemas cuando llegue.
Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN	Es una documentación de protección que da la aduana americana, lo da la misma aduana americana, es como una certificación para que te obliga a declarar la mercancía que van hacer importadas por vía marítima. Los requisitos para obtener esta documentación como tu factura o lista de empaque. Por ejemplo, aquí hay canales de control, pero en otros países no hay, algunos sin pasan inspección ovinamente por muestras aleatorias, entonces que es lo que necesita para ver si es lo que dice el contenedor dice tus documentos, pues la documentación hace una constatación tanto física como documentaria.

Comentario: De acuerdo a las versiones de mis expertos en comercio exterior nos explica que este documento 10+2 es un documento para declarar una mercancía que van hacer importadas, este documento tiene un trámite virtual, el formato lo debe de completar el exportador, para que le pueda dar al importador y pueda declarar en la aduana americana. Los requisitos para obtener esta documentación es tu factura o lista de empaque.

8. ¿Qué tipo de carga cuentan con restricción de ingreso hacia el mercado de Estados Unidos?	
Experto 1 DANNA JOHANA JIMENEZ BOGGIO	La restricción las tiene varios productos las cuales tiene que acompañar con certificaciones o autorizaciones.

<p>Experto 2 JEAN MICHELL CARRION MEZONES</p>	<p>La restricción de ingreso para las galletas artesanales es el tema del gluten, lo otro es que previamente tienes que enviar una tabla de todos los ingredientes e insumos químicos que vayan en el producto hacia EEUU. El importador tiene que presentar esos documentos de lista de ingredientes y ellos van a verificar si hay gluten u otros químicos que no se puede ingresar y aquellos que estén vetados también.</p> <p>Anteriormente la quinua tiene ese problema, entonces si hay productos que han sido castigados que van a ingresar a EEUU, primero tienen que ver si habido una resolución de pruebas que autoricen que ya tiene ingreso o si no, no pueden ingresar. Tendrías que ver bien si tu producto no habrá sido castigado, a veces te castigan por empresas por regiones o por países.</p>
<p>Experto 3 MONICA PINTADO DAMIAN</p>	<p>Generalmente pues las cargas que entran con restricciones son las cargas con son perecibles, pero en este caso tu carga también contaría con restricciones porque necesitaría ciertos permisos para que puedan ingresar, por ejemplo, no puedes ingresar una carga a EEUU que no tenga el mínimo “el registro sanitario”. Porque no puede ser acta para consumo, también en el tema de la carga tienes que ver en el tema de durabilidad, el problema con las galletas por ejemplo con san roque o algunas empresas pasa es que duran muy poco con</p>

	<p>un periodo de 3 meses, entonces hay que ver si le vas a poner preservantes o algún químico a ese producto tiene que durar y tiene que durar mínimo un año para que se pueda vender, porque mientras que sale del centro de producción, hasta que va al anaquel y hasta que se venda en el anaquel pasa de un lapso de tiempo grande, la carga podría malograrse y no llegarías a venderlo con éxito</p>
--	--

Comentario: De acuerdo a las versiones de mis expertos en comercio exterior las cargas que entran con inspecciones son las cargas perecibles, pero en mi caso si necesita con ciertas restricciones para EEUU por ejemplo el registro fitosanitario, otro es que el importador mande la lista de ingredientes y químicos que contiene mi producto. Y verificar si está libre en gluten y si no hay problemas en algún químico que contenga.

3.1.2. Discusión de resultados

Con respecto al primer objetivo específico sobre Determinar el estado de Producción y Comercialización actual de las galletas Artesanales de la Panadería “Oblitas” como resultados en una entrevista que se aplicó al gerente de la empresa se obtuvo que la empresa elabora una variedad de productos tales como las Galletas Santa clara, Rosquitas, Galletas de leche entre otros, siendo un producto atractivo para su consumo, pero por falta de un plan de negocio la empresa no ha sabido acaparar nuevos mercados y así hacer frente a sus competidores directos, hay que tener en cuenta que la empresa cuenta con sólidos proveedores y tiene un alto potencial de desarrollo, presentando su principal dificultad la falta de conocimiento en el ámbito de exportación y elaboración de un plan de negocio para lograr acceder a nuevos mercados. Según Benavides y Zeña (2016) en su investigación sobre Plan de Negocio para la exportación de Galletas de Quinoa como resultado de su investigación hace mención que un plan de negocio facilita la exportación de las Galletas de quinoa al mercado internacional, ya que es herramienta que guía a la empresa hacia el cumplimiento del objetivo trazado y que a la vez permite planificar las actividades que necesitan desde el estudio de mercado, plan de marketing hasta un estudio financiero. Así

mismo en similitud a lo mencionado se considera que el uso de un plan de negocio es favorable para la empresa ya que permite organizar y planificar el acceso a nuevos mercados. Con respecto a la empresa Oblitas se debe tener en cuenta que sería satisfactorio y rentable si la empresa quiere enrumbar a ingresar a nuevos mercados no solo nacionales sino también internacionales deberá contar con un plan de Negocio.

Para el segundo objetivo específico sobre Identificar empresas competidoras en el rubro de exportación como resultado de una entrevista hacia el jefe Logístico Manuel Ubillus de la empresa San Roque considera esencial un plan de negocio para cualquier empresa que quiera ingresar al mundo de la exportación ya que esto le permite hacer una investigación antes de internacionalizarse; el contar con un plan de negocio la empresa San Roque ha logrado abarcar mercados Locales, Nacionales e internacionales permitiéndole tener mayores ingresos en las ventas de los productos que ofrece y teniendo presencia de su marca en los mercados de EE.UU. China y Japón, gracias a contar con un plan de negocio la empresa San Roque viene creciendo en su producción en estos últimos 3 años un 10% anual. Según Mariño (2014) en su libro Plan de Negocio hace mención que una idea empresarial debe apoyarse en un Plan de Negocio ya que se detalla la idea de negocio, objetivo planeado y las estrategias que rigen las empresas, cabe resaltar el plan de negocio permite estudiar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto. Así mismo, en complementariedad a la información obtenida podemos concluir que contar con un plan de negocio para exportar será beneficioso para la empresa ya que es una herramienta que permite realizar un estudio completo del mercado a ingresar y concluyendo con el estado financiero del proyecto calculando el valor de inversión y el retorno del mismo anualmente.

Con respecto al tercer objetivo específico sobre Indicar los requisitos y formas de exportación hacia el mercado de Estados Unidos en una entrevista realizada a expertos en el ámbito de Comercio Exterior tales como Mg. Danna Jiménez, Mg Jean Carrión, Mg. Mónica Pintado se obtuvo como resultado: se considera un potencial mercado Estados Unidos esto gracias a la gran demanda que tiene y que para su ingreso se requiere de documentos de exportación tales como Contrato-Venta, Packing List, Certificado de origen, Conocimiento de Embarque y entre otros, pero para su ingreso se debe tener en cuenta el tipo de contrato a realizar y el medio de pago ya que existe reglas internacionales tales como los Incoterms que permite facilitar las Exportaciones y teniendo en cuenta el tipo de transporte internacional a utilizar, hay que tener en consideración que nuestro País cuenta con diversos acuerdos internacionales con distintos países y uno de ellos es con estados

Unidos permitiendo acceder al mercado del país sin ningún tipo de Barreras Arancelarias en algunos productos. Según Villanueva (2011) con su libro de Exportación considera que la exportación es un régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales y nacionalizadas por otro lado, el portal web Telesup (2015) hace mención a los incoterms y su importancia en el comercio internacional ya que esto permite diferenciar los límites de responsabilidades por parte del importador y exportador así lograr una Compra-Venta internacional exitosa. En complementación a nuestra investigación podemos llegar a la conclusión que las exportaciones permiten a que las empresas no solo aumenten sus beneficios sino también tener presencia en el mercado internacional, ya sea el caso del mercado Estadounidense que viene siendo atractivo para toda empresa exportadora y esto es gracias a la demanda con la que cuenta. Cabe recalcar que la presentación de documentación es por seguridad; se recomienda que la empresa Oblitas busque el ingreso de sus productos a dicho mercado por la gran demanda y por el gusto de consumir un producto artesanal y representativo del país.

3.2. Consideraciones finales

PROPUESTA DE LA INVESTIGACION

Título de la propuesta

Plan de Negocio para la Exportación de Galletas Artesanales al mercado De EE. UU en la Empresa Panadería Oblitas del distrito de Pomalca, Chiclayo 2018-2021

Objetivos de la propuesta

- e.** Determinar el estado producción y comercialización de galletas artesanales de la Empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo.
- f.** Identificar empresas competidoras en el rubro de la exportación que ofrezcan productos igual o similar al de la Panadería Oblitas.
- g.** Indicar los requisitos y formas de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.
- h.** Elaborar un diseño de plan de negocio en la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo – 2018

Hay que tener en cuenta que para la producción de Galletas Artesanales la empresa tiene proveedores que lo abastecen de la materia prima que se requiere, dichos proveedores son Alicorp. Así mismo en nuestra investigación con respecto a la exportación de galletas Artesanales se consideró como principal mercado Estados Unidos y en nuestra segmentación de mercado a Nueva York ya que cuenta con la mayor cantidad de población peruana esto sería beneficioso para la empresa.

En el progreso de la presente se realizaron tres entrevistas, y de ellas fueron dirigidas al gerente general de la empresa “Oblitas”- Chiclayo, 2018, así como también al representante de Logístico de la empresa San Roque y a la vez especialistas en comercio exterior. Este instrumento ha consentido que se obtenga información excelente y precisa, la misma que hizo que se pudiera efectuar un plan de negocios para que sea la exportación efectiva.

Posteriormente, se desarrolló una investigación económica y también financiera, en la que se valoró por un lado su rentabilidad y también su posibilidad si es factible que se pueda exportar el producto de Galletas Artesanales desde Perú a Estados Unidos, asimismo, se planteó para contar con un sistema para realizar la distribución a un despensero, de modo que este pueda distribuir por lo que al ser la primera vez que realice la exportación la empresa, ello le beneficia rotundamente.

Esquema de la propuesta

Para el proceso del presente estudio se tomó un esquema que encierra el plan de negocios: Instrumento que se necesita para la evaluación de la posibilidad de un negocio. Weinberger (2009).

Tabla 6 Esquema de plan de negocios

Plan de negocios de una empresa puesta en marcha
Resumen Ejecutivo.
Descripción de la empresa.
Reseña de la empresa
Ubicación de la empresa
Estudio de la industria
Bienes (productos) y servicios brindados

Estado del financiamiento

Descripción de la competencia, su posición competitiva y su mercado objetivo.

Estrategias de marketing y ventas

Modelo Financiero

Estudio financiero

Conclusiones y recomendaciones

Anexos

Fuente: Plan de negocios, Weinberger (2009).

Elaboración: Propia

Fuente: Esta fuente es de Santandertrade(2017)

3.2.1. Resumen Ejecutivo

La presente investigación tuvo como objetivo determinar si un plan de negocios permitirá la exportación de Galletas Artesanales de la empresa “Oblitas” con destino a Estados Unidos. Actualmente la empresa se dedica a la producción y comercialización de Galletas Artesanales en los distintos mercados de su distrito, no obstante, las visiones emprendedoras de los encargados de la empresa nos abren una puerta a poder realizar un estudio y ver la factibilidad de la comercialización que puede tener su producto en mercados en el exterior. El consumo Galletas Artesanales un producto peruano ha incrementado en el mercado estadounidense esto gracias a la población peruana que se encuentre emergiendo en dicho, a la vez por la elaboración natural de dicho producto que esta al gusto del paladar del consumidor.

Las personas involucradas en este plan de negocio son: Bryan William Medina Cabrejos, estudiante de Negocios Internacionales. Así mismo la empresa “Oblitas” con su gerente general Arilis Delgado Querevalu, quien proveerá la información para la realización de este plan de negocio.

3.2.2. Descripción de la empresa

3.2.2.1. Historia de la empresa

La empresa “Oblitas” fue fundada por Arilis Delgado Querevalu y su familia en el año 2004, para luego ser formalizada en el año 2007, dedicándose a producir de Galletas Artesanales. Empezaron con un capital de S/3,000 y en la actualidad podemos afirmar que se cuenta con un capital de trabajo de S/120,000 que son utilizados para su capacitación y producción de su personal como de sus productos respectivamente.

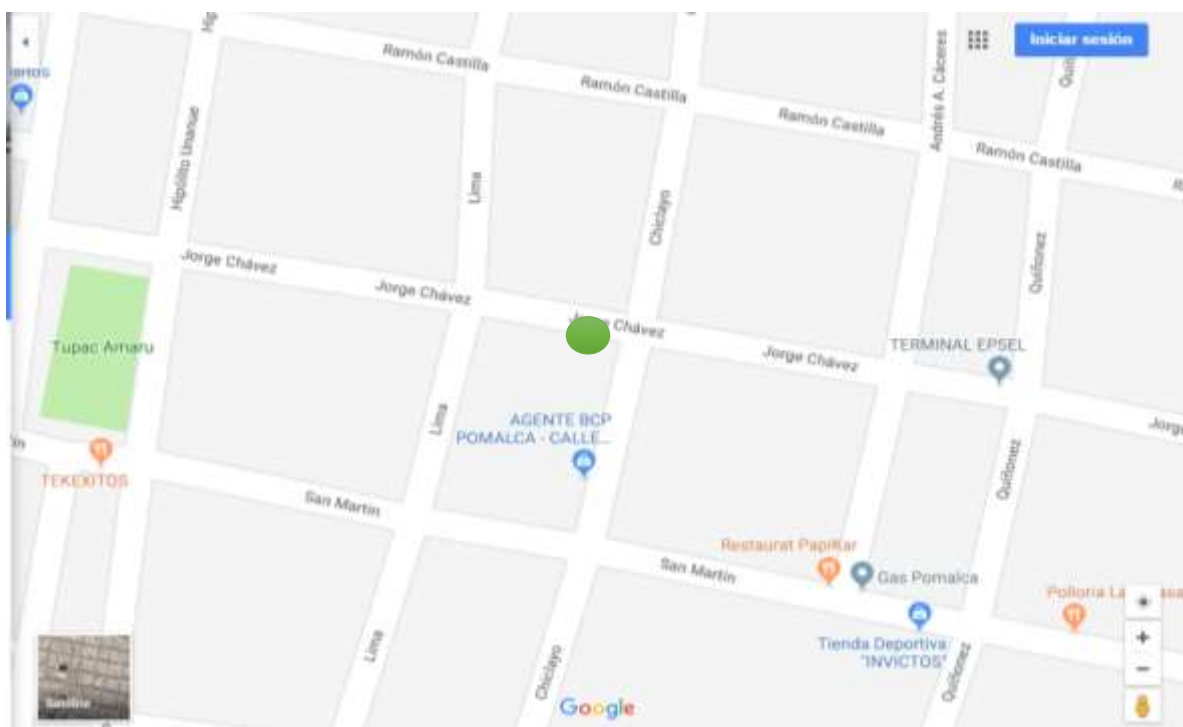
3.2.2.2. Ubicación de la empresa

Imagen 1: Ficha RUC de la empresa Comercializadora de Oblitas

Número de RUC:	10164998466 - OBLITAS REQUEJO ABELARDO	
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	
Tipo de Documento:	DNI 16499846 - OBLITAS REQUEJO, ABELARDO	
Nombre Comercial:	PANADERIA OBLITAS	Afecto al Nuevo RUS: SI
Fecha de Inscripción:	27/06/2007	Fecha de Inicio de Actividades: 01/06/2007
Estado del Contribuyente:	ACTIVO	
Condición del Contribuyente:	HABIDO	
Dirección del Domicilio Fiscal:	-	
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior: SIN ACTIVIDAD

Sistema de
Contabilidad: MANUAL

Imagen 2: Ubicación de la empresa



Fuente: Google Maps (2017)

Imagen 3: Fotografía de la empresa Panadería Oblitas
Fuente: Suntu



Fuente: Google Maps (2017)

3.2.2.3. Análisis de la industria

Galletas Artesanales es un producto que viene siendo promocionado por más de 10 años siendo reconocida por su calidad y gusto al paladar del consumidor. La elaboración de Galletas artesanales se encuentra en el rubro de Panadería y Repostería dicho rubro en la actualidad viene siendo comercializada no solo en los mercados locales y nacionales sino también se ha logrado exportar a los mercados internacionales y gracias a ello los residentes peruanos de distintos países han probado un producto 100% natural y de origen peruano. En la actualidad las importaciones de panadería y repostería vienen creciendo y formando parte de la rentabilidad de nuestro país.

Imagen 4: Importaciones Mundiales de Panadería y Repostería (2017)

SA4	Importadores	Seleccione sus indicadores											
		Valor importado en 2017 (miles de USD)	Saldo comercial 2017 (miles de USD)	Cantidad importada en 2017	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2013-2017 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2013-2017 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2017 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	Arancel equivalente al valor aplicado por el país (%)
	Mundo	33.584.264	-98.868	0	No medida		2	10	7	100	2.315	0,05	
	Estados Unidos de América	5.120.710	-3.181.247	1.563.843	Toneladas	3.274	10	12	10	15,2	3.727	0,26	0,7
	Reino Unido	2.541.107	-1.364.713	934.686	Toneladas	2.719	0	6	7	7,6	1.285	0,11	4,6
	Alemania	2.264.700	1.520.665	704.111	Toneladas	2.801	1	5	8	6,7	765	0,11	4,6
	Francia	2.247.875	-115.436	752.010	Toneladas	2.989	-1	3	6	6,7	876	0,15	4,6
	Canadá	1.482.223	962.166	491.751	Toneladas	3.014	1	7	3	4,4	2.753	0,58	2,6
	Países Bajos	1.248.154	613.937	429.260	Toneladas	2.908	2	-6	10	3,7	1.086	0,2	4,6
	Bélgica	1.125.539	1.062.914	431.281	Toneladas	2.610	-3	3	5	3,4	638	0,19	4,6
	Italia	938.563	1.277.862	322.196	Toneladas	2.913	0	5	9	2,8	990	0,16	4,6
	China	774.402	-385.538	161.855	Toneladas	4.785	17	18	2	2,3	4.207	0,13	19,9
	Escoia	739.302	292.008	243.155	Toneladas	3.040	-1	-1	3	2,2	1.465	0,14	4,6

La empresa “Oblitas” dedicada a la producción y comercialización de panadería y Repostería en esencial las Galletas Artesanales

Características de las Galletas Artesanales

Es un producto 100% natural que cuenta con propiedades tal huevo, azúcar rubia, manteca vegetal, harina extra, vainilla; estos ingredientes permiten la elaboración de las galletas para su respectiva comercialización, los productos son horneados y salen crocantes que son exquisitos para el paladar del consumidor.

Forma. - Son infrutescencias de forma ovalada, gruesas y crocantes.

Color. - tiene un color amarillo poco oscuro.

Imagen 5: Galletas Artesanales



Valor Nutricional

Al ser un producto tradicional se puede decir que cuenta con insumos naturales que son exquisitos para el paladar del consumidor y que pueden ser importantes para los niños o jóvenes lo consuman.

Tabla 7: Valores nutricionales de la galleta

Nutriente	Valor
Calorías	120.0 kcal
Grasas Totales	4 g
Saturadas	2g
Sodio	234mg
Carbohidratos	18g
Azucares	7g

Fuente: Elaboración Propia

Proceso de Producción

Primer Paso: Para empezar con la masa, coge un recipiente y tamiza la harina, el azúcar y los polvos de hornear. Luego añade la margarina a temperatura ambiente para que sea más fácil de mezclar. Lo que vamos a hacer ahora es lo que se denomina arenar la masa, es decir, mezclar la margarina con la harina y el resto de ingredientes con las manos de tal manera que se vaya deshaciendo poco a poco, y al final quede la harina con una textura arenosa y desmenuzada. Precalienta de mientras el horno a 180°C.

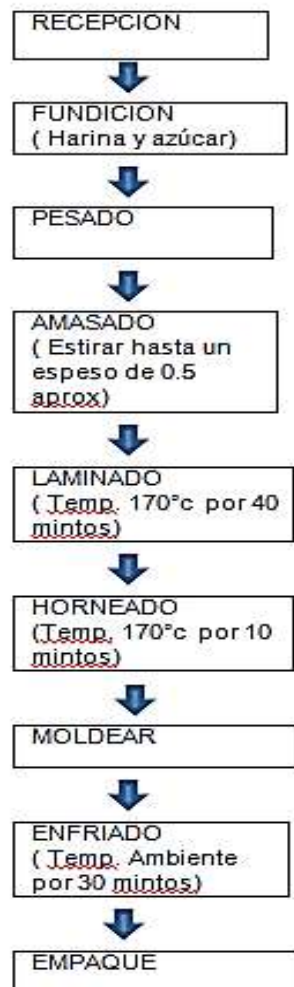
Segundo Paso: Cuando se haya conseguido, se hace un volcán en la masa de las galletas y vierte los huevos junto con la esencia de vainilla. Mezcla todo bien y cuando la masa empiece a ponerse más compacta, amasa con las manos. Deberás amasar hasta que se integren todos los ingredientes y se forme una masa húmeda y suave. Déjala reposar unos minutos tapada con un paño limpio.

Tercer Paso: Cuando la masa de galletas haya aumentado ligeramente su volumen, espolvorea un poco de harina sobre la mesa y vuelve a amasarla hasta que puedas extenderla sobre la superficie y estirla con la ayuda de un rodillo. Ahora corta las galletas. Si no dispones de molde para galletas, puedes cortarlas con la boca de un vaso y hacerlas redondas. El número final de galletas al horno variará en función del tamaño que le des, pero deberían salir entre 4 y 5 bandejas.

Cuarto Paso: Hornea las galletas rápidas caseras durante 25 minutos como máximo. En función de la potencia de tu horno puede que tarden hasta menos, eso sí, deberás vigilarlas para que no se quemen. Cuando estén doradas, retíralas del horno con cuidado y deja que se enfríen.

Quinto Paso: Como ves, se trata de una receta simple que te permitirá realizar unas Galletas Artesanales. Si lo deseas puedes usar fondant de azúcar para hacer unas galletas decoradas o disfrutar de estas galletas.

DIAGRAMA DE FLUJO



FODA del producto

Tabla 8: FODA de la Galletas artesanales

FORTALEZAS
No contiene gluten
Disponible todo el año
Es muy rica en proteínas, magnesio y fibras.
Tiene gran participación en los mercados extranjeros (sobre todo en EE. UU y Europa)
OPORTUNIDADES
Su fácil incorporación de la comida casera
Bajos costos de producción
Posibilidad de ampliar su participación en mercados internacionales.
DEBILIDADES
Producto es perecible
Nuestra marca no está posicionada en el mercado neta
Tiene mucha competencia con otros cereales de similar alimento proteínico.
No hay oferta bien definida
AMENAZAS
Factores climáticos que pueden dañar la producción
Introducción de nuevas galletas al mercado de EE. UU
Los precios de cada mercado varían
La carga puede quedarse decomisada en país de origen o destino, esto va a permitir que no llegue el producto al cliente.

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2.5. Estado Financiero de la Comercialización de Galletas

Tabla 9: Estado de ganancias y pérdidas Comercialización de Galletas -2017

Estado de ganancias y 2017
perdidas

Ventas	S/.	10,000.00
Costo de ventas	S/.	1,750.00

Utilidad bruta	S/. 9,250.00
Gastos administrativos	S/. 2,100.00
Gastos de venta	S/. 1,000.00
Utilidad operativa	S/. 6,150.00
Ingresos financieros	
Gastos financieros	S/. 1,000.00
Otros ingresos	
Otros gastos	
Utilidad	S/. 5,150.00
Participaciones laborales 10%	S/. 515.00
Impuesto a la renta 30%	S/. 1,545.00
Utilidad neta	S/. 3,090.00

Fuente: Comercialización de Galletas Elaboración: Propia

3.2.3. Descripción de la Competencia, de la posición Competitiva, y del mercado objetivo

3.2.3.1 Descripción de la Competencia a nivel nacional

Tabla 10: Principales empresas exportadoras de Panadería y Repostería (2017)

Empresa	Var % 17-16	%Part 17
NESTLE PERU S A	8%	23%
GLORIA S A	11%	20%
COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES DEL PERU	10%	16%
MOLITALIA S.A	-11%	12%
BAKELS PERU S.A.C.	-39%	5%
ALICORP SAA	-11%	4%
PANADERIA SAN JORGE S A	-20%	2%
OTRAS EMPRESAS		2%

Fuente: Siicex Elaboración: Propia

De la tabla N° 12, se aprecia las empresas que exportan productos de Panadería y Repostería, de las cuales una de ellas exporta el producto a Estados Unidos, siendo la empresa Nestlé Perú Sociedad Anónima, la de mayor participación.

Las empresas de peruanas exportadoras de Panadería y Repostería con destino a mercados internacionales, según partida arancelaria 1905909000 son:

Tabla 11: Principales mercados de exportación de Panadería y Repostería (2017)

Mercados	% Part 17	FOB 17
Estados Unidos	42%	2,406.51
Chile	19%	1,112.71
Bolivia	19%	1,110.85
Japón	3%	174.61
Panamá	3%	165.14
España	3%	148.08

Fuente: Siicex Elaboración: Propia

3.2.3.2 A nivel Internacional

En cuanto a la partida arancelaria 190590 – Productos de Panadería, Pastelería o Galletería, Incl. Con adición de Cacao; Hostias, Sellos Vacíos de los Tipos Utilizados Para Medicamentos, Obleas Para Sellar, Pastas Secas De Harina, Almidón.

. Se indican a los diez primeros países exportadores de este producto:

Tabla 12: Principales países exportadores de Panadería y Repostería a Estados Unidos (2017)

Exportadores	Valor	Saldo	Participación	Cantidad	Unidad	Valor
	importado en 2017 (miles de USD)	comercial en 2017 (miles de USD)	de las importaciones para Estados Unidos de América (%)	importada en 2017	de medida	unitario (USD/unidad)
Mundo	5120710	-3181247	100	1563843	Toneladas	3274
Canadá	2335958	-1153434	45,6	616397	Toneladas	3790

México	1143609	-971895	22,3	553452	Toneladas	2066
Italia	180563	-180263	3,5	36376	Toneladas	4964
Francia	171586	-167575	3,4	29613	Toneladas	5794
Alemania	142178	-136511	2,8	34309	Toneladas	4144
India	98543	-97781	1,9	39354	Toneladas	2504
Bélgica	76602	-73776	1,5	16883	Toneladas	4537
Reino Unido	74994	-41822	1,5	13968	Toneladas	5369
Tailandia	65350	-62476	1,3	10057	Toneladas	6498

Fuente: Trademap Elaboración: Propia

Canadá es el principal exportador de la partida 190590 en el mercado de Estados Unidos con una participación de 45,6% en comparación con el mundo, teniendo como competencia directa a México con un 22,3% en lo que respecta al envío de nuestro producto al mercado de Estados Unidos durante el año 2017.

3.2.3.3 Posición Competitiva

Podemos destacar que Canadá durante el 2017 fue el mercado más atractivo para las empresas de Estados Unidos con respecto a la importación de la partida 190590 (Panadería y Repostería) no obstante se puede apreciar que la competencia directa es México quien es uno de los principales exportadores de la partida en el mundo. Según el portal web de Trade Map.

3.2.3.4 Mercado Objetivo

Determinación del mercado

Para poder determinar el mercado al que enviara el producto se elaboró una Matriz Criba, la misma que se realizó utilizando las principales herramientas de inteligencia comercial manejadas en el comercio exterior.

Tabla 13: Indicadores para determinar el mercado meta

Indicadores para determinar el mercado meta	%
Población	13
Tendencia de consumo	12
IDH (clasificación mundial)	10
Poder Adquisitivo	10
Participación (Importación de Panadería y Repostería)	20
PBI per cápita PPA (USD, 2017)	9
Inflación anual	2
Barreras no arancelarias	8
Barreras arancelarias	8
Canales de distribución	8
TOTAL	100

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N.º 13 se muestra a los indicadores que se consideraron para la identificación del mercado meta, cada indicador tiene un porcentaje de acuerdo al nivel de importancia.

Tabla 14: Comportamiento de los países con relación a cada indicador

Indicadores	Estados Unidos	Alemania	Canadá	Francia	Reino Unido
Población	325,7 millones (2017)	126,8 millones (2017)	18,05 millones (2017)	67,12 millones (2017)	66,02 millones (2017)
Tendencia de consumo	Adquieren un producto de calidad, consumen mucho las	Aprecian mucho la inocuidad del producto, aprecian los	Adquisición de productos extranjeros saludables y orgánicos	Adquisición de productos extranjeros saludables y orgánicos	No se encuentra la tendencia

	comidas al paso	productos orgánicos			
IDH (clasificación mundial)	1	3	46	32	27
Poder Adquisitivo	800.00	500.00	125.00	180.00	160.00
Participación (Importación de Galletas)	5.2	3.2	1.2	5	4.7
PBI per cápita PPA (USD, 2017)	1,055,245	947,348	302,458	456,289	423,569
Inflación anual	1.23	1.98	2.3	3.7	5.9
Barreras no arancelarias	Regulado por FDA	Ninguna	Ninguna	Reguladas por U.E	Reguladas por U.E
Barreras arancelarias	0%	8%	6%	0%	4%
Canales de distribución		Hipermercados	supermercados	supermercados	supermercados
Hipermercados		os	os		
Supermercados		Supermercados			

Elaboración: Propia

Tabla 15: Ponderación estimada de cada país con relación al comportamiento de cada indicador

Indicadores	Estados Unidos	Alemania	Canadá	Francia	Reino Unido
Población	5	4	3	3	3
Tendencia de consumo	4	3	4	3	1
IDH (clasificación mundial)	4	4	3	4	3
Poder Adquisitivo	4	4	3	1	1
Participación (Importación de piña Golden)	4	3	3	3	3
PBI per cápita PPA (USD, 2017)	4	3	3	3	2

Inflación anual	4	3	3	3	2
Barreras no arancelarias	4	3	2	3	2
Barreras arancelarias	4	4	3	2	1
Canales de distribución	4	4	3	4	3

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16: Resultados obtenidos para elección del mercado meta

Indicadores	Estados Unidos	Alemania	Canadá	Francia	Reino Unido
Población	0.31	0.23	0.31	0.23	0.08
Tendencia de consumo	0.33	0.25	0.33	0.25	0.08
IDH (clasificación mundial)	0.4	0.4	0.3	0.4	0.3
Poder Adquisitivo	0.4	0.4	0.3	0.1	0.1
Participación (Importación de piña Golden)	0.2	0.15	0.15	0.15	0.15
PBI per cápita PPA (USD, 2017)	0.44	0.33	0.33	0.33	0.22
Inflación anual	2	1.5	1.5	1.5	1
Barreras no arancelarias	0.5	0.375	0.25	0.375	0.25
Barreras arancelarias	0.5	0.5	0.375	0.25	0.125
Canales de distribución	0.5	0.5	0.375	0.5	0.375
Totales	5.59	4.64	4.22	4.09	2.68

Elaboración: Propia

Se pudo concluir que después de haber aplicado la herramienta de selección de mercados CRIBA, Estados Unidos es el principal mercado para la exportación de Galletas Artesanales que están en el rubro de Panadería y Repostería, seguido por Alemania que resulta también un mercado atractivo para realizar negociaciones.

Luego de haber logrado conocer el mercado objetivo, se detallará con precisión el perfil del consumidor, las normas y requisitos necesarios para el ingreso de Productos que se encuentren en el Rubro de Panadería y Repostería.

Comportamiento del consumidor

Según Santandertrade (2017) afirma que existió un incremento en la sensibilidad de los costos de los consumidores americanos y ello ocurrió mediante la conocida crisis mundial, en la que se demostró que los consumidores tuvieron que abandonar los productos que siempre consumían por otros de menor precio debido a la problemática.

Asimismo, se determinó que los consumidores americanos seguían teniendo una conexión con sus marcas de preferencia, lo único que cambiaba era que compraban de menos cantidad o bajando de rango para tratar de economizar durante la crisis. Mediante el estudio del autor, logró determinar que tan solo se debió al 10% de los consumidores que compraban otro tipo de marcas de menor precio a las que solían consumir.

Por otro lado, manifiesta que para el grupo de consumidores americanos al momento de realizar sus compras son conscientes al cuidar el medio ambiente. A su vez, certifica que la situación económica ha llegado a su repunte, toda vez que este y el mercado laboral han logrado durante el transcurso del tiempo el poder mejorar la confianza y garantía hacía sus consumidores y el gasto que realizan, además, demuestran que el uso de la tecnología es relevante para poder incentivar el consumo de sus productos.

Perfil del consumidor y su poder adquisitivo

Los egresos para el consumo simbolizan más de dos tercios en lo que equivale a la actividad económica activa del país de EEUU. El mercado estadounidense y sus consumidores se encuentran totalmente abiertos a consumir productos extranjeros, ya que si se trata del suministro por los productos, estos son todos muy diversos; ya que el consumidor americano promedio tiene una situación económica bastante acomodada y al tener diferentes intereses y gustos se encuentra abierto a adquirir de cualquier producto. Teniendo como ejemplo los hogares llamados "millennials", que son aquellos que comparan más el valor y tratan de encontrar promociones para un consumidor de estado económico promedio. Por otro lado, en cuanto subían el precio de las cotizaciones de las casas y su valor, ha generado incrementos en el estado económico de algunos americanos, pero en otras viviendas con menores facilidades en sus recursos no podrán incrementar sus gastos, ya que aumentarán sus obligaciones de esa deuda; empero, los consumidores americanos no muestran una afección tan directa por este problema.

Santadertrade (2017) detalla población en cifras

- Población total: 325.719.178
- Población urbana: 82,1%
- Población rural: 17,9%
- Densidad de la población: 36 hab./km²
- Población masculina (en %): 49,2%
- Población femenina (en %): 50,5%
- Crecimiento natural: 0,71%
- Edad media: 37,8
- Orígenes étnicos: De acuerdo a la Oficina del Censo de Estados Unidos, relativamente con lo que decreta la Oficina del Censo de Estados Unidos, los ciudadanos de ese país tienen orígenes de los países de Europa y del Medio Oriente, lo cual representa a una cifra porcentual ascendente a un 77% de su población. Además, indica que también tienen orígenes hispanos, asiáticos, afroamericanos.

Tabla 17: Población de principales áreas metropolitanas

Nombre	Población
Los Ángeles	17.718.858
Nueva York	16.713.992
Chicago	9.655.015
San Francisco	6.989.419
Houston	6.519.358
Miami	5.805.883
Washington DC	6.022.391
Atlanta	4.762.159
Dallas	4.547.218
Filadelfia	4.066.064
Phoenix	4.163.445
Detroit	3.801.161

Boston	3.684.250
Minneapolis	3.496.061
San Diego	3.215.637
Seattle	2.776.119

Fuente: OCDE Elaboración: Propia

Cultura de Negocios

En Estados Unidos, la cultura negocios es totalmente diferente a otras, ya que allí el tiempo es comparo con dinero, es decir que el ritmo de cómo se negocia y este es más rápido y este es muy valorado. Es por ello que, cuando se realizan las negociaciones no tienden a ser muy juiciosas y que se prolongan durante el tiempo, sino que estas llegan a concretarse con mayor facilidad, y en el caso de algunos que aún no se encuentren tan convencidos, tratan de ceder en algunos puntos y todo ello con la finalidad de poder tener celeridad en sus resultados. Los consumidores americanos tienden a apreciar y valorar a los que negocian de manera más segura y práctica ya que prefieren no perder el tiempo y realzarlo de manera más rápida y eficaz para ambas partes, ya que cuando tienden a tener resultados es donde demuestran más interés; todo ello es gracias a que los estadounidenses tienen una muy buen ética a nivel profesional.

El enfoque hegemónico en los estadounidenses, genera que exista un ambiente de soberbia al momento de cerrar acuerdos y negociar, ya que aprovechan este tipo de posición que domina o que tiene peso con lo que realmente ellos se identifican, estos se encuentran muy pegados al lado legal, además que son muy estrictos con respecto a que se cumplan las políticas de la propia empresa, ya que siguen a paso todo lo que dicen sus superiores; con respecto a ello, se puede decir que se encuentran direccionados a un futuro y cuentan con un tipo de cultura etnocéntrica.

Requisitos de ingreso

Regulaciones y normas de ingreso

Todo alimento enviado hacia Estados Unidos debe cumplir con lo establecido por el país. Siicex (2016)

Registro de instalaciones alimenticias (Food facility registration)

Los lugares en donde se fabrican, para su registro, el requisito que se debe tener por encima de cualquier empresa que se encuentra produciendo, procesando y en su empacamientos de alimentos o ya sean de productos de bebidas que son predestinadas al consumo directo ya sea de humano o animal. Y este tipo de registro se debe hacer frente a FDA y lo realizará el dueño o quien se encuentra a cargo de todo el procedimiento. Este registro implica a todas las instalaciones y no necesariamente en compañías.

Notificación previa de alimentos importados (Prior notice)

La Ley contra el Bioterrorismo requiere que la FDA recoja por previo aviso acerca de los alimentos que se están importando al mercado de EE.UU, todo ello desde el año 2003 en diciembre. Parte del informe que se requiere y se da a través de su notificación previa es realizada por quienes importan al servicio de las Aduanas en Estados Unidos. Por otro lado, la Ley implica y exige que la información se debe dar de manera anticipada a la FDA, ya que así esta tendrá la información de la mercadería mucho antes de que esta llegue a la Aduana; la FDA tomará la información con la finalidad de poder revisarla, hacerle una evaluación y así poder juzgar la información del producto, antes que este llegue al puerto como punto de entrega, la información puede ser notificada con anticipación por cualquier agente que tenga conocimiento dicha información. El tiempo para emitir esta notificación previa se da por vía electrónica y es de 15 días anteriores a cuando se realice el envío y que no exceda del tiempo que se especifica según cual sea el transporte que desee utilizar, como:

- 2 horas antes de la llegada por vía terrestre
- 4 horas antes de la llegada por vía aérea o férrea
- 8 horas antes de la llegada por vía marítima

La notificación previa tendrá que ser recepcionada y que la misma FDA la confirme vía correo, esto en el caso de que se tratará de alimentos que con enviados electrónicamente, todo ello antes de su envío.

Normas del Codex Alimentarius

La Comisión del Codex Alimentarius se creó en el año 1963 por la FAO y la OMS para así poder crear las normas alimentarias, posteriormente los reglamentos y otros textos que se relacionan con los códigos de las prácticas que se encuentran dirigidas por el Programa Conjunto FAO/OMS de Normas Alimentarias. Los factores vitales de este tipo de programa, es para el beneficio de la salud en cuanto a quienes van a consumir y así garantizar que se trata de un producto certificado en salubridad y apto para su consumo.

Normas ISO

La Organización Internacional para la Estandarización, o llamada ISO, es un organismo que promueve la manera de desarrollo de las normas a nivel internacional que ejecutan la creación y producción de sus productos o bienes y los servicios que ofrezca, a su vez el comercio y también su manera de comunicación. Tiene con fin que los productos tengan un nivel de estandarización con respecto a su calidad, su garantía y seguridad, y todo ello es en base a la propia empresa ya sea pública o privada de manera internacional.

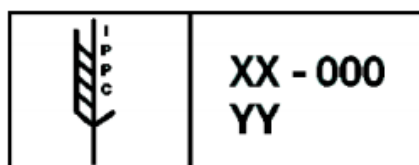
Esta organización funciona mediante un tipo de redes de organizaciones a nivel nacional (sede de Ginebra – Suiza), en la cual hay mayor a 160 países que se encuentran laborando en desarrollar normas, todo ello con relación del Acta Final de la Organización Mundial del Comercio, que tiene como finalidad que el comercio se dé de manera más fácil, asimismo, con intercambiar las informaciones y poder colaborar con el tipo de normas frecuentes al propio desarrollo y también al transferir las tecnologías. Las normas que hay en el ISO para que se genere la producción de los alimentos y para que estos sea homogenialicen sobre calidad de estos, también para su propio establecimiento de modelos de inactividad y comercialización.

Normas Internacionales de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias– Tratamiento a los Embalajes de madera

Cuando se tratan a productos como madera, estos deben encontrarse totalmente embalados y tener un sello que va a certificar que este producto ha tenido un tipo de tratamiento anti plagas. En Perú, el SENASA es quien otorga este tipo de sellos, y lo hacen mediante el tipo de instalaciones que se encuentran totalmente acreditadas para ejecutar este tipo de tratamiento, teniendo en cuenta que se cumplan las Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias – NIMF (ISPM), específicamente de la NIMF en donde hay Normas que reglamentan el embalado que le realizan a las maderas.

Este tipo de normas evalúa la descripción de las medidas fitosanitarias, aquellas que controlan el posible riesgo de algún tipo de plaga que pueda expandirse.

Imagen 6: El logotipo del tratamiento se muestra a continuación:



- El signo que se encuentra en el lado izquierdo, representa el emblema de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria y eso es dado por el tipo de siglas en inglés (Internacional Plant Protection Convention, IPPC).
- XX, según la ISO, ello simboliza según el código de donde se ubica, según el país en donde la madera recibió el tratamiento. (PE para el Perú)
- 000 este número simboliza al tipo de productor que realiza el embalaje que SENASA lo consigna.
- YY simboliza el tipo de tratamiento que se aplica en el embalaje manejado (tratamiento térmico = HT, fumigación con Bromuro de Metilo = MB)

La reglamentación constituye que cualquier tipo de embarque que es legado en un embalaje que no haya recibido tratamiento, este será regresado al país de donde fue enviado. Todo ello implica que cuando se trata de un contenedor que se sitúa en un solo pallet que no se encuentre con tratamiento que por Ley establece, de igual manera este contenedor se regresa al país de origen. En suelo americano es totalmente imposible realizar tratamiento de embalajes.

Acceso al Mercado

Barreras Arancelarias

Hay diferentes tipos de tarifas arancelarias, ello depende de dónde se originen sus productos, no obstante la tasa de las tarifas son mayormente bajas. Dentro del bloque NAFTA, que lo conforman los países de Estados Unidos, México y también Canadá, estos se encuentran exentos de pagar este tipo de aranceles. Por otro lado, hay un tipo de tasa

llamada preferencial que está dirigida a los países. Asimismo, existe una tasa preferencial para aquellos países que conforman el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Por ese sentido, los Estados Unidos, es aquel país que cuenta con un mercado accesible y que contiene un excelente potencial.

Empero, la apertura un poco oscura de esta clase de áreas donde existen las barreras de clase técnica, sanitaria y fitosanitaria obstaculizan la exportación, principalmente cuando en ella se tendrá que cumplir obligatoriamente con lo que establece la norma ya sea federal o de perfil estatal.

Aranceles e impuestos a la importación

Santandertrade (2017) señala acerca de las comisiones aduaneras en los Estados Unidos

Umbral de Aduanas (de la que se demandan los aranceles)

200 USD. En los intercambios con Canadá: 2500 USD.

Aranceles promedio (sin referir productos agrícolas)

Estados Unidos emplea otro tipo de tarifa aduanera, que se encuentra como una de las más bajas del mundo. Equivale a un promedio de 3%.

Productos sujetos a aranceles más elevados

Entre ellos se encuentran los productos de azúcar, cualquier tipo de lácteos, los azúcares, la confitería, todas las bebidas, el tabaco y también se encuentra en esta calificación la ropa.

Productos sujetos a aranceles menos elevados

Según el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), no existe impuestos para los países de Canadá y México, por tratarse de porcentajes fijados y por ser muy inferiores. Existen a la vez los porcentajes preferenciales para algunos países que están en el Sistema de Preferencias Generalizado (SPG), los cuales son países desarrollados.

Clasificación aduanal

El país de Estados Unidos maneja el Programa de Tarifas Coordinadas (Harmonized Tariff Schedule, HTS). En donde las tarifas y sus tipos de clasificaciones obedecen dependiendo de dónde se originan los productos.

Método de cálculo de aranceles

Los aranceles son calculados en ad valorem, ya que se dan por el tipo de valor de la cuantía, la póliza de seguro y el flete (CIF).

Método de pago de aranceles

Estos aranceles pueden ser cancelados de cualquier manera, ya sea con tarjetas u otro medio, siempre y cuando sean autorizados por la Comisión de Aduanas.

Impuestos a la importación (excluyendo los impuestos al consumo)

La tasa de importación o tarifa, se recolecta en las instalaciones de las Aduanas de los Estados Unidos, cuando esta se origina por alguna importación a dicho país.

Estas tasas en la importación son el tipo de fuentes de ingresos para los Estados Unidos y su gobierno, ya que tiene el fin de limitar o proveer la importación de ciertos productos.

Estrategias de Marketing y ventas

3.2.3.5 Producto

a) Nombre del Producto

Galletas Artesanales (Panadería y Repostería)

b) Partida Arancelaria

La clasificación arancelaria nacional de la Panadería y Repostería (Galletas Artesanales) en el presente estudio son:

Tabla 18: Clasificación Arancelaria de Panadería y Repostería

Clasificación Arancelaria

Productos de las Industrias Alimentarias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos y
Sección: IV **Vinagre; Tabaco y Sucedáneos del Tabaco, Elaborados**

19.05 Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos del tipo de los utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares

1905.90.90.00- Los Demás

Fuente: Sunat Elaboración: Propia

Imagen 7: Ficha técnica de galletas artesanales

FICHA TECNICA	
	<p>Nombre del Producto: galletas artesanales</p> <p>Nombre Comercial: Panadería Oblitas</p>
Presentación	Estas galletas artesanales serán vendidas en cajas de 30g con un contenido de 15 galletas, hacia el mercado de EE. UU
USOS FRECUENTES	Son galletas artesanales exportadas para el consumo humano de una forma más saludable

propiedades composición	o	Calorías 130	Sodio 0 mg
		Grasas totales 8 g	Potasio 0 mg
		Saturadas 0 g	Carbohidratos totales 12 g
		Poliinsaturados 0 g	Fibra dietética 0 g
		Monoinsaturados 0 g	Azúcares 0 g
		Trans 0 g	Proteínas 0 g
		Colesterol 0	mg
		Vitamina A 0%	Calcio 0%
		Vitamina C 0%	Hierro 0%
CERTIFICACIONES		Certificación sanitaria y certificación FDA	
composición		Harina en saco x 50 kg Harina de vegetal Azúcar blanca Leche descremada en polvo Sal para mesa Polvo de hornear Bicarbonato de sodio Mantequilla Esencia de vainilla Manteca Huevos x unid. Antimoho Agua helada	
Descripción merceológica		partida arancelaria:19.05.90.90.00 "los demás"	

Imagen 8: Logotipo de marca para las galletas artesanales



3.2.3.6 Precio

Con respecto a los precios la empresa Oblitas considera esencial contar con un precio accesible para el consumidor, un precio que permita competir con la competencia, por lo que en el presente cuadro se presenta el cambio de los precios en los últimos 5 años esto se debe por la variación de los precios de los insumos a utilizar para su elaboración

Tabla 19: Precio de Galletas Artesanales (2014 – 2018)

Fecha	Precio
2014	0.8
2015	0.6
2016	1.4
2017	1.7

Fuente: Propia Elaboración: Propia

3.2.3.7 Plaza

Con respecto a la plaza se debe tener en cuenta que Estados Unidos cuenta con múltiples Hipermercados, Supermercados, Aeropuertos, estas plazas pueden ser tomadas de manera estratégica para promocionar nuestros productos que pueden ser atractivos no solo para las colonias peruanas que residen allá, sino también a extranjeros que buscan consumir un producto de calidad e innovador

3.2.3.8.Promoción

El distribuidor será el encargado de realizar las estrategias de promoción en el mercado de destino (Estados Unidos). Sin embargo, se realizará una promoción publicitaria por internet, basándose en los medios tradicionales tales como las redes sociales más conocidas y usadas como: Facebook, Twitter, Youtube, etc.

Además, se aprovecharán ferias internacionales representantes en Perú y Estados Unidos, tales como: Expo Alimentaria, donde se pondrá en exhibición nuestro producto, estando al alcance de futuros clientes, participando de la rueda de negocios que hay en estos eventos, así mismo se plantea participar en ferias dentro de Estados Unidos, tales como la feria internacional IDDBA Dairy Dely Bake Seminar & Expo

Imagen 9: Ferias y Eventos IDDBA Dairy Dely Bake Seminar & Expo



3.2.3.9V

Evolución de la población

Tabla 20: Evolución de la población de Estados Unidos (2013-2017)

Nivel de Importaciones (Estados Unidos)	
2013	1,780.680
2014	2,235,245
2015	2,523,246
2016	2,997,245
2017	3,542,647

Fuente: Banco Mundial Elaboración: Propia

Consumo e importaciones mundiales

Tabla 21: Importación de bienes en Estados Unidos

Año	Población
2013	316.204.908
2014	318.563.456
2015	320.896.618
2016	323.127.513
2017	325.886.000

Fuente: Santandertrade Elaboración: Propia

Demanda Proyectada

Se aplicará el método de regresión lineal simple para determinar la demanda proyectada del Galletas Artesanales con destino a Estados Unidos, hasta el año 2023.

Tabla 22: Demanda Proyectada de Galletas Artesanales (Panadería y Repostería) (2018-2023)

Año	Demanda Proyectada (TN)
2018	60,000
2019	90,000
2020	120,000

2021	150,000
2022	180,000
2023	210,000

Elaboración: Propia

3.2.4. Modelo Financiero

3.2.4.1 Gatos Financieros

Vamos a realizar una tabla de Gastos Financieros, tanto como capital de trabajos y activos fijos. En la cual vamos a trabajar con el dinero de capital de trabajo que tiene la empresa durante un monto de cuotas de 6 meses, con una Tasa de Interés Anual de 10%, un Seguro mensual de 0.08%, Seguro Multirriesgo de 0.07% mensual y Portes S/0 mensual.

Tabla 23: Crédito Capital de trabajo

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	TOTAL
Saldo	0	0	0	0	0	0	0	
Amortización		0	0	0	0	0	0	0
Interés		0	0	0	0	0	0	0
Cuota		0	0	0	0	0	0	0
Seguro Desgravamen		0	0	0	0	0	0	0
Seguro Multirriesgo		0	0	0	0	0	0	0
Porte		0	0	0	0	0	0	0
Cuota Total		0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia

Los Activos Fijos vamos a trabajar con el Banco Financiero ya que nos brinda un monto de S/100000 como préstamo durante un monto de cuotas de 5 años, con una Tasa de Interés Anual de 13%, un Seguro mensual de 0.083%, Seguro Multirriesgo de 0.07% mensual y Portes S/4 mensual.

Tabla 24: Crédito Activo fijos

Periodo	0	1	2	3	4	5
Saldo	100000	93333	80000	60000	33333	0
Amortización		6667	13333	20000	26667	33333
Interés		13000	12133	10400	7800	4333
Seguro Desgravamen		996	996	996	996	996

Seguro Multiriesgo		840	840	840	840	840
Porte		48	48	48	48	48
Cuota Total		21551	27351	32284	36351	39551

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25: Gastos Financieros

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0	0	0
Intereses	0				
Seguro de Desgravámen	0				
Seguro Multiriesgo	0				
Porte	0				
Cuota	0				
ACTIVO FIJO	21551	27351	32284	36351	39551
Intereses	13000	12133	10400	7800	4333
Seguro de Desgravámen	996	996	996	996	996
Seguro Multiriesgo	840	840	840	840	840
Porte	48	48	48	48	48
Cuota	6667	13333	20000	26667	33333
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	21551	27351	32284	36351	39551

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.2 Inversión Fija Tangible

Tabla 26: Tabla de Inversión en Maquinarias, Equipos Y Herramientas

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	C.UNIT S/.	C.TOTAL S/.
MAQUINARIAS				25000
Máquina galletera	Pieza	1	15000	15000
Horno	Pieza	1	10000	10000
EQUIPOS				10500
Equipos de Cómputo	Unid	7	1500	10500
HERRAMIENTAS				700

Latas de hornear	Pieza	20	35	700
TOTAL INVERSION MAQ, EQ, HTAS				36200

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27: Tabla de Inversión En Muebles Y Enseres

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNIT S/.	C. TOTAL S/.
Muebles				2100
Escritorio de Madera	Unid	7	300	2100

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.3 Inversión Fija Intangible

Tabla 28: Tabla de Inversión Fija Intangible

ITEM	C.UNITARIO S/.
TRAMITES LEGALES	9900
certificación HACCP	9900
TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	9900

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.4 Gastos De Depreciación Y Amortización De Intangibles

Tabla 29: Porcentaje de vida útil

	%	VU
Maquinaria	10%	10
Equipos	25%	4
Herramientas	10%	10
Vehículos	20%	5
M. y Enseres	10%	10
Obras Civiles	5%	20

Intangibles	0%	4
--------------------	----	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30: Tabla de Gastos de Depreciación y Amortización de Intangibles

	VH	Vida Útil	Utilización	Valor Residual Contable	Valor Residual después de VU	Depreciación o Amortización
MAQUINARIAS				12500	963	4807
Máquina galletera	15000	10	5	7500	463	2907
Horno	10000	10	5	5000	500	1900
EQUIPOS				0	1080	2355
Equipos de Cómputo	10500	4	4	0	1080	2355
HERRAMIENTAS				350	451	50
Latas de hornear	700	10	5	350	451	50
MUEBLES Y ENSERES				1050	278	364
Escritorio de Madera	2100	10	5	1050	278	364
AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES				-	0	2475
certificación HACCP	9900	4	-	-	0	2475
Total				13900	2772	10052

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31: Tabla de Total Gastos de Depreciación y Amortización de Intangibles

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación	7577	7577	7577	7577	7577
Amortización de Intangibles	2475	2475	2475	2475	2475
TOTAL GASTOS DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	10052	10052	10052	10052	10052

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.5 Requisitos y precios

Tabla 32: Kilogramos de productos por Caja

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD
Harina	Kg	1.20
Harina vegetal	Kg	1.00
Azúcar blanca	Kg	1.10
Leche descremada en polvo	Kg	0.03
Sal de mesa	Kg	0.10

Polvo de hornear	Kg	0.08
Bicarbonato de sodio	Kg	0.02
Mantequilla	Kg	0.15
Esencia de vainilla	Lt	0.02
Manteca	Kg	0.05
Huevos x unid.	Kg	0.15
Antimoho	Kg	0.10
Agua helada	Lt	0.60

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33: Precio por producto

ITEM	UNID	PRECIO S/.
Harina	Kg.	S/1.6
Harina vegetal	Kg.	S/.5
Azúcar blanca	Kg.	S/.1.5
Leche descremada en polvo	Kg.	S/.9.30
Sal de mesa	Kg.	S/.0.80
Polvo de hornear	Kg.	S/.3
Bicarbonato de sodio	Kg.	S/.3.40
Mantequilla	Kg.	S/.5
Esencia de vainilla	Lt.	S/.4
Manteca	Kg.	S/.4
Huevos x unid.	Kg.	S/.0
Antimoho	Kg.	S/.10.10
Agua helada	Lt.	S/.0
Empaques	unid	S/.0.02
Etiquetas	unid	S/.0.03
Cajas	unid	S/.0.15
Energía Eléctrica	Kw/h	S/.0.55

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34: Precio de útiles de oficina

ITEM	Cant	Unid.	P. Unit	Cant. Año	TOTAL S/. AÑO	TOTAL S/. MES
Papel Bond	6	Millar/mes	S/.10.50	72	756	63
Marcador	6	Unid./mes	S/.1.50	72	108	9
Grapas	2	Cajas/mes	S/.2	24	4	0.33

Engrapador	3	Unid/Año	S/.5	3	15	1.25
Perforador	3	Unid/Año	S/.5	3	15	1.25
Sello	6	Unid/Año	S/.10	6	60	5
Clips	3	Cajas/mes	S/.2	36	72	6
Lapiceros	24	Unid/mes	S/.0.50	288	144	12
Corrector	6	Unid/mes	S/.1	72	72	6
Resaltador	6	Unid/mes	S/.1.50	72	108	9
Archivadores	18	Unid/mes	S/.4.50	216	972	81
Lapices	12	Unid/mes	S/.0.30	144	43	3.6
Tinta Impresora	3	Tanque/trim	S/.40	12	480	40
TOTAL UTILES DE OFICINA					2849	237

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.6 Planes de Organización de Proveedores

Tabla 35: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DE GALLETAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cajas	37800	39690	43659	48025	55229
Incremento		5%	10%	10%	15%
paquete de galletas	4422600	4643730	5108103	5618913	6461750
paquete de galletas	4422600	4643730	5108103	5618913	6461750

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36: CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN EN PLANTA

ITEM	HORA	DÍA	MES	AÑO
Cajas	8	126	3150	37800

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 37: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN HARINA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
kg de harina por paquete	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
Total Kg Harina a comprar	45360	47628	52391	57630	66274
Kg. Harina por mes	3780	3969	4366	4802	5523

Kg. Harina por caja	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
----------------------------	------	------	------	------	------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN HARINA VEGETAL

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
kg de harina vegetal por caja	1	1	1	1	1
Total kg de harina vegetal	37800	39690	43659	48025	55229
Kg. Harina por mes	3150	3308	3638	4002	4602
Kg. Harina por caja	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN AZÚCAR BLANCA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
kg de azúcar blanca por caja	1.10	1.10	1.10	1.10	1.10
Total kg de azúcar blanca	41580	43659	48025	52827	60751
kg de azúcar blanca por mes	3465	3638	4002	4402	5063
kg de azúcar blanca por caja	1.10	1.10	1.10	1.10	1.10

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN LECHE DESCREMADA EN POLVO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
KG leche por caja	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
Total kg de leche	1134	1191	1310	1441	1657
Kg leche por mes	95	99	109	120	138
Kg leche por caja	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SAL PARA MESA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
kg de sal de mesa por caja	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Total kg de sal para mesa	3780	3969	4366	4802	5523

kg de sal para mesa por mes	315	331	364	400	460
kg de sal para mesa por caja	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN POLVO DE HORNEAR

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
kg polvo de hornear/ caja	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
Total kg de polvo de hornear	3024	3175	3493	3842	4418
Kg polvo de hornear x mes	252	265	291	320	368
Kg polvo de hornear por caja	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN BICARBONATO DE SODIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
Kg de bicarbonato por caja	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total kg de bicarbonato	756	794	873	960	1105
kg de bicarbonato por mes	63	66	73	80	92
kg de bicarbonato por caja	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN MANTEQUILLA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquetes de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
kg de mantequilla por caja	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15
Total kg de mantequilla	5670	5954	6549	7204	8284

kg de mantequilla por mes	473	496	546	600	690
kg de mantequilla por caja	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 45: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ESENCIA DE VAINILLA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cajas de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
Lt de esencia de vainilla por caja	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total lt de esencia de vainilla	756	794	873	960	1105
lt de esencia de vainilla por mes	63	66	73	80	92
lt de esencia de vainilla por caja	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 46: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN MANTECA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cajas de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
Kg de manteca por caja	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Total kg de manteca	1890	1985	2183	2401	2761
kg de manteca por mes	158	165	182	200	230
kg de manteca por caja	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 47: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN HUEVOS POR UNIDAD

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cajas de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
Kg de huevos por caja	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15
Total kg de huevos	5670	5954	6549	7204	8284
kg de huevos por mes	473	496	546	600	690

kg de huevos por caja	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15
-----------------------	------	------	------	------	------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 48: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ANTIMOHO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cajas de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
Kg de antimoho por caja	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Total kg de antimoho	3780	3969	4366	4802	5523
kg de anithomo por mes	315	331	364	400	460
kg de antimoho por caja	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 49: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN AGUA HELADA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
cajas de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
Litros de agua helada por paquete	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
Total litros de agua helada	22680	23814	26195	28815	33137
Litros de agua helada por mes	1890	1985	2183	2401	2761
Litros de agua helada por caja	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN MATERIALES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques	4422600	4643730	5108103	5618913	6461750
Etiquetas	4422600	4643730	5108103	5618913	6461750
Cajas	37800	39690	43659	48025	55229

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.7 Existencias

Se ha considerado los diferentes insumos que se va a utilizar para la producción de galletas Santa Clara, este valor está diseñado para la producción de 1 caja que contiene 117 empaques. El Total de producción en la cual la empresa se ha proyectado es de 37,800 que

son (cajas de galletas Artesanales anual), que es la cantidad inicial en nuestras ventas. Donde se obtiene como resultado S/688 651 el primer año.

Tabla 51: Tabla de Total Existencias Por Año

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	C.UNIT. S/.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA				70308	73823	81206	89326	102725
Harina	Kg	45360	1.55	70308	73823	81206	89326	102725
INSUMOS				388694	408128	448941	493835	567911
Harina vegetal	Kg	45360	1.55	189000	198450	218295	240125	276143
Azúcar blanca				62370	65489	72037	79241	91127
Leche descremada en polvo	Kg	37800	5	10535	11062	12168	13385	15392
Sal de mesa	Kg	41580	1.5	2873	3016	3318	3650	4197
Polvo de hornear	Kg	1134	9.3	9072	9526	10478	11526	13255
Bicarbonato de sodio	Kg	3780	0.8	2540	2667	2934	3227	3711
Mantequilla	Kg	3024	3	28350	29768	32744	36019	41421
Esencia de vainilla	Kg	756	3.36	3024	3175	3493	3842	4418
Manteca	Kg	5670	5	7957	8355	9190	10109	11626
Huevos x unid.	Lt	756	4	851	893	982	1081	1243
Antimoho	Kg	1890	4.2	38102	40008	44008	48409	55670
Agua helada	Kg	5670	0.15	34020	35721	39293	43222	49706
MATERIALES				229649	240989	264803	290999	334221
Empaques	Unid	4422600	0.02	88452	92875	102162	112378	129235
Etiquetas	Unid	4422600	0.03	132678	139312	153243	168567	193853
Cajas	Unid	37800	0.2	5670	5954	6549	7204	8284
Útiles de Oficina				2849	2849	2849	2849	2849
TOTAL EXISTENCIAS POR AÑO				688651	722941	794950	874160	1004857

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.8 Consumo

Tabla 52: Tabla de Total kw

DESCRIPCIÓN	KW/H	H/D	TURNOS	TOTAL KW POR DÍA	TOTAL KW POR MES	TOTAL KW POR AÑO
MAQUINARIA						
Máquina galletera	4	8	2	64	1600	19200
Horno	2	8	2	32	800	9600
Selladora	1	8	2	16	400	4,800
Precisadora	2	8	2	32	800	9,600
EQUIPOS						
TOTAL				144	3600	43200

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53: Tabla de Consumo

	CONSUMO POR DÍA	CONSUMO POR MES	CONSUMO POR AÑO
Agua	76	1890	22680
Área administrativa - energía eléctrica	0.2	5	60
Teléfono		1	1

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.9 Disponible

Tabla 54: Tabla de Total Disponible

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNIT. S/.	C. TOTAL S/.
MANO DE OBRA				32 509
Panadero	Per	1	1868	1868
Ayudantes	Per	3	5935	5935
Persona que engrasa de mantequilla	Per	2	3416	3416
Maquinista	Per	1	1437	1437
Persona encargada de la alimentación de maquina	Per	2	3757	3757
Persona encargada de envases	Per	2	3757	3757
Seleccionadora de galletas	Per	4	9895	9895
Jefe de planta	Per	1	2443	2443
Gerente general	Per	1	2874	2874
Secretaria	Per	1	1725	1725
Asistente de Contabilidad	Per	1	1725	1725
Jefe de logística	Per	1	1725	1725
MATERIALES				2 099
Agua para panadería	L	76	1.50	113
Energía Eléctrica para panadería	Kw	3600	0.55	1985
TOTAL DISPONIBLE x 1 MES				34 608

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.10 Estado de Inversión

Tabla 55: Tabla de Estado de Inversión

CONCEPTO	TOTAL S/.
INVERSIÓN FIJA	48200
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	38300
Maquinas, Equipos y Herramientas	36200
Muebles y Enseres	2100
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	9900
certificación HACCP	9900
IMPREVISTOS (10%* Inv.F)	4820
TOTAL INVERSIÓN FIJA	53020
CAPITAL DE TRABAJO	723258
Existencias	688651
Disponible	34608
TOTAL DE INVERSIÓN	776278

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.11 Estado Financiero

Tabla 56: Tabla de Estado Financiero

	%	TOTAL S/.
INVERSIÓN TOTAL		739 650
INVERSIÓN ACTIVO FIJO	100%	53020
Financiamiento	60%	31812
Aporte Propio	40%	21208
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	100%	723258
Financiamiento	60%	433955
Aporte Propio	40%	289303

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.12 Balance Inicial

Tabla 57: Tabla de Estado Financiero

ACTIVO CORRIENTE	723258	PASIVO CORRIENTE	433955
Capital de Trabajo	723258	Crédito a Corto Plazo	433955
		PASIVO NO CORRIENTE	31812
		Crédito a Largo Plazo	31812
ACTIVO NO CORRIENTE	53020		
Inversión Fija	53020		
		PATRIMONIO	310511
		Capital Social	310511
TOTAL ACTIVO	776278	TOTAL P+P+P	776278

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.13 Planilla:

A continuación, se muestran a todos los sujetos participantes en la producción de galletas Santa Clara quienes representan la mano de obra directa, y de acuerdo a la normativa, para encontrar el total de los beneficios del trabajador, se ha tomado en cuenta Vacaciones un 8.33% que es un sueldo por año, gratificación un 16.67% que son dos veces por año, Seguro Social que es el 9% del sueldo mensual, Asignación familiar con un 10% y el 9.72% de CTS que es un sueldo anual.

Tabla 58: Sueldo mensual de Trabajadores

ITEM	CANTIDAD	REMUNERACIÓN BRUTA	CTS	SEGURO SOCIAL	GRATIFICACION	VACACIONES	C.TOTAL S/.
Jefe de planta	1	1700	165	153	283	142	2443
Panadero	1	1300	126	117	217	108	1868
Ayudantes	3	3000	875	810	500	750	5935
Persona que engrasa de mantequilla	2	2000	389	360	333	333	3416
Maquinista	1	1000	97	90	167	83	1437
Persona encargada de la alimentación de maquina	2	2200	428	396	367	367	3757
Persona encargada de envases	2	2200	428	396	367	367	3757
Seleccionadora de galletas	4	4400	1711	1584	733	1467	9895
Gerente general	1	2000	194	180	333	167	2874
Secretaria	1	1200	117	108	200	100	1725
Asistente de Contabilidad	1	1200	117	108	200	100	1725
Jefe de logística	1	1200	117	108	200	100	1725
TOATAL REMUNERACIONES POR MES							40557

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59: Tabla Total Remuneraciones Por Año

CARGO	CANTIDAD	TOTAL REMUNERACIONES POR AÑO S/.
Jefe de planta	1	29319
Panadero	1	22421
Ayudantes	3	71220
Persona que engrasa de mantequilla	2	40987
Maquinista	1	17247
Persona encargada de la alimentación de máquina	2	45085
Persona encargada de envases	2	45085
Seleccionadora de galletas	4	118741
Gerente general	1	34493
Secretaria	1	20696
Asistente de Contabilidad	1	20696
Jefe de logística	1	20696
Total Remuneraciones Por Año		486687

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.14 GASTOS OPERATIVOS

Tabla 60: Tabla de Gastos Operativos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	113311	112631	112631	112631	112631
Agua para Oficinas	120	120	120	120	120
Electricidad	120	120	120	120	120
Teléfono	960	960	960	960	960
Alquiler de local	12000	12000	12000	12000	12000
Gerente general	34493	34493	34493	34493	34493
Secretaria	20696	20696	20696	20696	20696
Asistente de contabilidad	20696	20696	20696	20696	20696
Jefe de logística	20696	20696	20696	20696	20696
Utiles de Oficina	2849	2849	2849	2849	2849
Impresora	400				
Sillas	280				
GASTOS DE VENTAS	10000	10000	10000	10000	10000
Asistir a distintos eventos	10000	10000	10000	10000	10000
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	123311	122631	122631	122631	122631

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.15 Costo de Producción Anual

En la Tabla N.º 61, se ha tomado en cuenta los costos directos que se tendría en la producción de galletas Santa Clara el cual nos permitirá saber cuál es el costo de una caja de galleta antes de gastos administrativos, esto permitirá que se realice la proyección de materia prima anual los cuales son:

Tabla 61: Tabla de Costos de producción anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	1078756	1113046	1185055	1264265	1394962
MATERIA PRIMA E INSUMOS	688651	722941	794950	874160	1004857
Materias Primas	70308	73823	81206	89326	102725
Insumos	388694	408128	448941	493835	567911
Materiales	229649	240989	264803	290999	334221
MANO DE OBRA	390105	390105	390105	390105	390105
Jefe de Planta	29319	29319	29319	29319	29319
Panadero	22421	22421	22421	22421	22421
Ayudantes	71220	71220	71220	71220	71220
Persona que engrasa de mantequilla	40987	40987	40987	40987	40987
Maquinista	17247	17247	17247	17247	17247
Persona encargada de la alimentación de maquina	45085	45085	45085	45085	45085
Persona encargada de envases	45085	45085	45085	45085	45085
Seleccionadora de galletas	118741	118741	118741	118741	118741
COSTOS INDIRECTOS	25150	23825	23825	23825	23825
Maquinaria y equipo	25150	23825	23825	23825	23825
Energía Eléctrica para Panadería	23825	23825	23825	23825	23825
Mesa base de acero	300				
Uniformes	375				

Selladora	500				
Precisadora	150				
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	1103906	1136871	1208880	1288090	1418787

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.16 Gastos de exportación:

En la Tabla N.º 62, nos permitirá proyectar las cajas por año. En cada pallet tiene una capacidad de apilar de 75 a 90 cajas por palet que representa 1 cama de 15 cajas. En total un pallet tiene de 5 a 6 camas.

Tabla 62: Cajas por año

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cajas	37800	39690	43659	48025	55229
Contenedores	23	24	26	24	28
Pallet por contenedor	22	22	22	22	22
Cajas por contenedor	1650	1650	1650	1980	1980
Cajas por pllt	75	75	75	90	90

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 63: Servicio Integrado Puerto

Servicio Integrado Puerto	40' SD
Embarque	S/399
Manipuleo (Movilización)	
Tracción	
Almacenaje	
Gastos Administrativos	
Pesaje/Repesaje	
Inspección de Precintos y Daños	
Uso del Muelle	
Verificación de Temperaturas	
Monitoreo y Registro	
Conexión y Registro	

Fuente: Costos portuarios y marítimos en el Perú – MINCETUR

Tabla 64: Agente Marítimo

Agente Marítimo	40' SD
Doc Fee	S/ 80
Box Fee	S/ 115
Gastos Administrativos	S/4
TOTAL	S/199

Fuente: Costos portuarios y marítimos en el Perú - MINCETUR

Tabla 65: Mercado

Mercado	
Caja	0.3
Contenedor	495

Fuente: Costos portuarios y marítimos en el Perú – MINCETUR

Tabla 66: Embalaje

Embalaje	
Caja	0.5
Contenedor	825

Fuente: Costos portuarios y marítimos en el Perú - MINCETUR

Tabla 67: Unitarización

Unitarización	
Caja	0.4
Pallet	26
Contenedor	578

Fuente: Costos portuarios y marítimos en el Perú - MINCETUR

Tabla 68: Gastos de exportación.

DESCRIPCIÓN	UNID.	C. UNIT	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Embalaje	Contenedor	825	18900	19845	21830	20010	23012
Mercado	Contenedor	495	11340	11907	13098	12006	13807
Unitarización	Contenedor	578	13230	13892	15281	14007	16108
Costo Flete (Pomalca - Callao)	Contenedor	216	4955	5202	5723	5246	6032

Certificado Fitosanitario	Contenedor	44	1008	1058	1164	1067	1227
Envío de Documentación	Contenedor	109	2497	2622	2884	2644	3040
Inspección	Contenedor	45	1031	1082	1191	1091	1255
Servicio Integral Puerto	Contenedor	399	9141	9598	10558	9678	11129
Agente Marítimo	Contenedor	199	4559	4787	5266	4827	5551
Agente de Aduanas	Contenedor	45	1031	1082	1191	1091	1255
TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN			67691	71076	78183	71668	82418

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.17 ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES:

Tabla 69: COSTOS FIJOS.

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de Planta	29319	29319	29319	29319	29319
Panadero	22421	22421	22421	22421	22421
Ayudantes	71220	71220	71220	71220	71220
Persona que engrasa de mantequilla	40987	40987	40987	40987	40987
Maquinista	17247	17247	17247	17247	17247
Persona encargada de la alimentación de maquina	45085	45085	45085	45085	45085
Persona encargada de envases	45085	45085	45085	45085	45085
Seleccionadora de galletas	118741	118741	118741	118741	118741
Gerente general	34493	34493	34493	34493	34493
Secretaria	20696	20696	20696	20696	20696
Asistente de Contabilidad	20696	20696	20696	20696	20696
Jefe de logística	20696	20696	20696	20696	20696
Alquiler de local	12000	12000	12000	12000	12000
Agua para Oficinas	120	120	120	120	120
Electricidad	120	120	120	120	120
Teléfono	960	960	960	960	960
Útiles de Oficina	2849	2849	2849	2849	2849
Depreciación	7577	7577	7577	7577	7577

Amortización de Intangibles	2475	2475	2475	2475	2475
Gastos Financieros	21551	27351	32284	36351	39551
TOTAL COSTOS FIJOS	534338	540138	545072	549138	552338

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 70: COSTO VARIABLE

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materias Primas	70308	73823	81206	89326	102725
Insumos	388694	408128	448941	493835	567911
Materiales	229649	240989	264803	290999	334221
Energía Eléctrica para Planta	23825	23825	23825	23825	23825
Asistir a distintos eventos	10000	10000	10000	10000	10000
Embalaje	18900	19845	21830	20010	23012
Marcado	11340	11907	13098	12006	13807
Unitarización	13230	13892	15281	14007	16108
Costo Flete (Lurín - Callao)	4955	5202	5723	5246	6032
Certificado Fitosanitario	1008	1058	1164	1067	1227
Envío de Documentación	2497	2622	2884	2644	3040
Inspección	1031	1082	1191	1091	1255
Servicio Integral Puerto	9141	9598	10558	9678	11129
Agente Marítimo	4559	4787	5266	4827	5551
Agente de Aduanas	1031	1082	1191	1091	1255
TOTAL COSTOS VARIABLES	790167	827841	906958	979653	1121100

Fuente: Elaboración Propia.

En la Tabla N.º 71, vamos a sumar el costo fijo y el costo variable, para hallar el costo total.

Tabla 71: TOTAL DE COSTO

TOTAL COSTOS	1324505	1367980	1452030	1528791	1673438
---------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Fuente: Elaboración Propia.

3.2.4.18 Proyección de Costo total FOB por caja

Tabla 72: Proyección de costos de materia prima

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRIPCION					
Total de costos fijos +costo variable	1324505	1367980	1452030	1528791	1673438
Caja de galletas	37800	39690	43659	48025	55229
Costo FOB	35	34	33	32	30

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.19. Fijación del Precio internacional (Precio FOB)

En la Tabla N.º 73, para lograr calcular el precio de una caja de galletas Santa Clara. Se toma el costo total FOB por el resultado de la unidad más el margen de utilidad (cost fob*(1+Marg. Util)), y el precio en dólares se obtuvieron aplicando el tipo de cambio que es 3.55, teniendo así el precio de exportación \$11.20 por caja.

Tabla 73: Precio FOB por caja de las Galletas Artesanales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO TOTAL	1324505	1367980	1452030	1528791	1673438
CAJAS	37800	39690	43659	48025	55229
COSTO UNITARIO	35	34	33	32	30
MARGEN DE UTILIDAD	0.14	0.15	0.16	0.18	0.20

Incremento		0.1	0.1	0.1	0.1
PRECIO FOB	40	40	39	38	36

Fuente: Elaboración Propia

Proyección de ventas

En la Tabla N.º 74, para iniciar con la proyección de las ventas de la empresa Panadería Oblitas se ha tomado como punto de partida la capacidad que tiene esta actualmente la cual es 37,800 cajas de galletas al año, para los años restantes se toma como referencia la tasa de crecimiento que tiene este producto en el mercado objetivo, Estados Unidos, el cual es de 5% para el primer año, el segundo año 10%, el tercero y cuarto año el 15%. Para hallar el total de proyección de ingresos anuales se multiplica la cantidad de cajas por el costo.

Tabla 74: Tabla de Proyección de Ventas

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de Galletas Artesanales	37800	39690	43659	48025	55229
PRECIO POR CAJA EN SOLES	40	40	39	38	36
COSTO TOTAL	1503313	1571125	1689219	1803492	2004199

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.20 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Tabla 75: Tabla de Presupuesto de Ingresos y Egresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRESUPUESTO DE INGRESOS	1563446	1633969	1756787	1875632	2084367
Ventas	1503313	1571125	1689219	1803492	2004199
Drawback(4%)	60133	62845	67569	72140	80168
PRESUPUESTO DE EGRESOS	1326510	1367979	1452029	1528791	1673438
C. Producción	1103906	1136871	1208880	1288090	1418787
C. Exportación	67691	71076	78183	71668	82418
G. Operativos	123311	122631	122631	122631	122631
G. Financieros	21551	27351	32284	36351	39551
G. Depreciación y Amortización	10052	10052	10052	10052	10052
SALDO	236936	265990	304758	346841	410929

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.21 Costo variable unitario

Tabla 76: Costo Variable Unitario

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Variable	790167	827841	906958	979653	1121100
Total Producción	37800	39690	43659	48025	55229
Costo Variable Unitario	21	21	21	20	20

Fuente: Elaboración Propia

3.3.4.22 Punto Equilibrio y Monto de Equilibrio

Tabla 77: Tabla de Punto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	534338	540138	545072	549138	552338
Precio Unitario	40	40	39	38	36
Costo Variable Unitario	21	21	21	20	20
Punto de Equilibrio	28322	28842	30421	32011	34543

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 78: Tabla de Monto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	534338	540138	545072	549138	552338
Precio Unitario	40	40	39	38	36
Costo Variable Unitario	21	21	21	20	20
Monto de Equilibrio	1126385	1141724	1177031	1202136	1253535

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.23 Estado de Resultados

Tabla 79: Tabla de Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	1503313	1571125	1689219	1803492	2004199
Costo de Ventas	1171597	1207946	1287063	1359758	1501205
UTILIDAD BRUTA	331716	363178	402156	443734	502994
Gastos Operativos	123311	122631	122631	122631	122631
Gastos de Depreciación y Amortización	10052	10052	10052	10052	10052
UTILIDAD OPERATIVA	198354	230496	269473	311052	370312
Gastos Financieros	21551	27351	32284	36351	39551
Otros Ingresos	60133	62845	67569	72140	80168
Drawback	60133	62845	67569	72140	80168
Otros Egresos	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	236936	265990	304758	346841	410929
Impuesto a la Renta (29.5%)	69896	78467	89904	102318	121224
UTILIDAD NETA ANTES DE DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES	167040	187523	214854	244523	289705
Distribución de Utilidades (10%)	16704	18752	21485	24452	28971
UTILIDAD NETA	150336	168771	193369	220071	260735

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.24 Flujo de caja proyectado

En la Tabla N.º 80, se muestra el flujo de caja proyectado a cinco años, el cual consiste en recopilar toda la información desarrollada en las tablas anteriores, como materia prima, mano de obra, gastos administrativos, gastos de exportación etc. Se muestra en negativo el año 0 esto debido a la inversión inicial, posteriormente esto cambia.

Tabla 80: Flujo de caja Proyectado

	M0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	0	1563446	1633969	1756787	1875632	2098267
Ventas		1503313	1571125	1689219	1803492	2004199
Drawback		60133	62845	67569	72140	80168
Valor Residual						13900
EGRESOS	776278	1364803	1409044	1499597	1584706	1745059
Estado de Inversión	776278	0	0	0	0	0
C. Producción		1103906	1136871	1208880	1288090	1418787
C. Exportación		67691	71076	78183	71668	82418
G. Operativos		123311	122631	122631	122631	122631
Impuesto a la Renta		69896	78467	89904	102318	121224
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-776278	198642	224925	257190	290925	353207
Préstamos	31812	433955				
Devolución		21551	27351	32284	36351	39551
Crédito CP		0	0	0	0	0
Crédito LP		21551	27351	32284	36351	39551
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-744466	611047	197575	224906	254574	313657

Fuente: Elaboración Propio

3.2.4.25 Egresos financieros

Tabla 81: Total de Egresos financieros

EGRESOS FINANCIERO (egresos+ devolución)	776278	1386354	1436395	1531881	1621057	1784610
---	--------	---------	---------	---------	---------	---------

Fuente: Elaboración Propia

3.3.4.26 VAN y TIR Económico

Tabla 82: Total de Caja Operativa Económico

Caja Operativa Económico	10%
---------------------------------	-----

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 83: Tabla de VAN y TIR Económico

VAN ECONÓMICO	201445
TIR ECONÓMICO	18.75%
Ingreso Anual	6675543
Egreso Anual	6474098

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4.27 VAN y TIR Financiero

Tabla 84: Total de Caja Operativa Financiero

	%	MONTO	CO	COP
EMPRESARIO	40%	310511	10%	4.00%
ENTIDAD FINANCIERA	60%	465767	13%	7.80%
Caja Operativa Financiero				11.80%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 85: Tabla de VAN y TIR Financiero

VAN FINANCIERO	463623
TIR FINANCIERO	40%
IA	6396518
EA	6321048

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Con respecto a la empresa concluimos que se encuentra en un nivel de producción regular y esto se debe a la flexibilidad en un 10% de su crecimiento, cuenta con competidores directos que ofrecen productos igual pero la diferencia que la empresa representa es la calidad de su producción y el tiempo de la elaboración.
- Con respecto a la empresas competidores se identificó una empresa exportadora como la de San Roque empresa que ha ido creciendo anualmente y que cuenta con 10 tiendas a nivel Nacional y ha alcanzado mercados Internacionales tales como EE.UU, China y Japón; logrando su éxito en los mercados mencionado.
- Para el ámbito de exportación se concluye que los principales requisitos para que la empresa realice una exportación debe contar con los requisitos esenciales tales certificados de origen, Certificado Sanitarios, Documentos de embarque, entre otros dichos documentos son esenciales para el ingreso del mercado estadounidense, a la vez se considera como forma de exportación directa o indirecta y que se requiere transportes Internacionales para su envío.
- Se elaboró un plan de negocio para exportar galletas artesanales al mercado de los Estados unidos. Para ello se tuvo en cuenta las recomendaciones de Karen Weinberger, por lo tanto, se hizo un estudio económico financiero para determinar la factibilidad y rentabilidad de la exportación de galletas. Lo cual se propuso en la investigación en que se obtuvo un TIR Financiero de 40% y un VAN Financiero de S/.463623 lo que representa que el plan de negocios es viable y a la vez rentable ya que con esta propuesta va tener una ganancia de 11.8% de lo que gana actualmente.

Recomendaciones

- Se recomienda que la empresa encuentre asesoramiento con respecto al ámbito de planeación y exportación así lograr alcanzar los objetivos trazados.
- Con respecto a sus competidores la empresa cuenta con un producto de calidad que ha venido diferenciándose de los demás por lo cual debería invertir en la promoción de los productos que ofrece para alcanzar nuevos mercados nacionales y dar el paso a la internacionalización en casos de un mayor crecimiento.
- Alcanzar la internacionalización de un producto por parte de la empresa es generar mayor ingreso y crecimiento para la empresa por que la empresa debe contar con asesoría y adquirir sus certificaciones que le permita facilitar el acceder a un mercado internacional.

REFERENCIAS.

Bibliografía

- Núñez Benavides , W. B., & Yajauanca Zeña, L. (2016). *Plan de negocios para la exportacion de Galleta de Quinuas al mercado de EE.UU de la empresa TyC procesadora de alimentos SCRL Chiclayo 2016. Pimentel.*
- Logística y Transporte.* (01 de febrero de 2015). *Obtenido de Transporte Internacional de Mercancías:* <https://www.tibagroup.com/mx/transporte-internacional-de-mercancias>
- Transporte y Logística.* (10 de 02 de 2015). *Obtenido de* <https://www.tibagroup.com/mx/transporte-internacional-de-mercancias>
- Concepto.* (12 de 05 de 2016). *Obtenido de* <http://concepto.de/mision-y-vision/>
- AGRODATAPERU. (2017). *Productos de Panadería -Panetones Perú Exportaciones 2017.*
- Cadena Reyes, S. M., & Muñoz Sanchez , M. I. (2017). *Plan de negocio para la exportacion de salsa de mango al mercado de estados unidos de la empresa Sami Export S.A.C Lambayeque 2017. Pimentel.*
- Fulton Lopez , B. (2015). *Plan de negocios para la exportacion de galletas de banano hacia el mercado Fair Trade de Europa. Guayaquil.*
- Icex. (2016). *Estudios de mercados y otros documentos de comercio exterior.*
- Matias, R. L. (12 de 2016). *FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa.* *Obtenido de* <http://www.analisisfoda.com/>
- País, E. (2017). *Galletería y productos de panadería, un negocio que crece en el Valle del Cauca.*
- Ricardo, L. C. (2015). *Plan de negocio para la exportacion de quinua a canada 2015. Arequipa.*
- RPP. (2016). *Exportación del King Kong lambayecano creció en un 40%.*
- Sarquis, A. (12 de 11 de 2014). *Barreras Arancelarias y No Arancelarias.* *Obtenido de* <http://www.iri.edu.ar/images/Documentos/primercongreso/economia/sarquis.pdf>
- Tecnologico, I. S. (03 de Diciembre de 2015). *Telesup.* *Obtenido de Incoterms:* <https://telesup.edu.pe/que-son-los-incoterms/>
- Tohana, L. (2017). *Las exportaciones de panadería y pastelería industrial superan el 20%.*
- TROME. (21016). *Don Teodoro Ortiz es dueño de ‘Inca sur’, tiene cuatro plantas de producción y exporta quinua, kiwicha y chocolate a Sudamérica, Europa y Asia.*
- Villegas. (5 de 01 de 2018). *Financiamiento Red.* *Obtenido de* <http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>
- Santandertrade(2017) *Política, Economía y Cifras del comercio Exterior de Estados Unidos.* <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- SantanderTrade(2017) *Perfil del Consumidor de Estados Unidos.* <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Tapia R. (16 de Agosto 2018) *Certificaciones importantes para exportar a Estados Unidos.* <https://blog.grupoeci.com.mx/certificaciones-importantes-para-exportar-a-eu>

ANEXOS



ANEXO 1

ENTREVISTA SR. ARILIS DELGADO QUEREVALU GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA PANADERÍA OBLITAS

Objetivo: Recolectar información con la finalidad de proponer un plan de negocios para la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE.UU.

1	¿Cuál es su misión y visión de la empresa Panadería Oblitas?
2	¿Cuáles son las Debilidades y Amenazas con la que afronta la empresa??
3	¿Qué productos elabora la empresa Panadería Oblitas?
4	¿Con que frecuencia elabora las galletas Artesanales que comercializan? ¿Qué cantidad?
5	¿Cuánto ha sido la producción de galletas Artesanales en estos últimos 3 años?
6	Con respecto a la producción ¿Cuál es el nivel de producción de la empresa?
7	¿Quiénes son sus proveedores de insumos para la elaboración de las galletas artesanales? ¿Qué cantidades adquiere?
8	¿Sabe Ud. quienes son sus competidores directos que ofrecen productos igual al que ofrece? ¿Cuáles son?
9	¿Qué canales de Distribución utiliza para la comercialización de Galletas Artesanales?
10	En ámbito de la producción ¿Con cuanta mano de obra cuenta para producir las galletas artesanales?
11	¿Ha realizado alguna vez una exportación de los Productos que comercializa a mercados internacionales?
12	¿Con cuanta capacidad de producción cuenta la empresa para exportar a un mercado Internacional?

ANEXO 2

ENTREVISTA PARA EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS EN PANADERÍA Y REPOSTERÍA QUE EXPORTEN

Objetivo: Recolectar información con la finalidad de proponer un plan de negocios para la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE.UU.

1	¿Considera necesario un plan de negocio para realizar la exportación de sus productos?
2	¿Qué Canales de Distribución son las más usadas para la comercialización de su producto?
3	¿Qué factores toma en consideración para exportar a un mercado internacional?
4	¿Cuáles son sus fortalezas y Oportunidades con la que cuenta la empresa?
5	¿Cuenta con algún plan de Marketing mix para promocionar su producto?
6	¿Cuáles en su opinión son los mercados más atractivos para la exportación de su producto?
7	¿Cuáles son los proveedores que lo abastecen para la producción de su producto? ¿cantidad con la que adquiere los insumos?
8	¿Tiene conocimiento de empresas competidoras que exporten productos en Panadería y repostería?
9	¿La empresa tiene la capacidad necesaria de producción para realizar la exportación de su producto?
10	¿Cuáles son los índices de producción de su producto en estos últimos 3 años?
11	¿Qué tipo de Incoterms utiliza para realizar su exportación?
12	¿Qué documentos son necesarios para la exportación de su producto?
13	¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación de su producto?

ANEXO 3

ENTREVISTA PARA EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR

Objetivo: Recolectar información con la finalidad de proponer un plan de negocios para la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE.UU.

1	¿Cuáles son los beneficios de exportar un producto hacia el mercado de Estados Unidos?
2	¿Cuáles son los documentos utilizados en la exportación de productos al mercado de Estados Unidos?
3	Con respecto a negociaciones ¿Cuál sería el incoterms más recomendable para la exportación de un producto hacia el mercado de estados unidos?
4	Para el envío de un producto hacia el mercado estadounidense. ¿Cuál sería el transporte internacional a usar para la exportación de productos de panadería y repostería? ¿Cuál es medio de transporte más utilizado para dicho mercado?
5	¿Cuáles son las Barreras Arancelarias con las que cuenta el mercado de Estados Unidos?
6	Con respecto al mercado de Estados Unidos ¿Cuáles son los canales de Distribución con la que se puede contar en el mercado internacional?
7	Para el ingreso de un producto por vía marítima hacia el mercado de estados Unidos se requiere el Documento 10+2 ¿Quién emite dicha documentación y cuáles son los requisitos para obtener la documentación??
8	¿Qué tipo de carga cuentan con restricción de ingreso hacia el mercado de Estados Unidos?

ANEXO 4

Validación del Mg Rocero Salazar Cesar Ricardo



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Rocero Salazar Cesar Ricardo, Magister en MBA, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENTREVISTA) elaborado por: Bryan William Medina Cabrejos, estudiante de la Escuela de Negocios Internacionales, para el desarrollo de la investigación titulada: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE, UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021"

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 04 de Octubre del 2018



Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo
DNI N° 44308266

JUICIO DE EXPERTOS

Estimado Mag. Doctor(a) Rocero Solazar Cesar Ricardo

Por la presente, reciba usted mi saludo cordial y fraterno; al mismo tiempo solicito de su sapiencia profesional para que emita juicios sobre PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021" Que se le presenta.

Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto en la materia y se necesita su valiosa opinión; para tal fin debe marcar con un aspa (x) para cada indicador en la columna que considere conveniente.

Tenga a bien evaluar los siguientes items del cuestionario aplicado a expertos en Negocios Internacionales de acuerdo a las siguientes categorías:

De acuerdo (A) (3)	En desacuerdo (D) (2)	Totalmente de acuerdo (TD) (1)

Le agradezco profundamente su fina atención.

Atentamente:


BRYAN WILLIAM MEDENO COBRESAS

Adjunto:

- Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnica e instrumento
Plan de Negocio	Diagnóstico estratégico	Misión		Entrevista/ Guía de Entrevista
		Visión	E1.1	
		FODA	E1.2; E2.4	
	Análisis de Mercado	Competidores	E1.8; E2.8	
		Proveedores	E1.7; E2.7	
	Marketing Mix	Precio	E2.5	
		Producto	E2.5	
		Plaza	E2.5	
		Promoción	E2.5	
	Económico Financiero	VAN		
TIR				
Exportación	Estructura de la Exportación	Mercados	E1.11, E3.1	Entrevista/ Guía de Entrevista
		Barreras Arancelarias	E3.5	
		Documentos de Exportación	E2.12, E3.2	
	Exportación Directa	Agentes	E2.2, E3.6	
		Distribuidores	E1.9; E2.2, E3.6	
		Minoristas	E2.2, E3.6	
		Venta Consumidores finales	E3.6	
	Exportación Indirecta	Agente de Compra	E3.6	
		Trading	E3.6	
		Transporte Internacional	E2.13, E3.4	
		Incoterms	E2.11, E3.3	

	Distribución Física Internacional	Carga	E3.8	
--	---	-------	------	--

- Instrumento de recolección de los datos (cuestionario) con alternativas para su validación.

Objetivo general

Proponer un plan de negocio que logre facilitar la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo - 2018

Objetivo específico

- Determinar el estado producción y comercialización de galletas artesanales de la Empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo.
- Identificar empresas competidoras en el rubro de la exportación que ofrezcan productos igual o similar al de la Panadería Oblitas.
- Indicar los requisitos y formas de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.
- Elaborar un diseño de plan de negocio en la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo - 2018

- Ficha de validación.

ENTREVISTA N°1 ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL ARILIS DELGADO QUEREVALU DE LA EMPRESA PANADERÍA OBLITAS

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Cuál es su misión y visión de la empresa Panadería Oblitas?	/		
2	¿Cuáles son las Debilidades y Amenazas con la que afronta la empresa??	/		
3	¿Qué productos elabora la empresa Panadería Oblitas?	/		
4	¿Con que frecuencia elabora las galletas Artesanales que comercializan? ¿Qué cantidad?	/		
5	¿Cuánto ha sido la producción de galletas Artesanales en estos últimos 3 años?	/		
6	Con respecto a la producción ¿Cuál es el nivel de producción de la empresa?	/		
7	¿Quiénes son sus proveedores de insumos para la elaboración de las galletas artesanales? ¿Qué cantidades adquiere?	/		
8	¿Sabe Ud. quienes son sus competidores directos que ofrecen productos igual al que ofrece? ¿Cuáles son?	/		
9	¿Qué canales de Distribución utiliza para la comercialización de Galletas Artesanales?	/		
10	En ámbito de la producción ¿Con cuanta mano de obra cuenta para producir las galletas artesanales?	/		
11	¿Ha realizado alguna vez una exportación de los Productos que comercializa a mercados internacionales?	/		
12	¿Con cuanta capacidad de producción cuenta la empresa para exportar a un mercado Internacional?	/		

ENTREVISTA N°2 PARA EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS EN PANADERÍA Y REPOSTERÍA QUE EXPORTEN

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Considera necesario un plan de negocio para realizar la exportación de sus productos?	/		
2	¿Qué Canales de Distribución son las más usadas para la comercialización de su producto?	/		
3	¿Qué factores toma en consideración para exportar a un mercado internacional?	/		
4	¿Cuáles son sus fortalezas y Oportunidades con la que cuenta la empresa?	/		
5	¿Cuenta con algún plan de Marketing mix para promocionar su producto?	/		
6	¿Cuáles en su opinión son los mercados más atractivos para la exportación de su producto?	/		
7	¿Cuáles son los proveedores que lo abastecen para la producción de su producto? ¿cantidad con la que adquiere los insumos?	/		
8	¿Tiene conocimiento de empresas competidoras que exporten productos en Panadería y repostería?	/		
9	¿La empresa tiene la capacidad necesaria de producción para realizar la exportación de su producto?	/		
10	¿Cuáles son los índices de producción de su producto en estos últimos 3 años?	/		
11	¿Qué tipo de Incoterms utiliza para realizar su exportación?	/		
12	¿Qué documentos son necesarios para la exportación de su producto?	/		
13	¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación de su producto?	/		

ENTREVISTA N°3 PARA EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Cuáles son los beneficios de exportar un producto hacia el mercado de Estados Unidos?	/		
2	¿Cuáles son los documentos utilizados en la exportación de productos al mercado de Estados Unidos?	/		
3	Con respecto a negociaciones ¿Cuál sería el incoterms más recomendable para la exportación de un producto hacia el mercado de estados unidos?	/		
4	Para el envío de un producto hacia el mercado estadounidense. ¿Cuál sería el transporte internacional a usar para la exportación de productos de panadería y repostería? ¿Cuál es medio de transporte más utilizado para dicho mercado?	/		
5	¿Cuáles son las Barreras Arancelarias con las que cuenta el mercado de Estados Unidos?	/		
6	Con respecto al mercado de Estados Unidos ¿Cuáles son los canales de Distribución con la que se puede contar en el mercado internacional?	/		
7	Para el ingreso de un producto por vía marítima hacia el mercado de estados Unidos se requiere el Documento 10+2 ¿Quién emite dicha documentación y cuáles son los requisitos para obtener la documentación??	/		
8	¿Qué tipo de carga cuentan con restricción de ingreso hacia el mercado de Estados Unidos?	/		

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

Validado por el Mag. Dr(a): Rocero Salazar Cejor R.

Especialidad: Negocios Internacionales

Tiempo de docencia universitaria: 5 años

Tiempo de experiencia profesional: 8 años

Tiempo de experiencia en investigación científica: 3 años

Fecha: 04/10/2018


Mag. Dr. (a) Rocero Salazar Cejor

Validación del Mg Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Chiclayo 04 Octubre del 2018

Señor
Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que el suscrito es estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de las Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Investigación II, estoy trabajando en la Investigación: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021"

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos me permito solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de mi trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente



Bryan William Medina Cabrejos
DNI N° 77208816

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Francisco Morales Bermúdez Pedraglio, Magister en Relaciones Internacionales, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENTREVISTA) elaborado por: Bryan William Medina Cabrejos, estudiante de la Escuela de Negocios Internacionales, para el desarrollo de la investigación titulada: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 04 de Octubre del 2018


.....
Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio
DNI N° 08245351

JUICIO DE EXPERTOS

Estimado Mag. Doctor(a) FRANCISCO MORALES BERNHARDT PEDRAGLJO

Por la presente, reciba usted mi saludo cordial y fraterno; al mismo tiempo solicito de su sapiencia profesional para que emita juicios sobre PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021^o Que se le presenta.

Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto en la materia y se necesita su valiosa opinión; para tal fin debe marcar con un aspa (x) para cada indicador en la columna que considere conveniente.

Tenga a bien evaluar los siguientes items del cuestionario aplicado a expertos en Negocios internacionales de acuerdo a las siguientes categorías:

De acuerdo (A) (3)	En desacuerdo (D) (2)	Totalmente de acuerdo (TD) (1)

Le agradezco profundamente su fina atención.

Atentamente:


BRYAN W. MEDINA CABREJAS

Adjunto:

- Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnica e instrumento
Plan de Negocio	Diagnóstico estratégico	Misión		Entrevista/ Guía de Entrevista
		Visión	E1.1	
		FODA	E1.2; E2.4	
	Análisis de Mercado	Competidores	E1.8; E2.8	
		Proveedores	E1.7; E2.7	
	Marketing Mix	Precio	E2.5	
		Producto	E2.5	
		Plaza	E2.5	
		Promoción	E2.5	
	Económico Financiero	VAN		
TIR				
Exportación	Estructura de la Exportación	Mercados	E1.11, E3.1	Entrevista/ Guía de Entrevista
		Barreras Arancelarias	E3.5	
		Documentos de Exportación	E2.12, E3.2	
	Exportación Directa	Agentes	E2.2, E3.6	
		Distribuidores	E1.9; E2.2, E3.6	
		Minoristas	E2.2, E3.6	
		Venta Consumidores finales	E3.6	
	Exportación Indirecta	Agente de Compra	E3.6	
		Trading	E3.6	
		Transporte Internacional	E2.13, E3.4	
Incoterms		E2.11, E3.3		

	Distribución Física Internacional	Carga	E3.8	
--	---	-------	------	--

- Instrumento de recolección de los datos (cuestionario) con alternativas para su validación.

Objetivo general

Proponer un plan de negocio que logre facilitar la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo - 2018

Objetivo específico

- Determinar el estado producción y comercialización de galletas artesanales de la Empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo.
- Identificar empresas competidoras en el rubro de la exportación que ofrezcan productos igual o similar al de la Panadería Oblitas.
- Indicar los requisitos y formas de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.
- Elaborar un diseño de plan de negocio en la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo – 2018

- Ficha de validación.

ENTREVISTA N°1 ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL ARILIS DELGADO QUEREVALU DE LA EMPRESA PANADERÍA OBLITAS

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Cuál es su misión y visión de la empresa Panadería Oblitas?	X		
2	¿Cuáles son las Debilidades y Amenazas con la que afronta la empresa??	X		
3	¿Qué productos elabora la empresa Panadería Oblitas?	X		
4	¿Con que frecuencia elabora las galletas Artesanales que comercializan? ¿Qué cantidad?	X		
5	¿Cuánto ha sido la producción de galletas Artesanales en estos últimos 3 años?	X		
6	Con respecto a la producción ¿Cuál es el nivel de producción de la empresa?	X		
7	¿Quiénes son sus proveedores de insumos para la elaboración de las galletas artesanales? ¿Qué cantidades adquiere?	X		
8	¿Sabe Ud. quienes son sus competidores directos que ofrecen productos igual al que ofrece? ¿Cuáles son?	X		
9	¿Qué canales de Distribución utiliza para la comercialización de Galletas Artesanales?	X		
10	En ámbito de la producción ¿Con cuanta mano de obra cuenta para producir las galletas artesanales?	X		
11	¿Ha realizado alguna vez una exportación de los Productos que comercializa a mercados internacionales?	X		
12	¿Con cuanta capacidad de producción cuenta la empresa para exportar a un mercado Internacional?	X		

ENTREVISTA N°2 PARA EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS EN PANADERÍA Y REPOSTERÍA QUE EXPORTEN

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Considera necesario un plan de negocio para realizar la exportación de sus productos?	X		
2	¿Qué Canales de Distribución son las más usadas para la comercialización de su producto?	X		
3	¿Qué factores toma en consideración para exportar a un mercado internacional?	X		
4	¿Cuáles son sus fortalezas y Oportunidades con la que cuenta la empresa?	X		
5	¿Cuenta con algún plan de Marketing mix para promocionar su producto?	X		
6	¿Cuáles en su opinión son los mercados más atractivos para la exportación de su producto?	X		
7	¿Cuáles son los proveedores que lo abastecen para la producción de su producto? ¿cantidad con la que adquiere los insumos?	X		
8	¿Tiene conocimiento de empresas competidoras que exporten productos en Panadería y repostería?	X		
9	¿La empresa tiene la capacidad necesaria de producción para realizar la exportación de su producto?	X		
10	¿Cuáles son los índices de producción de su producto en estos últimos 3 años?	X		
11	¿Qué tipo de Incoterms utiliza para realizar su exportación?	X		
12	¿Qué documentos son necesarios para la exportación de su producto?	X		
13	¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación de su producto?	X		

ENTREVISTA N°3 PARA EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Cuáles son los beneficios de exportar un producto hacia el mercado de Estados Unidos?	X		
2	¿Cuáles son los documentos utilizados en la exportación de productos al mercado de Estados Unidos?	X		
3	Con respecto a negociaciones ¿Cuál sería el incoterms más recomendable para la exportación de un producto hacia el mercado de estados unidos?	✓		
4	Para el envío de un producto hacia el mercado estadounidense. ¿Cuál sería el transporte internacional a usar para la exportación de productos de panadería y repostería? ¿Cuál es medio de transporte más utilizado para dicho mercado?	X		
5	¿Cuáles son las Barreras Arancelarias con las que cuenta el mercado de Estados Unidos?	X		
6	Con respecto al mercado de Estados Unidos ¿Cuáles son los canales de Distribución con la que se puede contar en el mercado internacional?	X		
7	Para el ingreso de un producto por vía marítima hacia el mercado de estados Unidos se requiere el Documento 10+2 ¿Quién emite dicha documentación y cuáles son los requisitos para obtener la documentación??	X		
8	¿Qué tipo de carga cuentan con restricción de ingreso hacia el mercado de Estados Unidos?	X		

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

Validado por el Mag. Dr(a): Francisco Mirales Bermudez Padroño

Especialidad: ABogado. master Telemáticas

Tiempo de docencia universitaria: 10

Tiempo de experiencia profesional: 30

Tiempo de experiencia en investigación científica: 5

Fecha: 4 de octubre de 2018


Mag. Dr. (a) Francisco Mirales Bermudez Padroño
08245351

Validación del Doctor Alberto Gómez Fuertes

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Chiclayo 09 Octubre del 2018

Señor
Doctor. Alberto Gómez Fuertes

Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que el suscrito es estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de las Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Investigación II, estoy trabajando en la Investigación: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021"

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos me permito solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de mi trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente




Bryan William Medina Cabrejos
DNI N° 77208816

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Alberto Gómez Fuertes, Doctor en Criminología mención ciencias de la seguridad, Docente Metodólogo de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENTREVISTA) elaborado por: Bryan William Medina Cabrejos, estudiante de la Escuela de Negocios Internacionales, para el desarrollo de la investigación titulada: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERÍA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 09 de Octubre del 2018.



.....
Doctor. Alberto Gómez Fuertes
DNI N° 001091357

JUICIO DE EXPERTOS

Estimado Mag. Doctor(a).....

ALBERTO POLO FUERTES

Por la presente, reciba usted mi saludo cordial y fraterno; al mismo tiempo solicito de su sapiencia profesional para que emita juicios sobre PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021" Que se le presenta.

Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto en la materia y se necesita su valiosa opinión; para tal fin debe marcar con un aspa (x) para cada indicador en la columna que considere conveniente.

Tenga a bien evaluar los siguientes items del cuestionario aplicado a expertos en Negocios internacionales de acuerdo a las siguientes categorías:

De acuerdo (A) (3)	En desacuerdo (D) (2)	Totalmente de acuerdo (TD) (1)

Le agradezco profundamente su fina atención.

Atentamente:


BRYAN W. MEDINA COBREJOS.

Adjunto:

- Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnica e instrumento
Plan de Negocio	Diagnóstico estratégico	Misión	E1.1	Entrevista/ Guía de Entrevista
		Visión		
		FODA	E1.2; E2.4	
	Análisis de Mercado	Competidores	E1.8; E2.8	
		Proveedores	E1.7; E2.7	
	Marketing Mix	Precio	E2.5	
		Producto	E2.5	
		Plaza	E2.5	
		Promoción	E2.5	
	Económico Financiero	VAN		
TIR				
Exportación	Estructura de la Exportación	Mercados	E1.11, E3.1	Entrevista/ Guía de Entrevista
		Barreras Arancelarias	E3.5	
		Documentos de Exportación	E2.12, E3.2	
	Exportación Directa	Agentes	E2.2, E3.6	
		Distribuidores	E1.9; E2.2, E3.6	
		Minoristas	E2.2, E3.6	
		Venta Consumidores finales	E3.6	
	Exportación Indirecta	Agente de Compra	E3.6	
		Trading	E3.6	
		Transporte Internacional	E2.13, E3.4	
Incoterms		E2.11, E3.3		

	Distribución Física Internacional	Carga	E3.8	
--	---	-------	------	--

- Instrumento de recolección de los datos (cuestionario) con alternativas para su validación.

Objetivo general

Proponer un plan de negocio que logre facilitar la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo - 2018

Objetivo específico

- Determinar el estado producción y comercialización de galletas artesanales de la Empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo.
- Identificar empresas competidoras en el rubro de la exportación que ofrezcan productos igual o similar al de la Panadería Oblitas.
- Indicar los requisitos y formas de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.
- Elaborar un diseño de plan de negocio en la exportación de galletas artesanales hacia el mercado de EE. UU de la empresa Panadería Oblitas del distrito Pomalca, Chiclayo – 2018

- Ficha de validación.

ENTREVISTA N°1 ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL ARLIS DELGADO QUEREVALU DE LA EMPRESA PANADERÍA OBLITAS

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Cuál es su misión y visión de la empresa Panadería Oblitas?	X		
2	¿Cuáles son las Debilidades y Amenazas con la que afronta la empresa??	X		
3	¿Qué productos elabora la empresa Panadería Oblitas?	X		
4	¿Con que frecuencia elabora las galletas Artesanales que comercializan? ¿Qué cantidad?	X		
5	¿Cuánto ha sido la producción de galletas Artesanales en estos últimos 3 años?	X		
6	Con respecto a la producción ¿Cuál es el nivel de producción de la empresa?	X		
7	¿Quiénes son sus proveedores de insumos para la elaboración de las galletas artesanales? ¿Qué cantidades adquiere?	X		
8	¿Sabe Ud. quienes son sus competidores directos que ofrecen productos igual al que ofrece? ¿Cuáles son?	X		
9	¿Qué canales de Distribución utiliza para la comercialización de Galletas Artesanales?	X		
10	En ámbito de la producción ¿Con cuanta mano de obra cuenta para producir las galletas artesanales?	X		
11	¿Ha realizado alguna vez una exportación de los Productos que comercializa a mercados internacionales?	X		
12	¿Con cuanta capacidad de producción cuenta la empresa para exportar a un mercado Internacional?	X		

ENTREVISTA N°2 PARA EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS EN PANADERÍA Y REPOSTERÍA QUE EXPORTEN

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Considera necesario un plan de negocio para realizar la exportación de sus productos?	X		
2	¿Qué Canales de Distribución son las más usadas para la comercialización de su producto?	X		
3	¿Qué factores toma en consideración para exportar a un mercado internacional?	X		
4	¿Cuáles son sus fortalezas y Oportunidades con la que cuenta la empresa?	X		
5	¿Cuenta con algún plan de Marketing mix para promocionar su producto?	X		
6	¿Cuáles en su opinión son los mercados más atractivos para la exportación de su producto?	X		
7	¿Cuáles son los proveedores que lo abastecen para la producción de su producto? ¿cantidad con la que adquiere los insumos?	X		
8	¿Tiene conocimiento de empresas competidoras que exporten productos en Panadería y repostería?	X		
9	¿La empresa tiene la capacidad necesaria de producción para realizar la exportación de su producto?	X		
10	¿Cuáles son los índices de producción de su producto en estos últimos 3 años?	X		
11	¿Qué tipo de Incoterms utiliza para realizar su exportación?	X		
12	¿Qué documentos son necesarios para la exportación de su producto?	X		
13	¿Qué medios de transporte utiliza para la exportación de su producto?	X		

ENTREVISTA N°3 PARA EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Cuáles son los beneficios de exportar un producto hacia el mercado de Estados Unidos?	X		
2	¿Cuáles son los documentos utilizados en la exportación de productos al mercado de Estados Unidos?	X		
3	Con respecto a negociaciones ¿Cuál sería el incoterms más recomendable para la exportación de un producto hacia el mercado de estados unidos?	X		
4	Para el envío de un producto hacia el mercado estadounidense. ¿Cuál sería el transporte internacional a usar para la exportación de productos de panadería y repostería? ¿Cuál es medio de transporte más utilizado para dicho mercado?	X		
5	¿Cuáles son las Barreras Arancelarias con las que cuenta el mercado de Estados Unidos?	X		
6	Con respecto al mercado de Estados Unidos ¿Cuáles son los canales de Distribución con la que se puede contar en el mercado internacional?	X		
7	Para el ingreso de un producto por vía marítima hacia el mercado de estados Unidos se requiere el Documento 10+2 ¿Quién emite dicha documentación y cuáles son los requisitos para obtener la documentación??	X		
8	¿Qué tipo de carga cuentan con restricción de ingreso hacia el mercado de Estados Unidos?	X		

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

Validado por el Mag. Dr(a): ALBERTO POLOZ FUERTE

Especialidad: Histología/Citología

Tiempo de docencia universitaria: 20

Tiempo de experiencia profesional: 30

Tiempo de experiencia en investigación científica: 15

Fecha: 9/ octubre / 2018

[Signature]
~~Mag. Dr. (a)~~ ALBERTO POLOZ FUERTE
001091 B57

ANEXO 5

Figura 1:

Entrevista al gerente general Arilis Delgado Querevalu de la empresa Panadería Oblitas el día 15 de octubre.



Figura 2:

Elaboración de galletas artesanales



Figura 3:

Proceso del horneado de Galletas Artesanales



Figura 4

Entrevista a Manuel Ubillus Jefe Logístico de la empresa King Kong San Roque el día 23 de octubre



Figura 5

Entrevista a Danna Johana Jimenez Boggio experto en comercio exterior el día 17 de Octubre



Figura 6

Entrevista a Mónica Pintado Damián experto en comercio exterior el día 19 de Octubre.



Figura 7

Entrevista a Jean Michell Carrion Mezones experto en comercio exterior el día 18 de Octubre.



MODELO DE AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Chiclayo, 30 de Marzo de 2021

Quien suscribe: Sr(a) Arllis Delgado Querevalu
Representante Legal- Empresa: Panadería Oblitas

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021

Por el presente, el que suscribe, señor(a. ita) Arllis Delgado Querevalu, representante legal de la empresa: Panadería Oblitas, AUTORIZO al alumno: Bryan William Medina cabrejos identificado con DNI N° 77208815, estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, Y autor de trabajo de investigación llamado PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021, el uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES AL MERCADO DE EE. UU EN LA EMPRESA PANADERIA OBLITAS DEL DISTRITO DE POMALCA, CHICLAYO 2018-2021, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.



.....

Nombre y Apellidos: Arllis Delgado Querevalu

DNI N°: 16499650

Cargo de la empresa: Gerente General