



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

TESIS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL
MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA
AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autor(es):

**Bach. Chapoñan Zapata, Marcos Antonio
ID ORCID: 0000-0002-9666-3823**

**Bach. Vargas Montenegro, Renzo Augusto
ID ORCID: 0000-0001-8514-0149**

Asesor:

**Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo
ID ORCID: 0000-0002-1555-7851**

Línea de investigación

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel-Perú

2022

APROBACIÓN DEL JURADO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL
MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023.**

Aprobación de informe de investigación

Asesor

MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Presidente

Mg. Reyes Arroyo Carlos André

Secretario (a)

Dr. Espinoza Rodriguez Hugo Redib

Vocal

MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

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

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACION DEL PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Vargas Montenegro Renzo Augusto	DNI: 73323331	
Chapoñan Zapata Marcos Antonio	DNI: 73135447	

Pimentel, 27 de Enero de 2023.

Dedicatorias

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios por haberme guiado en el transcurso de la realización de la tesis; así mismo, dedico a mis padres Lorgio Elmer Chapoñan Santamaria y Cristina Zapata Cajusol, porque siempre estuvieron en todo momento brindándome su apoyo incondicional para seguir adelante en el proceso de mi educación, transmitiéndome la perseverancia, humildad y respeto que me caracteriza.

Marcos Antonio Chapoñan Zapata

El trabajo de investigación que he podido realizar se lo dedico a todas las personas que me han podido ayudar a llegar hasta aquí, gracias a mis grandes profesores que hoy en día son mis amigos, también a mis compañeros de clase y a toda la facultad de mi carrera. También se lo dedico a mi madre Elizabeth Montenegro y a mi padre Augusto Vargas por siempre haber puesto mis estudios por encima de todo para ellos y haberme educado de una forma correcta, sé que con el tiempo sabre recompensarles todo lo que hicieron por mí.

Renzo Augusto Vargas Montenegro

Agradecimientos

Agradezco a Dios por brindarme salud y sabiduría para culminar esta investigación con éxito, por bendecir a mi familia y darme la oportunidad de estudiar una carrera profesional, por permitirnos estar juntos en todo momento disfrutando cada uno de nuestros logros.

A mis padres por todo su esfuerzo en el transcurso de mi formación profesional, por su dedicación y consejos que me inculcaron para ser un gran profesional.

A la empresa Agroindustrias Salas SAC por brindarnos su apoyo y la información requerida para realizar esta investigación.

Marcos Antonio Chapoñan Zapata

Quiero agradecer a mis padres y a mi hermana, por siempre haberme apoyado en todo lo que me he propuesto y jamás dudaron de que podría lograr o llegar hasta donde estoy hoy en día culminando mis estudios, me han permitido siempre superarme a mí mismo y darme todo el apoyo que necesite.

También quiero agradecer al ing. Gorette Guerrero Burga por habernos permitido realizar una investigación tan importante para nosotros a través de su empresa y siempre brindarnos la información y apoyo que hemos necesitado.

Renzo Augusto Vargas Montenegro

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023

BUSSINES PLAN FOR THE EXPORT OF CANNED PIQUILLO PEPPER TO THE SPAIN MARKET OF THE COMPANY AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023

Resumen

El presente estudio tuvo por finalidad proponer un plan de negocios que permita la exportación de pimiento piquillo en conserva para el mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas, 2020-2023. La investigación es de tipo descriptiva-propositiva, con un diseño no experimental, bajo un enfoque cuantitativo-cualitativo. Se consideró como muestra al gerente general de la empresa Agroindustrias Salas, a 96 posibles clientes en el mercado español. Así mismo, para el estudio del mercado de España, se recurrió a tres expertos en comercio exterior. Para la recolección de datos se aplicó los siguientes instrumentos: Guía de entrevista, cuestionario y análisis documental.

Los resultados de la investigación se obtuvieron de los objetivos específicos como; determinar la capacidad de producción de la empresa de este producto e identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. Se observó que el pimiento piquillo en conserva tiene gran demanda en el mercado español debido a que es un producto que valoran por ser de calidad. Así mismo se realizó esta investigación con la finalidad de conocer la estructura que tiene un plan de negocios para brindarle a la empresa.

Finalmente, se pudo concluir que la empresa Agroindustrias Salas no exporta el pimiento piquillo en conserva porque no cuenta con un estudio de mercado para que pueda exportar el producto. La propuesta de un Plan de Negocios será de gran utilidad para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España, ya que el diseñado y propuesto fue viable.

Palabras Clave: Exportación, Plan de negocios, Viabilidad.

Abstract

The purpose of this study was to propose a business plan that allows the export of piquillo peppers for the Spanish market of the company Agroindustrias Salas, 2020-2023. The research is descriptive-propositional, with a non-experimental design, under a quantitative-qualitative approach. The general manager of the Agroindustrias Salas company was considered as a sample, 96 possible clients in the Spanish market. Likewise, for the study of the Spanish market, three experts in foreign trade were used. For data collection, the following instruments were applied: Interview guide, questionnaire and documentary analysis.

The research results were obtained from specific objectives such as; determine the production capacity of the company for this product and identify the potential market in Europe for the export of piquillo peppers. It was observed that canned piquillo pepper is in great demand in the Spanish market because it is a product that is valued for being of quality. Likewise, this research was carried out in order to know the structure that a business plan has to provide to the company.

Finally, it was concluded that the Agroindustrias Salas company does not export canned piquillo peppers because it does not have a market study so that it can export the product. The proposal of a Business Plan will be very useful for the export of canned piquillo peppers to the Spanish market, since the one designed and proposed was viable.

Keywords: Export, Business Plan, Viability

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Planteamiento del problema	13
1.1.1. A nivel Internacional.....	13
1.1.2. A nivel Nacional.....	14
1.1.3. A nivel Local	15
1.2. Antecedentes de estudio	16
1.2.1. Internacional.....	16
1.2.2. Nacional.....	17
1.2.3. Local	19
1.3. Abordaje teórico	20
1.3.1. Plan de negocios.....	20
1.3.2. Exportación.....	25
1.4. Formulación del Problema	30
1.5. Justificación e importancia del estudio	30
1.6. Objetivos	31
1.6.1. Objetivo General	31
1.6.2. Objetivos Específicos.....	31
1.7. Limitaciones	31
II. MATERIAL Y MÉTODO	33
2.1. Tipo de estudio y diseño de la investigación	33
2.1.1. Tipo de estudio.....	33
2.1.2. Diseño de la investigación	33
2.2. Escenario de estudio	33
2.3. Caracterización de sujetos	34
2.3.1. Población	34
2.3.2. Muestra	35
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
2.5. Procedimientos para la recolección de datos	36
2.6. Procedimientos de análisis de datos	37
2.7. Criterios éticos	37
2.8. Criterios de Rigor Científico	38
III. REPORTE DE RESULTADOS	39
3.1. Análisis y discusión de los resultados	39
3.2. Aporte práctico	70

3.3. Consideraciones finales.....	95
REFERENCIAS	97
ANEXOS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
Tabla 2. Criterios Éticos	37
Tabla 3. Criterios de Rigor Científico	38
Tabla 4. Entrevista al gerente general de la Empresa Agroindustrias Salas.....	39
Tabla 5. Políticas de exportación del pimiento piquillo en conserva	41
Tabla 6. Tipo de incoterm más adecuado	42
Tabla 7. Inconvenientes para exportar al mercado español.....	43
Tabla 8. Consideración del mercado español	43
Tabla 9. Formas de exportación directa.....	44
Tabla 10. Formas de exportación indirecta.....	45
Tabla 11. Herramientas de promoción	45
Tabla 12. Documentos importantes y exigidos.....	46
Tabla 13. Documentos comerciales.....	47
Tabla 14. Documentos de transporte	47
Tabla 15. Unitarización de la carga	48
Tabla 16. Requerimiento de materia prima	49
Tabla 17. Criterios de selección del proveedor	50
Tabla 18. Elección del proveedor del pimiento piquillo.....	51
Tabla 19. Medidas del palet.....	56
Tabla 20. Tipo de corte del pimiento piquillo	58
Tabla 21. Tipo de color del pimiento piquillo	59
Tabla 22. Peso del pimiento piquillo	60
Tabla 23. Envase del producto.....	61
Tabla 24. Legislación del producto	62
Tabla 25. Calidad del pimiento piquillo	63
Tabla 26. Contenido de la conserva.....	64
Tabla 27. Beneficios del pimiento piquillo	65
Tabla 28. Precio del pimiento piquillo	66
Tabla 29. Consumo del pimiento piquillo	67
Tabla 30. Análisis FODA	71
Tabla 31. Empresas competentes.....	73
Tabla 32. Población de España.....	74
Tabla 33. PBI de España.....	74
Tabla 34. Población de España, según rango de edad	75
Tabla 35. Ficha técnica	77
Tabla 36. Ferias internacionales	80
Tabla 37. Personal de preparación de la materia prima.....	80
Tabla 38. Personal de envasado de conservas y empaçado	80
Tabla 39. Total línea de pimiento piquillo	81
Tabla 40. Personal de mantenimiento.....	81
Tabla 41. Gastos indirectos	81
Tabla 42. Gastos indirectos de fabricación.....	81
Tabla 43. Gastos generales administrativos	81

Tabla 44. Personal de mantenimiento.....	82
Tabla 45. Materia prima	82
Tabla 46. Districión de la materia prima	82
Tabla 47. Precio por dos contenedores	83
Tabla 48. Insumos del proceso	84
Tabla 49. Insumos del mantenimiento.....	84
Tabla 50. Mano de obra y producción total 100%	85
Tabla 51. Mano de obra y producción total 5%	85
Tabla 52. Costos de exportación.....	85
Tabla 53. Beneficio del exportador	88
Tabla 54. Precio por unidad.....	89
Tabla 55. Costos totales de exportación	89
Tabla 56. Proyección de ventas-2021	89
Tabla 57. Proyección de ventas-2022	89
Tabla 58. Proyección de ventas-2023	90
Tabla 59. Suma de la tasa del incremento anual en 3 años.....	90
Tabla 60. Tasa del incremento anual	91
Tabla 61. Total de ingresos anuales en 3 años.....	91
Tabla 62. Flujo de caja por contenedor	92
Tabla 63. Flujo de caja anual por contenedor.....	93
Tabla 64. Resumen anual.....	94
Tabla 65. VAN	94
Tabla 66. TIR.....	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso productivo del pimiento piquillo en conserva	52
Figura 2. Recepción, envasado y empaquetado.....	53
Figura 3. Certificado Global Gap	54
Figura 4. Certificado HACCP	54
Figura 5. Certificado BRC.....	55
Figura 6. ISO 14001	55
Figura 7. Certificado KOSHER.....	56
Figura 8. Tipo de presentación del pimiento piquillo	58
Figura 9. Tipo de color del pimiento piquillo	59
Figura 10. Peso del pimiento piquillo.....	60
Figura 11. Envase del producto	61
Figura 12. Legislación del producto	62
Figura 13. Calidad del pimiento piquillo.....	63
Figura 14. Contenido de la conserva	64
Figura 15. Beneficios del pimiento piquillo	65
Figura 16. Precio del pimiento piquillo.....	66
Figura 17. Consumo del pimiento piquillo.....	67
Figura 18. Facilidad para hacer negocios-España	75
Figura 19. Pimiento piquillo en conserva.....	76

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. A nivel Internacional

El diario El País (2016) hizo una investigación y comentó que en el país de España todo lo que es acerca de los capsicum o picantes como ellos les llaman ha comenzado a surgir una nueva tendencia de que los mismos pobladores de campos aledaños han comenzado a tener la idea de sembrar sus propios cultivos, entre ellos están los pimientos piquillos, uno de esos casos son el de dos empresarios de la ciudad de Valencia, Carlos López de 42 años que comenzó en su huerto hace tres años plantando y hoy en día ya tiene una empresa llamada “Jalapeños La Gitana”, pues ya comercializan y producen todo tipo de capsicum. Esto para nosotros es una gran desventaja y problemática, ya que tenemos también aparte de la competencia internacional como Chile, Estados Unidos y entre otros; ante esta problemática nosotros debemos darle un valor agregado del más alto nivel posible para que nuestro producto siga siendo igual de atractivo a comparación de la competencia nacional de dicho país de España.

La Red de Intercambio de Conocimiento Agroalimentario (2019) informó que las exportaciones de pimientos en el mercado de España en el 2018 han incrementado a un valor de 775 millones de kilos, representando un 8% más que el volumen exportado en el 2017, sus principales compradores que mejor han pagado por el pimiento fueron Alemania y Suecia con un precio medio de 1.391 euros por kilo. Pero, otra es la realidad en cuanto al número de las empresas que exportan este producto ya que se han reducido por segundo año consecutivo, para el 2016 fueron 718 empresas, en el 2017 bajó a 701 y para el 2018 hubo un descenso de 655 empresas.

Según la revista Sinembargo de México (2020) comentó que con la clausura de los restaurantes estadounidenses, canadienses y europeos, el flujo de los productos agroindustriales ha perdido entre el quince y veinte por ciento de las exportaciones en lo que va del año, según se le hizo una entrevista a la empresa Huerta Agro Jaguar ellos tenían ya en contenedores toneladas de pimiento, pero debido a la coyuntura del coronavirus tuvieron que estancar con las exportaciones, pues los países ya mencionados como el viejo continente, han puesto algunas ciertas nuevas normas a la hora de la

entrada de los productos a sus países por temor a que vengan infectados; esto causó que se hayan paralizado miles de productos, dentro de ellos los capsicum según reportan, pero que el mercado estadounidense y el continente europeo están próximos de tomar medidas para reactivar la economía, pues no pueden seguir dándose el lujo de que todo siga paralizado, según comentaron lo harán a pequeños pasos pero se esperan buenos resultados a mediano y largo plazo.

1.1.2. A nivel Nacional

De acuerdo a La Asociación de los Gremios Productores Agrarios Peruanos (2018) refirió que en el 2017, en cuanto al envío internacional del pimiento piquillo en conserva representaron favorables con un crecimiento en todo el año, exportándose 26 kg del pimiento y ganancias con precio FOB de US\$ 53.455, estos importes representaron un crecimiento, ya que en el 2016 se exportaron 24 millones de kg con un valor FOB de US\$ 50 millones. Sin embargo, iniciando el 2018 las exportaciones disminuyeron a comparación del 2017 que representaban un promedio mensual de despacho de 2 millones de kg, en el mes de enero se detuvo con valor de 823.186 kg representando un precio de US\$ 1.713.

Por otro lado, León (2019) en la Agencia Agraria de Noticias, comentó que en el primer semestre del 2019 las exportaciones del Perú del producto pimiento piquillo en conserva disminuyeron a US\$ 11.584 representando un preocupante descenso de 18.3% a comparación del 2018 con un valor de US\$ 14.178. Así mismo, en los seis primeros meses del 2019 las gestiones de despacho de este producto fueron de 5.850 kg, lo que significó una reducción de 14.6 % frente a los 6.850 kg que se despacharon en los mismos meses del 2018.

Ramos (2019) en la Agencia Agraria de Noticias, indicó que durante el 2017 nuestro país exportó 26.021 kilos de pimiento piquillo en conserva con una ganancia del valor FOB de US\$ 53.455. Sin embargo, las cifras disminuyeron en el 2018 con despachos de 19.956 kilos por un valor FOB de US\$ 39.776. Además, mencionó que España fue el mercado de destino con más despachos peruanos de este producto con un total de US\$ 34.292, seguido de Estados Unidos con US\$ 3.194, en tercer lugar, lo ocupó Francia con 630.745 dólares, cuarto lugar Alemania con 401.654 dólares y por último Reino Unido con 313.678 dólares.

1.1.3. A nivel Local

ADEX (2019) en el Portal de Noticias El Economista América Perú, refirió que los productos del sector agroindustrial no tradicional en Lambayeque como las paltas, uvas, pimientos y en conserva y café obtuvieron un resultado de US\$ 147 millones, las exportaciones en lo que respecta al 2019 tuvo un incremento de US\$ 168 millones representando un 29% más a comparación del 2018. Sin embargo, la presencia de la mosca amenazaba la producción, por lo que ADEX recomendó que tanto comercializadores y consignadores aseguren la inocuidad de los productos y apliquen medidas fitosanitarias para eliminar la presencia del insecto.

Carrión (2017) La Gerente de la Asociación de Exportadores (ADEX) en la Agencia Peruana de Noticias ANDINA, informó que nuestra Región Lambayeque al finalizar el 2016 exportó 53,861 toneladas de capsicum hacia Estados Unidos, Holanda, Alemania, Italia y Reino Unido; convirtiéndose así como la región líder de la exportación y elaboración de capsicum en el Perú, con una existencia de más de 2,000 hectáreas en siembra de variedades de ajíes. Para el año 2017 comentó que la producción de los capsicum sufrió una decaída por motivo de la presencia del Niño Costero que logró afectar la cosecha considerablemente y generando menos ingresos para los productores.

Agroindustrias Salas SRL, es aquella empresa que se encuentra inmersa en la elaboración y exportación de productos frescos, deshidratados y en conserva, caracterizándose por ofrecer alimentos saludables de buena calidad. Hoy en día, el escenario por la que atraviesa la empresa es que no cuenta con un estudio de mercado para que pueda exportar el producto de esta tesis, es por ello que desconocen a qué mercado comercializarlo, ya que cuenta con 3 clientes y tienen que elegir un solo mercado porque no puede abastecerlos. Sin embargo, tienen muy en claro las herramientas y/o requisitos que necesitan para poder elaborarlo; es por eso que se plantea poder realizar el estudio a nivel estadístico, marketing, comercial y económico, donde se logró encontrar el mercado objetivo y ahora se plantea presentar este plan de negocios para impulsarlo a hacerlo realidad y salga beneficiada tanto la empresa al momento de exportar y nosotros al adquirir mayores conocimientos.

Se consideró que las causas de este problema es que la empresa no tiene mucha información sobre a qué mercado poder exportar el producto, pues cuenta con la tecnología y el pimiento, pero al nivel de estudio no tiene muy en claro a qué mercado comercializarlo. De esta manera, las consecuencias serían que la empresa va a tener que estar a la altura del mercado de España, país que tuvo como resultado como el mejor destino para este producto, pues es un nicho muy especial ya que tiene muy altas expectativas del pimiento piquillo peruano; además existen empresas aledañas a la región Lambayeque que exportan a ese mercado, siendo el Perú un competidor más y debemos estar a la altura en cuanto a los grandes estándares de calidad para poder saber diferenciarnos del resto y aportar un gran valor agregado a nuestro producto.

De esta manera, se propone elaborar un plan negocios que logre vender al extranjero el pimiento piquillo en conserva con destino a España, lo cual permitirá que la Empresa Agroindustrias Salas SRL pueda producir el producto con la mejor calidad para sus consumidores, el cual también aportará un ingreso importante que será reinvertido en la misma empresa para que siga mejorando y elevando más su calidad en los productos, mano de obra e investigación hacia nuevos mercados.

1.2. Antecedentes de estudio

1.2.1. Internacional

Henaó (2018) en su estudio *“Plan de negocio de una empresa dedicada a la venta y entrega a domicilio de productos de exportación: MIPAIS BOX”* presentada en la Universidad Politécnica de Valencia. El autor plasmó como finalidad la realización de una empresa que se dedique únicamente a realizar servicio de venta a cada domicilio de manera habitual de las mercancías de exportación. Por ello, como primer paso fue investigar y analizar el mercado al que se deseó llegar, el siguiente fue la realización de un planeamiento de servicios ya seleccionando el producto de la compañía, afinando así los puntos clave como la calidad, métodos de distribución, aprovisionamiento, entre otros más. También se planeó construir o elaborar un plan de financiación a 3 años, realizando un análisis de todas las deducciones empresariales sobre la alteración de la demanda, tal como; optimista, pesimista y realista. Para terminar también hubo una consideración acerca de las terminaciones finales sobre la tesis, así mismo se detalló las trabas que se han encontrado en el mismo.

Azorín (2018) en su tesis *“Plan de negocio para la creación de una empresa de exportación de alimentos y comidas preparadas españolas”*. El estudio pertenece a la Universidad Politécnica de Valencia, su finalidad es crear una empresa que exporte platos típicos del país de España mediante su página web dirigido también principalmente a los españoles que residen en diferentes partes del mundo pero más en el mismo Europa, ya que por motivos de trabajo, estudios o familiares deciden ir al extranjero por mucho tiempo, haciendo así que extrañen sus platos de comida nativas. Los resultados del estudio indicaron que se tomó en consideración que para la incursión en los segmentos del mercado de la Unión Europea, es indispensable que haya una buena circulación de las cadenas de valor, para lo cual se plasmó una guía de propuesta para que se logre la exportación de los productos. Así mismo, se analizó los factores micro y macro económicos de los rivales que existen actualmente en el sector competitivo de este rubro, así también haciéndose un análisis DAFO de esta empresa.

Díaz (2018) en su tesis *“Plan de negocio para la creación de una empresa de exportación de cítricos a particulares mediante una página web”* presentada en la Universidad Politécnica de Valencia. Este estudio tiene como consistencia la realización de una compañía que permita que sus productos sean exportados a través de una página web, comenzando con Suiza, existe una gran demanda y consumo de cítricos en dicha región europea como también se sabe que no hay muchas páginas web de calidad en este país, indicando que es un mercado interesante para dicho plan de negocio. También se analizó los cultivos cítricos en Suiza y sus elementos dificultosos, en el aspecto del análisis económico-financiero de la compañía con el que se trabajó será de una inversión necesaria para el planeamiento de ventas con posibles indicadores, tales como caja y la evaluación sobre las cuentas, esta tesis contó con un cash flow para el valor actual neto y tasa interna de retorno con 23.576, seguido del 24% esto quiere decir que es aconsejable realizar la inversión.

1.2.2. Nacional

Riquelme (2020) en su tesis *“Potencial comercial del mercado de Estados Unidos para la exportación de binzas de pimienta piquillo de “El Vichayo”, Mallaritos, Sullana, 2020”* presentada en la Universidad César Vallejo, Piura – Perú, tuvo como finalidad establecer si el mercado estadounidense, es un país que tiene potencia para que el producto sea exportado. La metodología utilizada en este estudio

fue bajo una tipología cuantitativa, aplicando un diseño no experimental transversal y de tipo descriptivo. Para recolectar los datos se consideró como técnica a la entrevista y el análisis documental. Según el autor indicó que los resultados finales de este estudio fueron que, la empresa “El Vichayo” cuenta con capacidad productiva de binzas de pimienta piquillo para dar inicio a la actividad exportadora, ya que produce 96 toneladas mensualmente. Así mismo, identificó cuales son los requisitos sanitarios del producto a exportar para ingresar al mercado objetivo. Tuvo como conclusión final que el mercado Estadounidense es un país que tiene potencia para que el producto sea importado desde nuestro país peruano y que cuenta con una economía estable. Se utilizó como medio de transporte el marítimo y el incoterm a negociar fue FOB.

Torres (2021) en su tesis *“Exportación de ají paprika de una empresa productora peruana de la provincia de Barranca y el TLC con México, Lima, 2021”* presentada en la Universidad César Vallejo, Lima-Perú. El estudio tiene como tipología básica y de grado correlacional, sobre un enfoque cuantitativo aplicando un diseño no empírico de corte transversal. Se aplicó como técnica para el recojo de información la encuesta y como instrumento un cuestionario. Torres, indicó que los resultados del estudio fueron favorables y que sí existe un gran porcentaje sobre las exportaciones de paprika de nuestro país con el tratado de libre comercio con el mercado mexicano. Además se concluyó que la exportación de dicho producto de la compañía productora barranquina, logra un aumento, esto debido a los beneficios que establece el TLC con el mercado mexicano. Así mismo, el medio transporte utilizado para la exportación del producto fue el marítimo y el incoterm a negociar fue FOB, teniendo una investigación viable y rentable.

Mamami (2019) en su tesis *“Producción y exportación de ají paprika de las empresas productoras de Lima Metropolitana al mercado estadounidense en el año 2017”* presentada en la Universidad César Vallejo, Lima-Perú. Esta investigación tuvo por finalidad establecer el vínculo existente acerca de la producción con la exportación de ají paprika de las compañías dedicadas a la producción ubicadas en Lima Metropolitana al país de EE.UU. Este estudio fue aplicado bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de corte transversal. Es de tipo aplicada y con nivel correlacional. Se aplicó la encuesta como técnica de recopilación informativa y como instrumento un cuestionario. La autora, manifestó que los

resultados dados indican que gran parte de las encuestas a gerentes de compañías precisan que el 75% tienen una impresión de nivel medio sobre la producción y un 55% tienen una impresión de nivel medio acerca de exportación. Finalmente se concluye que si se presentó el vínculo entre producción y exportación, resulta siendo positiva.

1.2.3. Local

Carballo y Soriano (2021) en su tesis “Plan de exportación para pasta de ají rocoto de la empresa Kuri Nectar S.A.C mercado de California – Estados Unidos 2016-2018” presentada en la Universidad Señor de Sipán, se trabajó bajo una metodología de tipo exploratorio descriptivo y el diseño no experimental. El propósito del estudio fue elaborar un plan para lograr que se exporte el producto de dicha compañía, con el fin de aprovechar correctamente los beneficios que ofrece el país norteamericano. Los autores mostraron como resultados que el diseño del plan de negocios beneficiará a la empresa y le posibilitará aprovechar correctamente los beneficios del país de EE.UU para la exportación de sus mercancías. En cuanto a la presentación del producto a exportar debe cumplir con los requerimientos del cliente para así poder brindarles un producto sofisticado. Para el envase tuvo una presentación de 350 gramos y la etiqueta iba a estar diseñada según los reglamentos técnicos que permita su comercialización. Así mismo, que si es potencial el país de destino por los inmigrantes latinos que consumen estos productos.

Palacios (2018) en su tesis “*Impacto económico del Registro Food and Drug Administration (FDA) en la Comercialización Internacional a Estados Unidos de pimienta morrón de las empresas exportadoras de Lambayeque, 2015-2017*” presentada en la Universidad Señor de Sipán. La investigación tiene como finalidad establecer el Impacto económico de la FDA en la comercialización internacional a EE.UU de pimienta morrón de las empresas exportadoras de Lambayeque en los periodos 2015-2017, este estudio fue de tipo descriptivo con un diseño No Experimental, como muestra estuvo integrada por 29 trabajadores del área de producción y exportación de las empresa exportadoras Lambayecanas a quienes se les aplicó el cuestionario para el recojo de información. Los resultados de esta tesis fueron que para el 69% de los trabajadores de las empresas exportadoras están de acuerdo con la importancia de los avances tecnológicos; el 86% mencionaron que las exportaciones

del pimiento morrón en Lambayeque tuvieron un aumento; el 76% determinaron que conocen sobre el FDA; y el 83% indicaron que gran parte de la economía de la región, tienen beneficios con la exportación del producto hacia EE.UU. Según el autor, concluyó que existe un crecimiento de exportaciones de pimiento marrón al mercado de destino y que se presenta un adecuado uso de las normas FDA.

Lorren (2019) en su tesis “Gestión de proveedores para la reducción de costos de exportación de ají pprika molido hacia el mercado de Estados Unidos de la empresa Mecainnova SAC en los años 2016-2017”, presentada en la Universidad San Martín de Porres. Tiene como fin analizar la máxima gestión de proveedores para que se reduzca los costes que se emplearon en la exportación de aj pprika molido hacia el mercado de Estados Unidos de la empresa Mecainnova SAC en los años 2016-2017. Se aplicó un diseño exploratorio cualitativo, utilizando como instrumento: Guías documentarias y de entrevistas. Los resultados obtenidos arrojaron que los costos considerados de exportación de mencionado producto para el análisis correspondiente, son los siguientes: Costos de la materia prima, costos de transporte marítimo y transporte interno. La compaa no quiere exportar desde Paita.

1.3.Abordaje teórico

1.3.1. Plan de negocios

Weinberger (2009) en su libro *Plan de negocios*, menciona sobre los diferentes aspectos para la evaluación de la viabilidad de una empresa en marcha y cual es el esquema que contiene un plan de negocios, también que tan importante es desarrollarlo mediante el proceso de planeación porque permite analizar el entorno de la empresa, desarrollar los objetivos propuestos y las diferentes actividades a realizar para poder cumplirlo. Mediante todo este análisis al empresario le permite conocer la financiación de todo el negocio.

Centenera (2010) en su libro *Plan de Negocio Internacional*, habla acerca de las diferentes fases con su respectivo desarrollo que contiene un plan de negocio internacional la cual sirven para proyectos de plan de exportación, plan de importación o de inversión exterior; y también para distintos sectores.

Vargas (2013) en su libro *Marketing y plan de negocio de la microempresa*, lo define como un documento formal que sirve de meta para el emprendedor, se basa en

describir la idea de negocio, también estudiar el estado actual del país objetivo y así mismo plasmar las labores futuras a ejecutar utilizando los recursos para el cumplimiento de los determinados fines. Además, permite informar una idea de negocio y ayuda al emprendedor a evaluar su viabilidad de sus ideas y obtener respuestas favorables.

Según Centenera (2010) en su libro *Plan de negocio Internacional*, contiene las siguientes fases:

Fase 1. Diagnóstico de la empresa en el entorno de su sector y competencia

Entorno político: A nivel mundial, todos los países cuentan con un gobierno central quien es aquel que presenta regulaciones legislativas a través de leyes que regularizan las operaciones de comercio exterior, ya sea de un bien o un servicio, de esta manera se protege la industria local logrando exigir medidas para la entrada de productos provenientes del exterior que no afecten a la comercialización nacional.

Entorno económico: Se basa en evaluar los cambios en el mercado, permitiendo saber si es que ayudan u obstaculizan el comercio los productos. Es decir, se debe hacer una comparación entre los costes utilizados en la producción y los costes finales de la competencia.

Entorno social: Para este aspecto, se propone buscar el mercado objetivo, es decir enfocar un segmento de mercado en el cual va a ir direccionado el bien o servicio, analizando los comportamientos de consumo.

Entorno tecnológico: Se evalúa los diferentes cambios tecnológicos que van surgiendo y que contribuyan tanto a la producción así como en la comercialización. Mediante estos avances tecnológicos, se puede poner a disposición los productos y servicios mediante páginas online, las cuales favorecen tener un mejor acercamiento con el cliente.

Centena (2010) Para que una organización pueda conocer su nivel de competencia en relación con su entorno y le permita desarrollar estrategias de negocios, es fundamental conocer las cinco fuerzas de Michael Porter.

Poder de negociación de los compradores o clientes: Es aquel donde se debe analizar a los clientes, si es que son pocos se pueden organizar para establecer un

determinado precio y esto se convierte en amenaza para la empresa; por otro lado, si la cantidad de proveedores es mayor, entonces los clientes podrán tener un alto nivel de negociación, esto se genera debido a que encuentran más opciones de seleccionar la diversidad de bienes demandados.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores: Esta fuerza genera dificultades para todas las industrias debido al grado que los proveedores generan, ya sea por el nivel de su concentración, así como también por los diferentes aspectos que tienen los insumos utilizados en la producción. Este poder de negociación tiene un nivel relativamente menor.

Amenaza de nuevos competidores entrantes: Se hace un análisis de las barreras existentes cuando un nuevo producto ingresa al mercado. Cuánto más fácil sea el ingreso para los nuevos competidores, será mayor la amenaza en el mercado.

Amenaza de productos sustitutos: Dentro del mundo comercial se presentan diferentes productos o marcas que no pueden ser copiados por lo que estos son patentados; sin embargo, ingresan productos similares que en su mayoría no generan ganancias.

Rivalidad entre los competidores: En este aspecto, si existen pocos competidores, mayor será la rentabilidad económica de los productos.

Para completar el diagnóstico situacional de una compañía, se tiene que realizar también un análisis del entorno interno y externo:

Fortalezas: Son aquellas que se analizan internamente en una empresa: Las habilidades o capacidades que logran destacar una mayor ventaja comparativa frente a la competencia.

Oportunidades: Se identifican los elementos externos que contribuyen positivamente al desarrollo de las actividades de una organización.

Debilidades: Son aquellas que no aportan positivamente a una empresa y que por ende le impide cumplir con los objetivos planteados.

Amenazas: Son los escenarios negativos que provienen del entorno atentando el crecimiento de aquella empresa.

Fase 2. Selección del mercado objetivo

Es fundamental analizar el país de destino, para ello intervienen los siguientes aspectos

Macroeconómico: Es fundamental hacer un análisis macroeconómico para la empresa, ya que se toma en cuenta los aspectos de la competencia nacional e internacional. Se debe tener en cuenta la capacidad de competencia que tiene la empresa, para poder proyectarse un desarrollo sostenible y que contribuya al crecimiento económico nacional.

Sociodemográfico: Es un análisis de la población, la cantidad de los componentes familiares; así como también definir la distribución por edades, que permite conocer las características del mercado objetivo.

Culturales: Cada mercado se distingue por las tendencias en cuanto a los productos, diseños, envases y en la marca. Por ello, se debe analizar e identificar si el mercado de destino es el adecuado para la internacionalización del producto.

Fase 3. Selección de la forma de entrada al mercado

En esta fase se debe tener conocimiento el método de ingreso del producto al mercado exterior, existen dos tipos de exportación:

Exportación directa: Aquella exportación más empleada para operar internacionalmente. Consiste en la venta directa al cliente extranjero de un bien para su uso o consumo definitivo, por lo cual los costos para esta exportación son bajos. Es importante realizar un adecuado estudio de mercado. También, conocer cómo será distribuido el producto hasta el consumidor final, el precio y la comunicación.

Exportación indirecta: En esta exportación, existen intermediarios para el transcurso de la exportación, quienes se encargan de las diferentes transacciones de manera directa con el importador. Siendo estos: Brokers, agentes, comerciante, trading company.

Fase 4. Política de marketing mix

Producto: Es aquel primer elemento de las 4Ps y hace referencia a los siguientes elementos como: Diseño, características, el envase y embalaje, la cantidad, atención al cliente, etc.

Monferrer (2013) Un producto es aquel bien físico acompañado de un valor agregado, a través de diversas ventajas que contribuyen a la satisfacción plena del cliente. (p.98)

Precio: Es importante la fijación del precio del producto, este indicador presenta un impacto en el consumidor.

Monferrer (2013) El precio de un producto genera un valor, las compañías comercializadoras de los productos fijan un precio que es como un símbolo usado para que se dé la transacción y así ofrecerlos dentro del mercado. (p.118)

Plaza: Es conocida como la estrategia de lugar, se establecen los diferentes canales que se usarán para poder llegar al cliente o consumidor final.

Monferrer (2013) La plaza representa el tercer indicador del marketing mix y es aquella relación de la producción con el consumo; es decir brindar los productos que estén dispuestos al cliente final, en cantidad demandada en el lugar donde desea adquirirlo. (p.132)

Promoción: El objetivo de este indicador es informar al mercado meta acerca de los atributos que contiene el bien o servicio ofrecidos por las empresas.

Monferrer (2013) Es aquel cuyo fin es dar a conocer sobre el bien o servicio, informando acerca de las características que posee, sus ventajas y necesidades que satisface. La promoción se ejecuta a través de diferentes medios, cuya finalidad es incrementar la demanda. (p.152)

Fase 5: Plan económico y viabilidad del proyecto

VAN: Es el índice que ayuda a calcular la viabilidad del plan de negocios y que debe ser positivo. La fórmula establecida para determinarlo es: $VAN = \text{Beneficio Neto Actualizado} - \text{Inversión}$. Si el $VAN < 0$, quiere decir que ha resultado negativo y no

satisface a la Tasa de descuento y si es que el $VAN > 0$, representa que se ha cumplido con dicha tasa y por lo tanto se genera ganancias.

TIR: Se refiere a un porcentaje de rentabilidad, lo cual debe ser mayor a la tasa de interés a largo plazo del mercado; se expresa en porcentaje y tiene que indicar una medición relativa de la rentabilidad. Para determinarla es según a la cantidad de años establecidos.

Fase 6. Revisión del proyecto y presentación

En esta última fase se revisa el plan en base a la rentabilidad y el contenido. Además, se debe fundamentar aquel plan de contingencia, que permita analizar aquellas amenazas que se presentan durante el transcurso de la ejecución de un proyecto, con el fin de satisfacer al cliente dándoles seguridad y garantía en los productos. Lo más importante en esta fase final es que exista una buena relación entre empresa-consumidor.

1.3.2. Exportación

Ferraro (2002) en su libro *“Impulso de las exportaciones y sistemas de apoyo al comercio”*, escribe sobre los principales roles y funciones que debe tener la empresa que desea comenzar en el rubro de las exportaciones pues está inmerso en un mundo nuevo y de legislaciones internacionales que debe acatar a la hora de hacer sus productos, también habla sobre las políticas y estrategias internacionales que debemos tener en cuenta para tener una negociación exitosa siempre y que la experiencia internacional siempre será muy importante en la empresa y que debemos aprender de ello y generar el más mínimo margen de error siempre.

Martínez (2013) en su manual *Rutas para la Exportación*, escribe sobre la globalización económica de cómo el mundo se ha venido transformando y que las exportaciones son pilares de los países globalizados, también dice y hace la pregunta de *¿Por qué globalizarse y exportar? ¿Cómo hacerlo, cuando y en dónde?*, sobre los grandes desafíos que hay a la hora de exportar y las consecuencias que siempre debemos tener en cuenta, que no es para todos dar este paso, pero si tenemos perseverancia lograremos grandes cosas.

Minervini (2015) en su libro *Ingeniería de la Exportación*, habla sobre los primeros pasos para poder exportar, de *¿Cómo llevar a cabo este gran proyecto?*, un

plan de internacionalización para no descuidarnos y siempre mantenernos en línea de cómo realizar la internacionalización en la empresa, también de la gran importancia de la información que debemos recopilar para poder realizar nuestros estudios de mercados, diferencias culturales y principales instrumentos de exportación, principalmente este libro abarca todo sobre las exportación y como realizar un plan detalladamente para ello, es uno de los más completos y actualizados, que se puede hallar en los libros de mi universidad.

Minervini Nicola en su libro Ingeniería de la Exportación (2015), en su edición “La ruta para internacionalizar su empresa” dice que:

a) Exportación

Exportar es enviar legalmente una mercancía de un país al otro, la exportación tiene que ver con varios parámetros, entre ellos está la exportación temporal o permanente la cual es que aquella mercancía temporal se devolverá al lugar de donde provino y la definitiva es aquella que no tiene retorno y se queda en su destino final.

Para poder exportar se necesitan cumplir todos los requisitos que mande la ley del país de donde proviene así también como el país a donde tiene como destino, también tenemos dos clases de bienes para poder exportar de nuestro país tales son las tradicionales y/o no tradicionales.

En cuanto a exportación no tradicional son particularmente aquellas que son nuevas en el mercado exportador o son productos emergentes, suelen tener un comportamiento muy dinámico ya que no tiene al comienzo un consumidor final predeterminado, este producto llega a demorar un cierto tiempo para que sea tendencia y tenga un gran valor en el mercado internacional. Por otro lado, la exportación tradicional es aquella que un país ya viene exportándola por mucho tiempo y que no sufren grandes cambios de innovación notables hacia su proceso productivo final.

b) Ventajas y desventajas

Lograr una exportación trae por consecuente las siguientes ventajas:

- Diversificar el riesgo: no estar en manos de solo del mercado nacional.
- Tener nuevos clientes al comienzo de la exportación tales como nuevos mercados, desafíos, consumidores e inversionistas que les atraiga tu empresa.

- Expandir y dar a conocer la marca.
- Aumentar el ingreso de divisas y/o dinero a la empresa.

No obstante, también conlleva a ciertas desventajas:

- Tener que cambiar o modificar el producto y/o envase para su producción.
- Conseguir ciertas certificaciones específicas para entrar a nuevos mercados.
- Conseguir o crear productos nuevos para un mercado más exigente que el local.
- Tener tiempo para la dedicación de hacer inteligencia comercial internacional para poder conocer nuevos mercados.

c) Mercado exportable

Es asegurar los volúmenes de productos que han sido solicitados por alguna empresa del extranjero lleguen en condiciones aptas y tales como han sido pactadas previamente por el incoterm, certificaciones y todos los requisitos del mercado al que va de destino final. También es que la empresa tenga suficiente capacidad de gestión, financiera y económica.

d) INCOTERMS

En el contexto del comercio internacional deben quedar comprendidas las responsabilidades, quien asumirá el riesgo, los gastos y hasta qué punto, es por ello que existen los incoterms, ya que son normas que vienen a delimitar las obligaciones y compromisos entre compradores y proveedores. Estas reglas fueron pronunciadas por la CCI en 1936.

e) Distribución Física Internacional (DFI)

Son todas las operatividades que se necesitan para poder trasladar y/o movilizar la mercancía desde su punto de origen hasta otro punto de llegada.

Entre todo este proceso existen variables que interceden en todas las operatividades de la DFI y aduaneras tales como según para la mercancía de su propiedad el exportador, importador, destinatario y consignatario. Según también para el transporte se necesitan el agente naviero, el agente de aduana, compañía naviera, compañía de seguro, empresas de transporte fluvial, terrestre y entre otros más.

e.1) Aspectos de la Distribución Física Internacional (DFI)

- **Elaboración**
 - Es preparar, embalar y empaquetar la mercancía para la protección de ella misma.
- **Unitarización**
 - Es la agrupación de unidades de mercancía, que básicamente contenidas en cajas, paquetes u otros elementos, esta agrupación facilitan el traslado y/o manipuleo de los productos.
- **Paletización**
 - Requiere en poner o ubicar sobre los pallets o parihuelas a las mercancías que están en cajas para facilitar su manipuleo y transporte.
- **Contenedorización**
 - En este tipo de método se usa una unidad de envío muy específica que es el contenedor, entre ellas tenemos dos tipos de las más usadas que son el contenedor de 10 pies y de 20 pies, son relativamente iguales, solamente con la diferencia que en el de 20 pies se puede llevar más cantidad de carga. Permite el manejo de la carga de una manera más segura y protege la mercancía contra el tiempo y clima en el transporte hacia su destino final.
- **Manipuleo**
 - Es el manejo de la carga para poder moverla en varios sitios por donde está destinada a pasar, ya sea en fábricas, puertos y/o depósitos entre otros lugares más.
- **Almacenamiento**
 - El almacenamiento es el lugar donde estará la carga por un tiempo determinado, teniendo por ello un cierto tipo de costo.
- **Transporte**
 - Es el medio de transporte que se elige para el envío de la mercancía, esto puede variar ya sea de la distancia o tipo de mercancía, entre ellas tenemos, aérea o terrestre.
- **Seguro de la carga**
 - Este aspecto también tiene mucho que ver de acuerdo al tipo de producto y medio de transporte, de por si todas las mercancías llevan

un seguro, pero siempre hay unas con más valor y de acuerdo a eso se le elige un tipo de seguro.

➤ Documentación

- Es toda aquella documentación internacional tales como la factura comercial, certificado de origen, certificado sanitario, fitosanitario, zoosanitario, certificados que diga que el producto es orgánico, entre otros de ese aspecto o similares, documentación de pago, etc.

➤ Gestión Aduanera

- Es todo aquel control de las operaciones aduaneras ya sean de exportación o importación.

➤ Gestión Bancaria

- Son las operaciones que se hacen con los bancos y agentes corresponsables para todos los pagos que se deban hacer ya sea de forma local e internacional.

f) Documentación y Tramites para Exportar

Los instrumentos más significativos y exigidos a la hora de realizar una exportación son los siguientes:

Certificado de origen: Es aquel instrumento que es formulado por sujetos públicos o privados, entre ellos tenemos: Adex, Cámara de Comercio, Comex y entre otros. Su uso es para determinar y/o detallar el país de elaboración de los productos.

Ficha Técnica: Es un documento que resalta y detalla todas las características y/o especificaciones de la mercancía a exportar.

Certificado Zoo o Fitosanitario: Esta hoja es elaborada por la entidad de SENASA.

Declaración Única de ADUANA (DUA): Aquel manuscrito de la aduana donde se recita los datos que se requiere para que el producto ingrese o salga del territorio aduanero.

f.1) Documentos Comerciales

Factura Comercial: Instrumento que certifica que se ha concretado la comercialización del producto por el exportador.

La lista de Embarque: Documento donde dice todo el conjunto de la mercancía que se va a salir del país.

f.2) Documentos de Transporte:

Apartado de Embarque: Ficha que facilita reservar y apartar el despacho de la mercancía.

Reserva de Espacio (Booking): Documento que permite poder realizar una reserva dentro de la nave y/o buque mercantil para la mercancía a exportar.

Conocimiento del Embarque (B/L): Es el documento para el transporte de la mercancía que solamente puede emitirlo la línea naviera.

Guía Aérea (AWB): Aquel guía para el transporte de la mercancía que solamente puede emitirlo la línea aérea.

Carta Porte: Documento donde especifica que la mercancía es trasladada por vía terrestre.

1.4. Formulación del Problema

¿De qué manera el plan de negocios contribuirá en la exportación de pimienta piquillo en conserva al mercado de España de la Empresa Agroindustrias Salas S.R.L, 2020-2023?

1.5. Justificación e importancia del estudio

El estudio tiene **justificación teórica** porque se sustenta a través de diversas teorías en base a los autores Centenera (2010) y Minervini (2015) los cuales respaldan la investigación relacionados con las variables a investigar. El autor Centenera, es quien conceptualiza el Plan de negocios y Minervini permitió conceptualizar la exportación, aquellos que permitieron concretar las dimensiones y los indicadores.

También tiene **justificación metodológica**, porque se fundamenta en un estudio de enfoque cuantitativo de tipo descriptiva-propositiva. La orientación es transversal y se aplicó un diseño no experimental. Así mismo, para el recojo de información se empleó como instrumento la guía de entrevista y un cuestionario; aquellos que sujetan las variables de estudio. También, los resultados que se obtuvieron son veraz y tienen los lineamientos

de una metodología de investigación científica, sirviendo como guía para futuras investigaciones.

Por otro lado, presenta una **justificación práctica** ya que se pretende el estudio elaborar un plan de negocios para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas, que permita dar solución al problema planteado; es decir que obtenga un crecimiento en su manufactura y tenga como consecuencia un aumento en sus ventas. De esta manera, se permitirá posicionar el pimiento piquillo en conserva a un producto exportable al mercado de destino y estar en presente en ferias internacionales. También, beneficiará a los autores obtener el grado académico de licenciado en Negocios Internaciones, empleando todos los conocimientos que se adquirieron en el trayecto del desarrollo de la carrera profesional y ganando la experiencia en los aspectos de planificación, desarrollo y control de planes de negocio.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Proponer un plan de negocios que permita la exportación de pimiento piquillo en conserva para el mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas, 2020-2023.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Determinar la capacidad de producción de la empresa de este producto.
- Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo.
- Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

1.7. Limitaciones

- La empresa Agroindustrias Salas es una exportadora de enlatados.
- Acceso a fuente primaria: Por el tema que hubo en pandemia se vieron limitados a sus exportaciones, reduciendo considerablemente sus operaciones, pero aun así funcionando, actualmente se encuentra en ampliación, renovación y actualización de máquinas para poder así tener una mejor producción y calidad en sus productos.
- Limitaciones teóricas: Por la poca información que podemos encontrar en relación a los estudios internacionales del plan de negocios para la exportación del pimiento piquillo a España, se acontece como una limitación significativa para algunos

antecedentes del estudio o discusión de resultados. Tal así que se obtendrá información de varias fuentes honestas que tengan similitud con nuestras variables de estudio.

- Agroindustrias Salas no tiene influencia y/o conoce al mercado de España, pues no tiene contactos y es necesario este trabajo de investigación para apoyarlos en una nueva comercialización.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo de estudio y diseño de la investigación

2.1.1. Tipo de estudio

Este estudio es de tipo descriptiva propositiva, que tiene como finalidad, describir los sucesos más significativos del proceso investigativo; así como detallar y plantear un plan de negocios para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España de la compañía Agroindustrias Salas, 2020-2023.

Baptista, Fernández y Hernández (2006) Una investigación descriptiva es aquella donde se presentan diferentes aspectos que son sometidos a un análisis; el investigador debe describir y analizar como son y de qué manera se manifiestan; así mismo, se mide y se recolecta los datos según las variables a estudiar. (p.102)

2.1.2. Diseño de la investigación

Este diseño es No Experimental, pues las variables de este estudio no son susceptibles de manipulación. El enfoque es transversal, puesto que el estudio tuvo lugar en un solo periodo de tiempo; y con una tipología cuantitativa.

Toro y Parra (2006) El diseño No Experimental es aquel en el cual no se manipula ninguna de las variables a investigar. La variable independiente no se varía adrede; y con este tipo de diseño se observan los fenómenos tal cual fueron investigados para llevarlos a un análisis. (p.158)

2.2. Escenario de estudio

El escenario de estudio para esta investigación, fue la empresa Agroindustrias Salas SRL, en la ciudad de Chiclayo; por el motivo de que es una organización óptima para la recaudación de información que se usó para el presente estudio, con el fin de hacer el cumplimiento de los objetivos propuestos. Agroindustrias Salas SRL, se encuentra inmersa en la elaboración y exportación de productos frescos, deshidratados y en conserva, caracterizándose por ofrecer alimentos saludables de buena calidad y por abrir oportunidades a estudiantes de Negocios Internacionales que deseen realizar sus prácticas profesionales en dicha empresa.

2.3. Caracterización de sujetos

El siguiente estudio, para la información obtenida se desarrolló a través de los siguientes sujetos de investigación:

2.3.1. Población

Estuvo orientada en la ciudad de Murcia en España, se determinó dicha ubicación por lo que esta localidad tiene un alto consumo de lo que es el pimiento piquillo y entre otras más variedades cuya información se obtuvo a través de la página del Ministerio de Agricultura del gobierno de España. Este país tiene una población de 47,8 millones. Nuestra población de estudio es la ya anteriormente nombrada ciudad de Murcia que cuenta con una urbe de 1,4 millones de personas, siendo el 3,12% de la población de España, según la página de investigación y estadística Datosmacro.

Mercasa (2019) en su revista “*Alimentación en España 2019*”, habló sobre todos los diferentes productos que consume el mercado de España, lo escribió también a través de nivel de diferentes ciudades del país, pudiendo encontrar entre una de ellas a la región de Murcia, destacando en su investigación para el propósito de nuestra tesis las hortalizas con un gasto per cápita de 27,4 euros mensual.

Mercasa (2018) en su publicación “Los hogares españoles gastan 4,483 millones de euros al año en hortalizas fresca. Lo que más comemos son tomates, cebollas y pimientos”, informan de que los pimientos tienen un consumo muy notable en su mercado con un 4.7 kilos per cápita y 8,5% de consumo.

Instituto Nacional de Estadísticas (2020) concluyó que en España hay una población de 47, 329,981 personas.

$$47, 329, 981 \times 8,5\% = 4, 023, 048$$

Siendo este el resultado de la población per cápita del consumo del pimiento piquillo.

$$4,023,048 \times 3,12\% = 125,519$$

Dada la multiplicación entre la población per cápita anual total de España por el 3,12%, siendo la totalidad de la región de Murcia en población, se obtuvo un resultado de 125,519 personas que consumen al año el pimiento piquillo en Murcia.

2.3.2. Muestra

En este estudio se usó un método para tener de conocimiento cuántas encuestas se realizaron para saber el nivel de aceptación que tuvo el producto con relación a la población de Murcia en España.

Fórmula empleada

$$n^0 = \frac{(N \times Z\alpha^2 \times p \times q)}{((N - 1) \times d^2 + Z\alpha^2 \times p \times q)}$$

Criterios de la muestra

- Tamaño de personas: N
- Porcentaje de éxito: p
- Porcentaje sin éxito: q
- Valor calculado: $Z\alpha$
- Tamaño de significancia: α
- Falta de precisión: d
- Dimensión de muestra: n^0

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos para la recolección de datos se detallaron en la siguiente tabla adjunta:

Tabla 1.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica/Instrumento	Aplicada a	Objetivo
Entrevista/Guía de entrevista	Grupo de 4 expertos en Comercio Internacional y al gerente de la Empresa Agroindustrias Salas S.R.L.	Recopilar información respecto a las características de las variables de estudio.
Encuesta/Cuestionario	Grupo de 96 posibles compradores de España.	Recopilar información acerca del consumo del producto.
Análisis Documental		Recopila información para el análisis del mercado de destino para la exportación del producto.

Fuente: Elaboración propia

2.5. Procedimientos para la recolección de datos

El primer instrumento que se empleó es la guía de entrevista, que contiene preguntas abiertas y específicas para recoger la información necesaria acerca de la investigación, la cual fue aplicada a los expertos en comercio internacional y al gerente de la empresa de estudio.

También se empleó un cuestionario que contiene preguntas cerradas para aquellos consumidores del mercado de destino.

Para la validación de las guías de entrevistas y el cuestionario se realizaron por un profesional en Metodología de investigación científica y dos especialistas en Comercio Internacional.

2.6. Procedimientos de análisis de datos

Los programas utilizados para el procedimiento de datos de este estudio son los paquetes de Office (Excel 2013 e IBM SPSS versión 25.0)

2.7. Criterios éticos

Por consideración se tuvo en cuenta los siguientes criterios éticos para la aplicación del estudio:

Tabla 2.

Criterios Éticos

CRITERIOS ÉTICOS	
RESPECTO	Se trabajó con la empresa Agroindustrias Salas, para ello se tomó en consideración los datos obtenidos y se respetó los parámetros de sus aportes en el estudio.
RESPONSABILIDAD	Se trabajó de forma responsable, por lo que se aceptó los aportes de los miembros de la empresa.
ÉTICA	Se trabajó siendo transparente con los miembros de la empresa por los beneficios que se requirieron lograr.
CONFIANZA	Los datos que se recopilaron de la empresa Agroindustrias Salas, se usó únicamente como motivo de investigación del presente proyecto, sin divulgar los datos obtenidos.

Fuente: Elaboración propia

2.8. Criterios de Rigor Científico

Los criterios de rigor científico para la aplicación de la investigación son los siguientes:

Tabla 3.

Criterios de Rigor Científico

CRITERIOS DE RIGOR CIENTÍFICO	
CRITERIO	CARACTERÍSTICAS
CREDIBILIDAD	La investigación se desarrolló a través de la aplicación de los instrumentos o técnicas de estudio, la cual se determinó que los datos son verdaderos a través de los gráficos.
VALIDEZ	En la investigación, para el recojo de información a través de los instrumentos se validaron por los especialistas del tema y un profesional de metodología en investigación científica para la recopilación de datos.
CONFIABILIDAD	Se describirán con la mayor confiabilidad, los resultados que se obtendrán de la empresa Agroindustrias Salas.

Fuente: Elaboración propia

III. REPORTE DE RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de los resultados

3.1.1. Análisis de los resultados

En este capítulo se presentan los análisis de los resultados de la investigación, luego de haber realizado la recopilación de información a través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos; los mismos que se presentan a continuación:

3.1.1.1 Resultado de la aplicación de la entrevista al Gerente general de la Empresa Agroindustrias Salas SAC

Objetivo de investigación: Determinar la capacidad de producción de la empresa de este producto.

Tabla 4.

Entrevista al gerente general de la Empresa Agroindustrias Salas

GERENTE GENERAL: Gorette Guerrero Burga.

¿Cree que la empresa está preparada para exportar el pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?

Sí, la empresa se encuentra preparada para poder lograr la exportación del producto, porque tenemos experiencia exportando.

¿La empresa Agroindustrias Salas puede abastecer al mercado al que estamos apuntando en el plan de negocios de exportación? ¿Por qué?

Se tendría que plantear cuanto es lo que se va a exportar, pero como para iniciar sería un contenedor o dos por mes del pimiento piquillo, para ya ir viendo como nos va, si podríamos hacerlo.

¿Qué ventajas cree que podría obtener la empresa mediante este plan de negocios?

La ventaja con el sustento de la tesis sería que tendríamos una exportación con mayor conocimiento al contar con el apoyo de ustedes, también en el proceso logístico, el conocimiento en el proceso ya lo tenemos y básicamente sería con la ayuda de su investigación de este producto.

¿Ha encontrado dificultades para exportar anteriormente?

No, no hemos tenido dificultades exportando anteriormente.

¿Cree que es viable exportar para el mercado de España, específicamente a la ciudad de Murcia?

Sí es viable, porque la región de Murcia es una de las ciudades que tiene mayor consumo de pimiento; así mismo, ha sido la ciudad más industrial, también por el pasar de los años las fábricas ya no están trabajando, han caído y es por eso que han dejado un mercado insatisfecho.

¿Tiene alguna idea de cuánto importa España cualquier tipo de pimiento en conserva?

La cantidad en estos momentos no la tengo, pero sé por amistades de otras agroexportadoras que la demanda sí es bastante.

¿Estaría dispuesto si este plan de negocios resulta viable, ponerlo en práctica en la empresa? ¿Por qué?

Claro, por supuesto, se pone en práctica inmediatamente por la experiencia que tenemos en el proceso mismo y por el estudio de mercado que ustedes han venido realizando en su tesis.

¿Cree que su producto pueda competir frente a la competencia de España del pimiento piquillo? ¿Por qué?

Bueno, nuestros precios ya son estandarizados, lo que podríamos nosotros hacer es ajustar más el manejo de materia prima y ser más eficientes en el proceso para ingresar con un precio competitivo.

¿Cómo sería el proceso para la obtención del pimiento piquillo?

Vamos a iniciar tercerizando para obtener más experiencia en el manejo de campo, inicialmente la materia prima la vamos a comprar.

¿Para apreciación suya, cual sería otro potencial mercado del pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?

Alemania y Estados Unidos serían otros mercados potenciales, la demanda en el mercado estadounidense también es alta, según los estudios que ya hemos hecho nosotros anteriormente de forma particular.

Análisis del Resultado:

La Empresa Agroindustrias Salas se encuentra en condiciones para lograr la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de Murcia en España, es decir cuenta con la capacidad de producción que el cliente pueda solicitar. En cuanto al mercado de Murcia, es un mercado potencial ya que es el principal consumidor de pimientos.

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.2 Resultado de la aplicación de la Entrevista a Expertos en Comercio Internacional

Objetivo de investigación: Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo

Tabla 5.

Políticas de exportación del pimiento piquillo en conserva

¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimiento piquillo en conserva?

Experto 1:

Las políticas que se suelen incentivar son mayoritariamente los certificados sanitarios, porque cada país tiene una regulación distinta, entonces hay que acatarlas a la perfección para la entrada de los productos, en especial las conserva o frescos.

Experto 2:

En el caso de la exportación no es cualquier política de regulación, en el tema de conservas son los certificados sanitarios, debemos recordar que en las exportaciones son no arancelarias, ya que no tenemos impuestos para exportar, entonces las únicas regulaciones para estos productos son sanitarias, no existe más regulaciones, porque el resto es para acogerse al beneficio de certificaciones del país de destino.

Experto 3:

Mayormente son políticas que incentivan, tenemos el plan estratégico nacional exportador, la cual hay todo un plan para diversificar mercados, diversificar la oferta exportable, el desarrollo de la cultura exportadora, la facilitación del comercio. Lo que quiere el estado es que exportemos cada día más. Hay una política comercial de gobierno para incentivar a todo lo que se refiere a exportaciones.

Análisis del Resultado:

La exportación de pimienta piquillo en conserva en el Perú está afecto regularmente a políticas como los certificados sanitarios. Por otro lado, tenemos políticas que incentivan las exportaciones, como el plan estratégico nacional exportador.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.

Tipo de incoterm más adecuado

¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España? ¿Por qué?

Experto 1:

Depende mucho del país a exportar, en mi experiencia lo mejor siempre es usar el FOB, pero uno nunca sabe con lo que se pueda topar, porque donde trabajo se usa ese incoterm para el mercado de España, la mejor opción sería tener los precios en FOB, CIF Y DDP.

Experto 2:

Regularmente casi el 95% de las exportaciones en el Perú se realizan en FOB y esto que el mercado de destino es por un tema de liquidez de los exportadores, porque hasta el cliente es uno de los costos más altos que se tienen dentro de una cadena logística y por lo tanto los exportadores no lo quieren asumir y se hace en FOB. Hay algunos porcentajes de exportaciones en el CFR o CIF pero son mucho más pequeñas, no existe problemas con el destino a España.

Experto 3:

Ahora regularmente se está trabajando con CIF, si hablamos de pimienta piquillo es en conservas y se envía por frasco, entonces hay que asegurar la mercancía por cualquier daño que pudiera presentarse, como el envase es frágil y podría ocasionar alguna pérdida, entonces recomiendo un CIF.

Análisis del Resultado:

Para la exportación del pimienta piquillo en conserva al mercado de España, el incoterm más recomendado de venta es el FOB y CIF.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.

Inconvenientes para exportar al mercado español

¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?

Experto 1:

El inconveniente con el mercado europeo sería no poder cumplir con los límites de residuos permitidos, y un gran problema es no cumplir con los temas de inocuidad, porque no solamente te van a pagar el precio, si no también te van a censurar. Otro punto también se tiene que saber con el cliente como va a ser la forma de pago.

Experto 2:

No creo que se tenga inconvenientes, pero sí creo con el tema de control de calidad, ellos son muy rigurosos con ese tema, por ejemplo con los plazos, pero más que eso no, lo que si tiene un valor agregado son las certificaciones.

Experto 3:

El principal problema es el tema de sanidad en todo mercado y los límites máximos residuales de pesticidas, si bien es cierto hemos tenido un impacto de lo que es exportaciones de todo tipo de pimientos, pero ahora de acuerdo a las estadísticas estamos en caída debido a problemas de sanidad.

Análisis del Resultado:

Los inconvenientes que podrían presentarse en la exportación del pimiento piquillo en conserva hacia el mercado español, es no cumplir con los límites máximos residuales y con el tema de control de calidad, cumplir con los plazos.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8.

Consideración del mercado español

¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?

Experto 1:

Investigando el mercado español y en base a mi experiencia en exportaciones, considero que los pimientos tienen mucha demanda en España y más por parte del Perú, ya que son de gran calidad y España es uno de los principales destinos a exportar en el país.

Experto 2:

Sí, España está dentro de los 10 principales mercados de destino de las exportaciones de Perú, también es uno de los principales mercados de ventas para los capsicum que salen de nuestro país, así que sí considero que es un mercado bastante potencial.

Experto 3:

El mercado español es un potencial cliente, por lo que las exportaciones del pimiento piquillo van principalmente para allá, pero se tiene que tener mucho cuidado con el tema de sanidad, porque soy muy exigentes en ese sentido.

Análisis del Resultado:

El mercado de España es un buen mercado para la exportación de pimiento piquillo en conserva, ya que existe bastante demanda con los pimientos y el Perú es su principal cliente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9.

Formas de exportación directa

¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimiento piquillo en conserva?

Experto 1:

Directa es cuando te contactas con el comprador (la empresa española), a la cual se le va a vender el producto, tienes el contacto, una cotización y una preforma.

Experto 2:

Regularmente cuando el trato es directo, es con el supermercado y es que no es directa pero igual por ejemplo es una exportadora, al igual que un tercero puede trabajar con distribuidores que son muy comunes en España.

Experto 3:

Hablando de exportación directa, es conseguir un cliente directo.

Análisis del Resultado:

En el comercio internacional se presentan formas para trasladar el producto desde el mercado de origen hacia el mercado de destino. En la exportación directa se realiza cuando te contactas con el comprador. No existen intermediarios.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.

Formas de exportación indirecta

¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimiento piquillo en conserva?

Experto 1:

En este caso, en exportación indirecta las formas son cuando contactas a una empresa o persona (Broker).

Experto 2:

A través de un distribuidor, ya no por un supermercado detallista, si no por un wholesaler o mayorista.

Experto 3:

En exportación indirecta sería conseguir un intermediario o brokers.

Análisis del Resultado:

Para la exportación indirecta de éste producto es optar por prestar los servicios de un agente especializado en comercio exterior, así tenemos a los brokers o wholesaler.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11.

Herramientas de promoción

¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?

Experto 1:

En el tema de promoción, es importante que tenga una página web, la empresa debe ir visualizándose en participar en ferias internacionales y misiones comerciales. La compañía se tiene que apuntar a las que son de productos alimenticios como por ejemplo tenemos una feria llamada Fruit Logistica.

Experto 2:

Hay diferentes herramientas para promocionar los productos de exportación, para ella tiene la participación de ferias internacionales.

Experto 3:

Participando en ferias internacionales y para ello presentar muestras de los productos y la presencia de la marca a nivel internacional también es importante.

Análisis del Resultado:

Hoy en día hay varios escenarios para que se promocióne éste tipo de producto como: Estar presentes en ferias internacionales, misiones comerciales y a través de las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12.

Documentos importantes y exigidos

¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

Experto 1:

Factura Comercial, el conocimiento de embarque si es marítimo (BL), certificado sanitario por ser un producto alimenticio, packing list y algún certificado opcional que te pueda pedir el cliente.

Experto 2:

Tenemos factura comercial o boleta electrónica, una lista de empaque o packing list, el certificado de origen; porque como estamos hablando de España y tenemos un tratado de libre comercio con la unión europea, se tiene que aprovechar y acogernos a esos beneficios arancelarios, este certificado de origen puede ser virtualizado o reemplazado por una declaración de origen a través de una certificación llamada certificación de exportador autorizado bajo la unión europea; tenemos también el documento de transporte (Bill of Lading) y el certificado sanitario si es que lo piden.

Experto 3:

Te van a exigir un certificado sanitario de calidad y límite máximo residual de pesticidas.

Análisis del Resultado:

Para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España, los documentos más exigidos son: Certificado sanitario de calidad y límite máximo residual de pesticidas.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13.

Documentos comerciales

¿Puede mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado español?

Experto 1:

Los antes mencionados son los documentos comerciales.

Experto 2:

Lo que acabo de mencionar, los opcionales pueden ser los certificados de peso o algunos certificados de calidad.

Experto 3:

En este punto sería la factura comercial, packing list, conocimiento de embarque si es marítimo (BL), certificado de origen, entre otros.

Análisis del Resultado:

Los documentos comerciales para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España son: Factura comercial, certificado de origen, packing list, certificado sanitario.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14.

Documentos de transporte

¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

Experto 1:

Conocimiento de embarque, como es un transporte marítimo el BL, de preferencia se debe trabajar con la emisión en destino, para darle facilidad al cliente de poder retirar el contenedor.

Experto 2:

En el transporte, el Bill of Lading, porque hacer un envío de pimiento piquillo en conserva vía aérea no es muy rentable, así que la opción mucho más óptima sería vía marítima, entonces estaríamos hablando de un conocimiento de embarque y también debido a toda la coyuntura que estamos viviendo sería un trámite vía digital.

Experto 3:

Si es vía marítima tiene que ser un Bill of Lading, que sería en este caso lo más razonable.

Análisis del Resultado:

Los documentos de transporte que se presentan son: El conocimiento de embarque vía marítima (Bill of Lading).

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.3 Resultado de la aplicación de la guía de análisis documental para analizar el mercado de España para la exportación de pimiento piquillo en conserva

Distribución Física Internacional


Aspectos de la DFI

Unitarización de la carga

Para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España, se utilizará el envío de 10 pallets en un contenedor FCL, vía transporte marítimo. En la siguiente tabla se muestra el detalle de la carga.

Tabla 15.

Unitarización de la carga

REPRESENTACIÓN GRÁFICA	CARACTERÍSTICAS
 <p>Imagen referencial</p>	EMPAQUE Y EMBALAJE
	Caja de cartón corrugado de doble pared
	Medidas: 41 cm x 32 cm x 26 cm
	Cantidad de unidades por caja: 24 unidades
	Peso neto por caja: 8.1 kg
	Peso bruto por caja: 9.8 kg
	UNITARIZACIÓN
	Tipo de parihuelas: Europalet
	Medidas: 120 cm x 800 cm x 22 cm



Número de palets: 10

Total de cajas por palet: 192 unidades

Total de las unidades por palet: 15 360 unidades

Imagen referencial

Fuente: Elaboración propia

Algo crucial en lo que se basa la Logística, es el poder hacer de una manera correcta las mercancías para su comercialización en el mercado meta, es por ello que en la unitarización se agrupan todos los productos en unidades, en la parte superior de la carga, con la finalidad de hacer más fácil el transporte y poder preservar durante el tiempo en tránsito.

Sucesión de la DFI de exportación

A través de la cadena de la distribución física internacional se aplica como intención el poder identificar el elemento u opción más eficaz para poder transportar la cantidad adecuada y correcta de la mercancía desde el puerto de Paita, Perú hasta el puerto de Cartagena en la Región de Murcia, España.

Determinación del requerimiento de la materia prima

Tabla 16.

Requerimiento de materia prima

EMPRESA	RUC	SERVICIO	DISPONIBILIDAD
ECOSAC	20530184596	Abastecedor de	120 TN
Agrícola S.A.C		la materia prma	

Fuente: Elaboración propia

La empresa ECOSAC Agrícola S.A.C., será el abastecedor de la materia prima para la elaboración del pimiento piquillo en conserva. También, para que comience el proceso de la elaboración de la conserva, se realiza dentro de la misma exportadora

Agroindustrias Salas que cuenta con todo el equipo y mano de obra calificada para realizarlo, donde finalmente al concluir el proceso de producción de la conserva será en envases de vidrio hasta el empaquetado en cajas.

Datos de la empresa:

La empresa ECOSAC Agrícola S.A.C. está ubicada en:

País: Perú

Departamento: Piura

Distrito: Castilla

Dirección: Car. Chapairá S/N. Cas. Chapairá

Criterios que se tomaron en cuenta para la selección del proveedor del pimiento piquillo

Tabla 17.

Criterios de selección del proveedor

CRITERIOS	ECOSAC Agrícola S.A.C.	Sociedad Agrícola VIRU S.S.	Andes & Export S.A.C
Precio por Kg	0.90	1.10	1.25
Experiencia	19 años	23 años	14 años
Ubicación	Piura	La Libertad	Lima
Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena
Capacidad de suministro	120 TM	140 TM	135 TM
Enfoque sostenible	Social, ambiental	Ambiental	Ambiental

Fuente: Elaboración propia

Elección del proveedor del pimiento piquillo

Tabla 18.

Elección del proveedor

CRITERIOS	ECOSAC Agrícola S.A.C.	PUNTAJE	SOCIEDAD Agrícola Viru S.A.	PUNTAJE	Andes & Export S.A.C	PUNTAJE
Precio Por kg	5	1.35	3	0.70	4	1
Experiencia	4	0.8	5	1	54	0.8
Ubicación	4	0.7	4	0.6	4	0.75
puntuabilidad	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Capacidad de suministro	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Enfoque sostenible	5	0.5	4	0.4	4	0.4
Total		4.55		3.90		4.15

Fuente: Elaboración propia

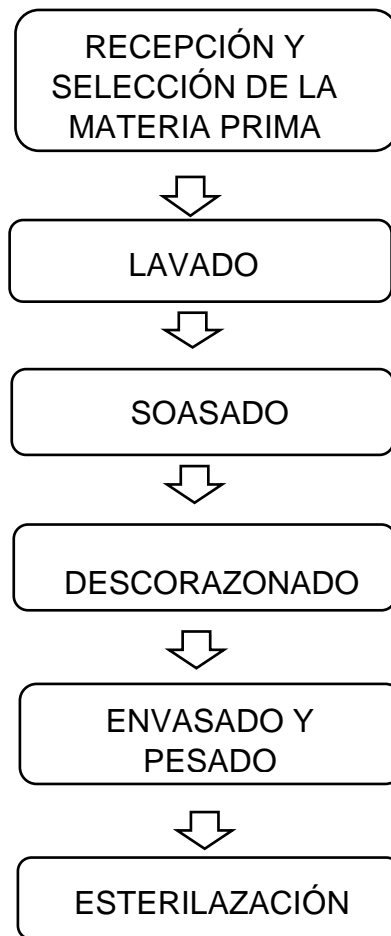
Según la tabla, se puede mostrar los criterios para la elección del proveedor del pimiento piquillo, sumamente vital para la empresa exportadora, pues de esta manera se puede realizar la selección de un proveedor de forma más eficiente de acuerdo a los puntajes que se le consideró a cada uno de ellos. Se puede mostrar que la empresa ECOSAC Agrícola S.A.C. obtiene los puntajes más altos teniendo una cifra de 4.55 a comparación de sus competidores, lo que significa que es la empresa más óptima para la

obtención de la materia prima que es el pimiento piquillo, además de tener 16 años de experiencia en el rubro, cuenta con gran capacidad de suministros y también tiene un muy buen enfoque sostenible ambiental y social.

Determinación del proceso productivo

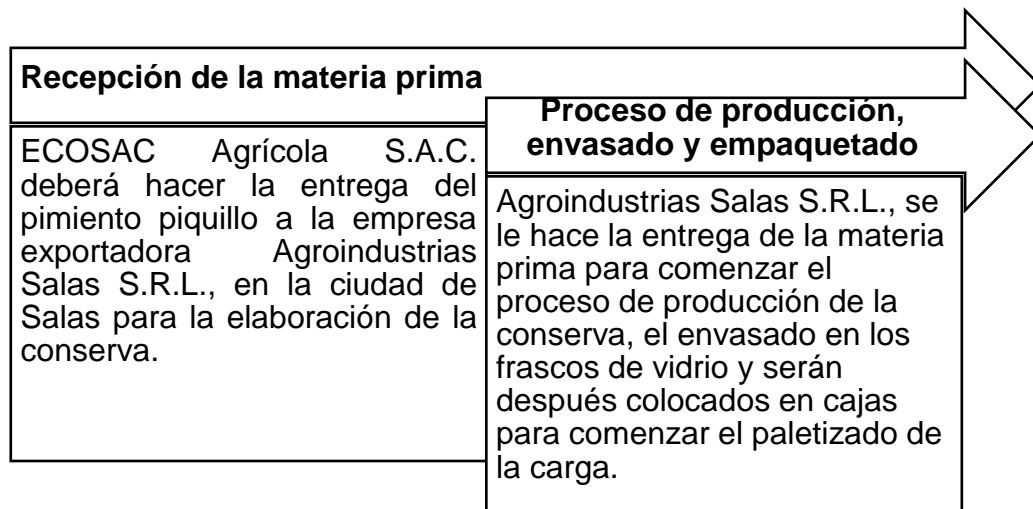
Diagrama del proceso del pimiento piquillo en conserva

Figura 1. *Proceso productivo del pimiento piquillo en conserva*



Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Recepción, envasado y empaquetado



Fuente: Elaboración propia

Requisitos para el acceso al mercado final

En el Perú:

- . Dirección General de Salud Ambienta (DIGESA)
- . Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)
- . Entidad certificadora de emisión de certificados de origen.

En España:

- . Certificado sanitario
- . Etiquetado

Aspectos de la calidad del producto

Para el mercado europeo, en especial para el mercado de España es muy exigente a lo relacionado con el pimienta piquillo, suelen tener muchas exigencias antes de que ingrese el producto o desde antes a la hora del contacto entre exportador e importador. Se conoce por motivos internos, que la empresa Agroindustrias Salas S.R.L., ya ha tenido contacto con empresas de España y según lo comentado con la gerenta, suelen pedir certificado HACCP y el límite máximo de los residuos del producto.

Certificaciones de la empresa

La empresa proveedora cuenta con certificaciones que garantizan a nuestros clientes confiabilidad de productos de calidad, estando a la altura de los mercados más exigentes del mundo, ECOSAC Agrícola S.A.C., cuenta con las siguientes certificaciones que también se pueden encontrar en su página web.

GLOBAL GAL

Figura 3. *Certificado Global Gap*



Fuente: ECOSAC Agrícola S.A.C

La certificación Global GAP, es un conjunto de normativas que son internacionalmente muy reconocidas acerca de las excelentes prácticas de agricultura, ganaderas y de acuicultura.

HACCP

Figura 4. *Certificado HACCP*



Fuente: ECOSAC Agrícola S.A.C

HACCP significa (HAZARD ANALYSIS and CRITICAL CONTROL POINT SYSTEM o en español que se traduce a Sistema de Peligros y Puntos Críticos de Control), es un sistema de prevención que logró el más alto grado de evolución y aceptación por múltiples organizaciones, gobiernos y empresas, logrando tener una

excelente seguridad en todos los sistemas de producción de la materia prima, transformación, distribución y entre otros.

BRC

Figura 5. *Certificado BRC*



Fuente: ECOSAC Agrícola S.A.C

La normativa BRC es un conjunto de seguridad alimenticia que se ha desarrollado para la distribución minorista del Reino Unido, para poder así hacer más fácil la herramienta de gestión de calidad a esta división.

ISO 14001

Figura 6. *ISO 14001*



Fuente: ECOSAC Agrícola S.A.C

Este ISO busca mejorar muy consecuentemente la gestión ambiental en todas las empresas, sus responsabilidades ambientales, tratar sistemáticamente problemas ambientales; con el fin de ayudar a la mejora ambiental y tener mejores oportunidades en el beneficio económico.

KOSHER

Figura 7. Certificado KOSHER



Fuente: ECOSAC Agrícola S.A.C

Es una certificación especial y sectorial para un nicho de mercado más específico, lo que busca es garantizar que los productos son elaborados de acuerdo a los parámetros más estrictos religiosos que son impartidos al pueblo judío en la biblia. Este certificado es competentes para que pueda ser consumido por cualquier persona que posee a estas creencias.

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PIMIENTO PIQUILLO

Conserva Frasco Extra 290 gr

Unidad por caja: 24 unidades

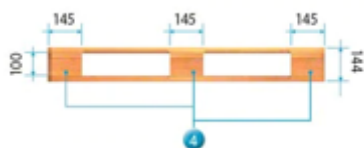
Unidades por contenedor de 20 pies: 15 360 unidades

24 unidades por caja. (8 cajas)= 192 unidades x 8 pisos en el palet=1536 unidades
x 10 palets

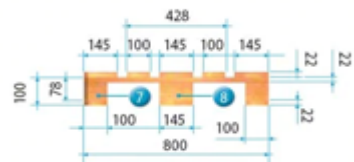
Tabla 19.

Medidas del palet

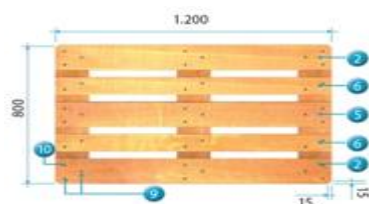
MEDIDAS DEL PALET



VISTA LONGITUDINAL



VISTA TRANSVERSAL



VISTA SUPERIOR



VISTA INFERIOR

Fuente: Mecalux Esmena

PESO DEL CONTENEDOR DE 40 PIES

	UNIDADES	PESO	TOTAL
EURO PALET	10	25 Kg	250 Kg
PIMIENTO	15360	0.290 gr	4454.4 tn
PIQUILLO EN CONSERVA			
CAJAS DE CARTÓN DOBLE PARED	640	3.1 Kg	1984 tn
TOTAL			6688.4 tn

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar en la tabla del peso del contenedor de 40 pies, que el peso del mismo es de 6, 668.4 toneladas, conteniendo los 10 euro palets, el pimiento piquillo y las cajas de cartón corrugado de doble pared.

3.1.1.4 Resultado de la aplicación de la Encuesta realizada a los posibles compradores en el mercado de Murcia en España

La presente encuesta se realizó a los 96 posibles clientes en el mercado de Murcia en España, con la finalidad de conocer la aceptación del producto pimiento piquillo en conserva.

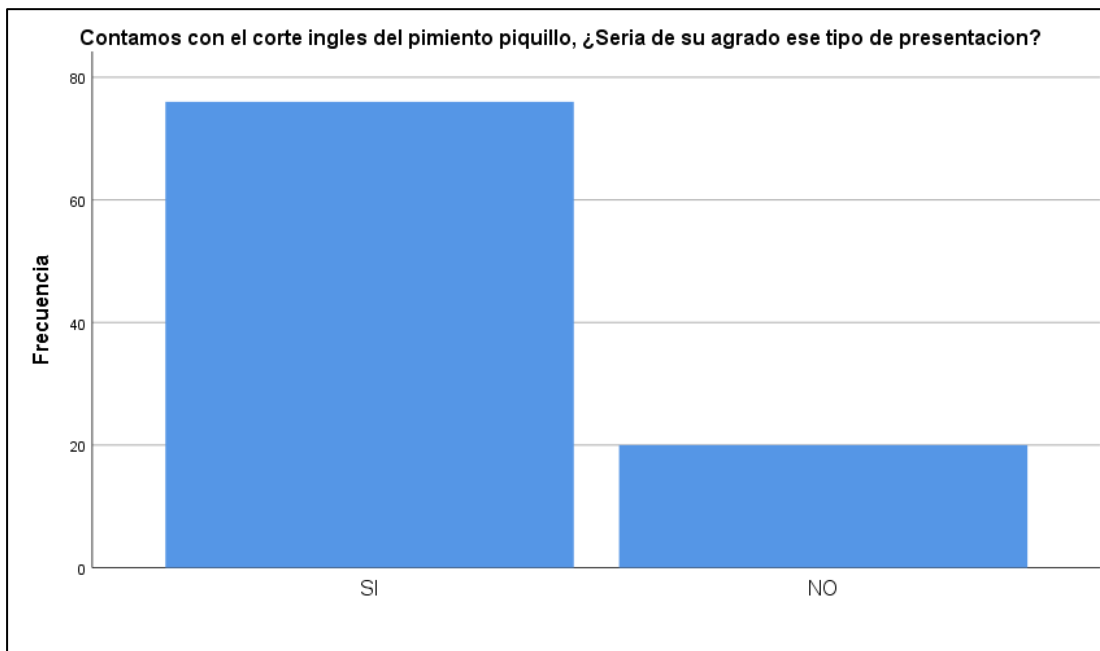
Tabla 20.

Tipo de corte del pimiento piquillo

Contamos con el corte inglés del pimiento piquillo, ¿Sería de su agrado ese tipo de presentación?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	76	79,2	79,2	79,2
	NO	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8. *Tipo de presentación del pimiento piquillo*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 76 personas decidieron que para el tipo de presentación del pimiento piquillo peruano sí es de su agrado el corte inglés, a lo contrario de 20 que decidieron marcar que no, existiendo un porcentaje de 79,2% para las personas que marcaron positivamente.

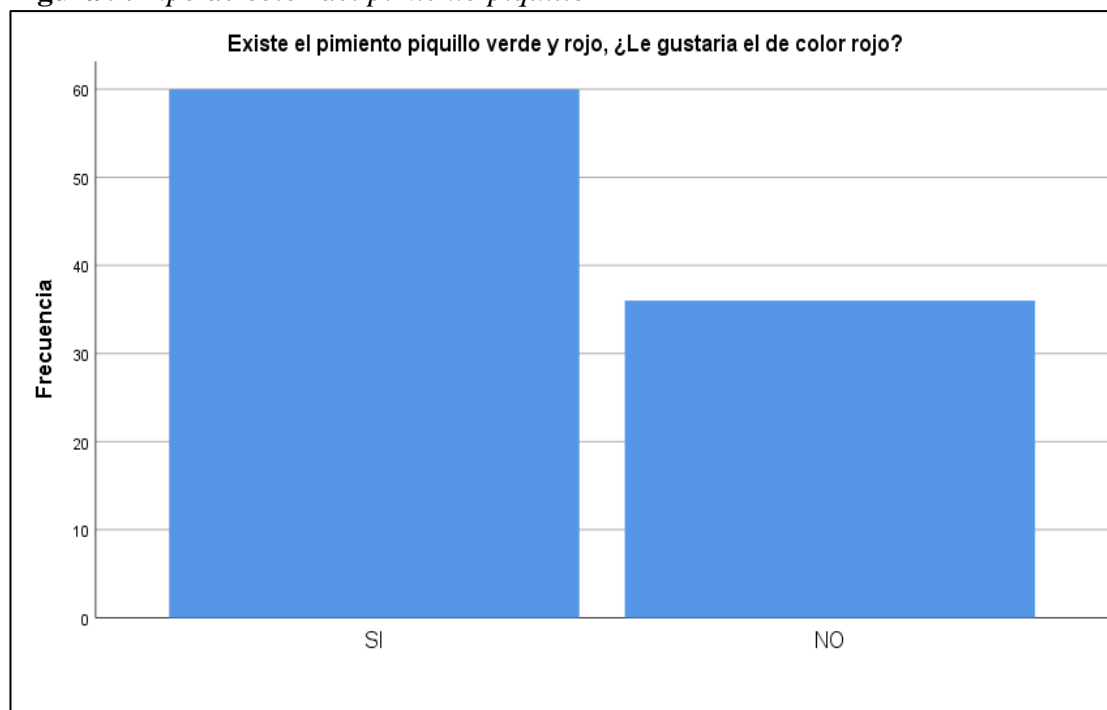
Tabla 21.

Tipo de color del pimiento piquillo

		Existe el pimiento piquillo verde y rojo, ¿Le gustaría el de color rojo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	60	62,5	62,5	62,5
	NO	36	37,5	37,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. *Tipo de color del pimiento piquillo*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 60 personas decidieron que sí les gustaría el pimiento piquillo rojo, a lo contrario de 36 que decidieron marcar que no, dándonos a entender que al exportar el pimiento piquillo rojo en conserva tendrá buena aceptación para ellos.

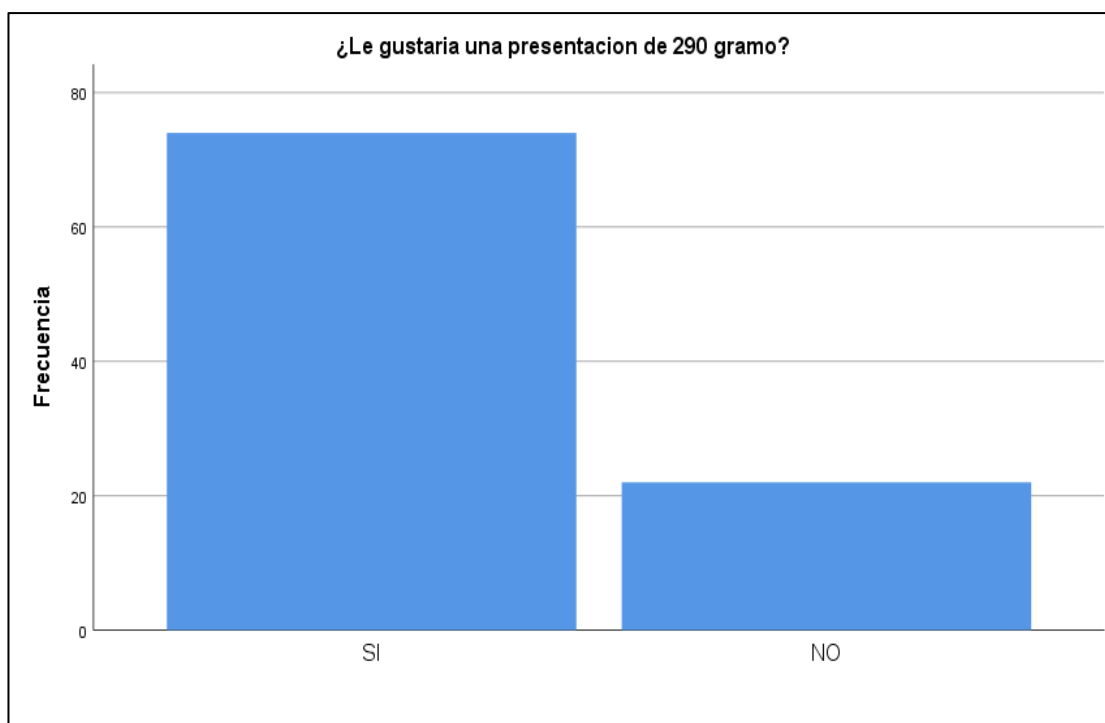
Tabla 22.

Peso del pimiento piquillo

¿Le gustaría una presentación de 290 gramos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	74	77,1	77,1	77,1
	NO	22	22,9	22,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10. *Peso del pimiento piquillo*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 74 personas decidieron que para la presentación del pimiento piquillo en conserva sí les gustaría que sea de 290 gramos, a lo contrario de 22 que decidieron marcar que no, existiendo un 77,1% para las personas que marcaron positivamente.

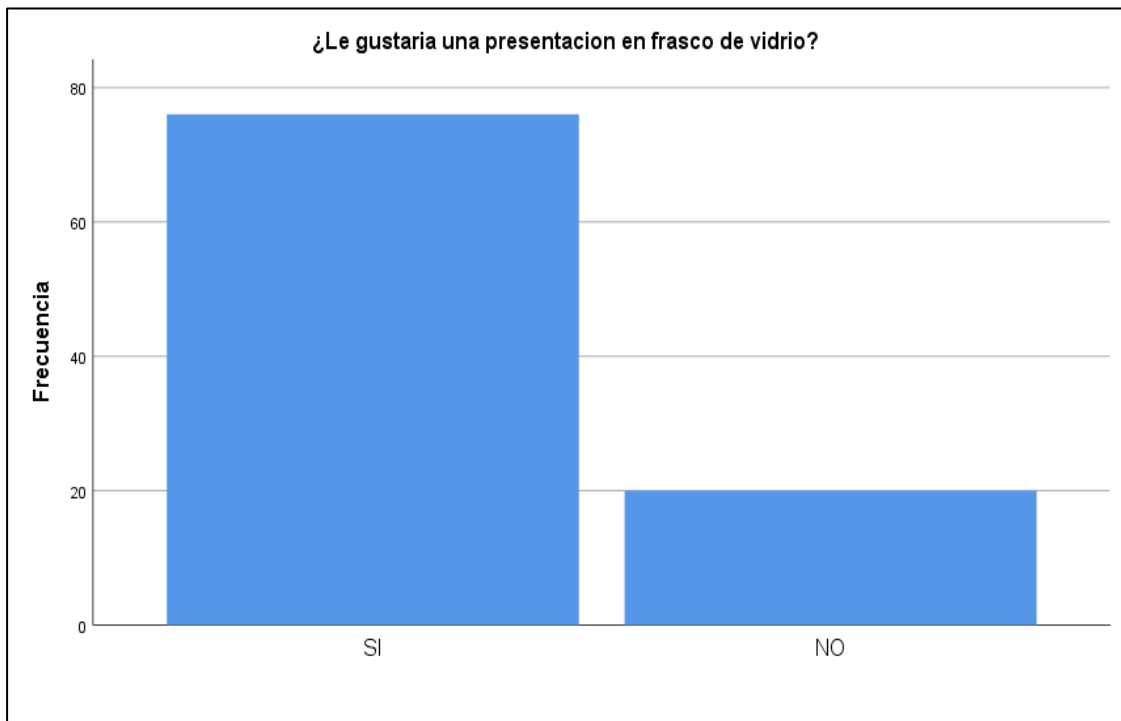
Tabla 23.

Envase del producto

¿Le gustaría una presentación en frasco de vidrio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	76	79,2	79,2	79,2
	NO	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. *Envase del producto*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 76 personas decidieron que el envase sea un frasco de vidrio, a lo contrario de 20 que decidieron marcar que no, existiendo un 77,1% para las personas que marcaron positivamente.

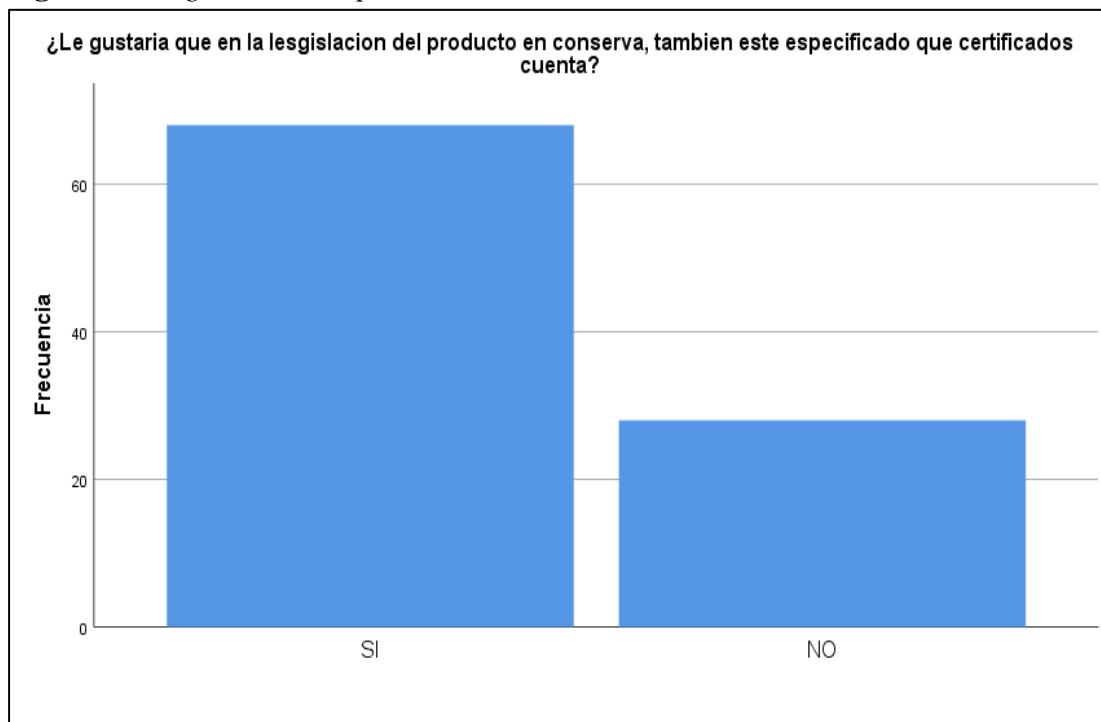
Tabla 24.

Legislación del producto

¿Le gustaría que en la legislación del producto en conserva, también esté especificado que certificados cuenta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	68	70,8	70,8	70,8
	NO	28	29,2	29,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12. *Legislación del producto*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 68 personas decidieron que sí les gustaría que en la legislación del producto esté especificado que certificados cuenta, a lo contrario de 28 que decidieron marcar que no, existiendo un 70,8% de personas en España que les interesa conocer los certificados del pimiento piquillo en conserva.

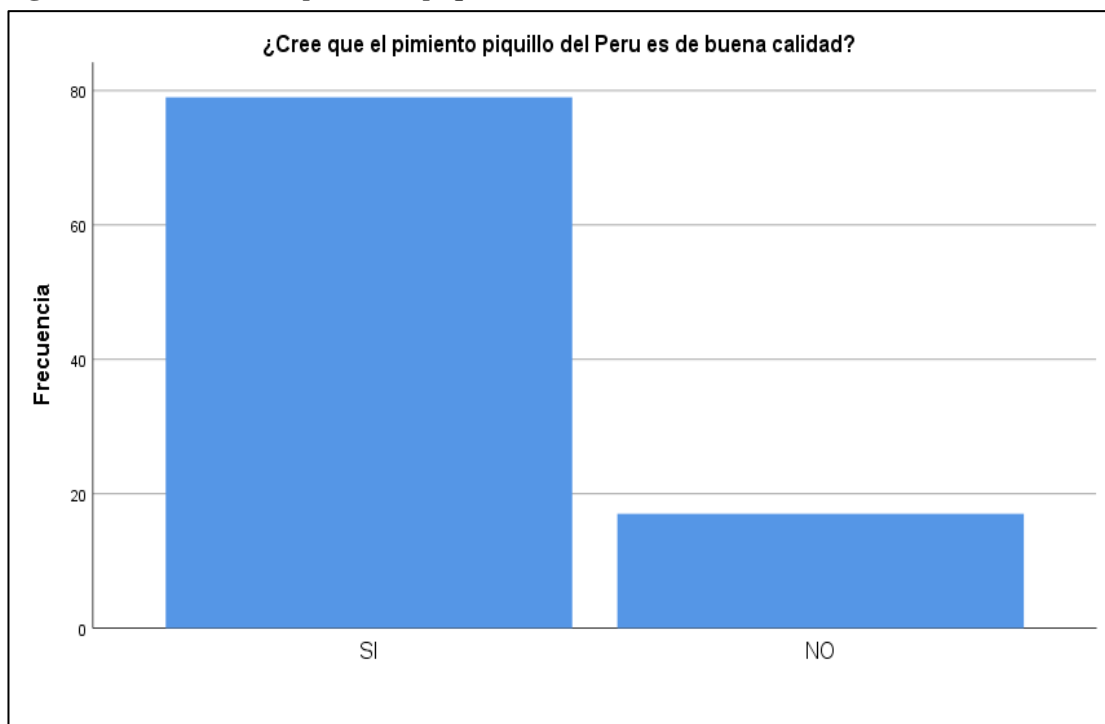
Tabla 25.

Calidad del pimiento piquillo

¿Cree que el pimiento piquillo del Perú es de buena calidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	79	82,3	82,3	82,3
	NO	17	17,7	17,7	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13. *Calidad del pimiento piquillo*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 79 personas decidieron que el pimiento piquillo peruano es de buena calidad, a lo contrario con unos 17 que decidieron marcar que no es de buena calidad, mostrándonos que el pimiento piquillo del Perú tendría una buena aceptación en lo que concierne a calidad.

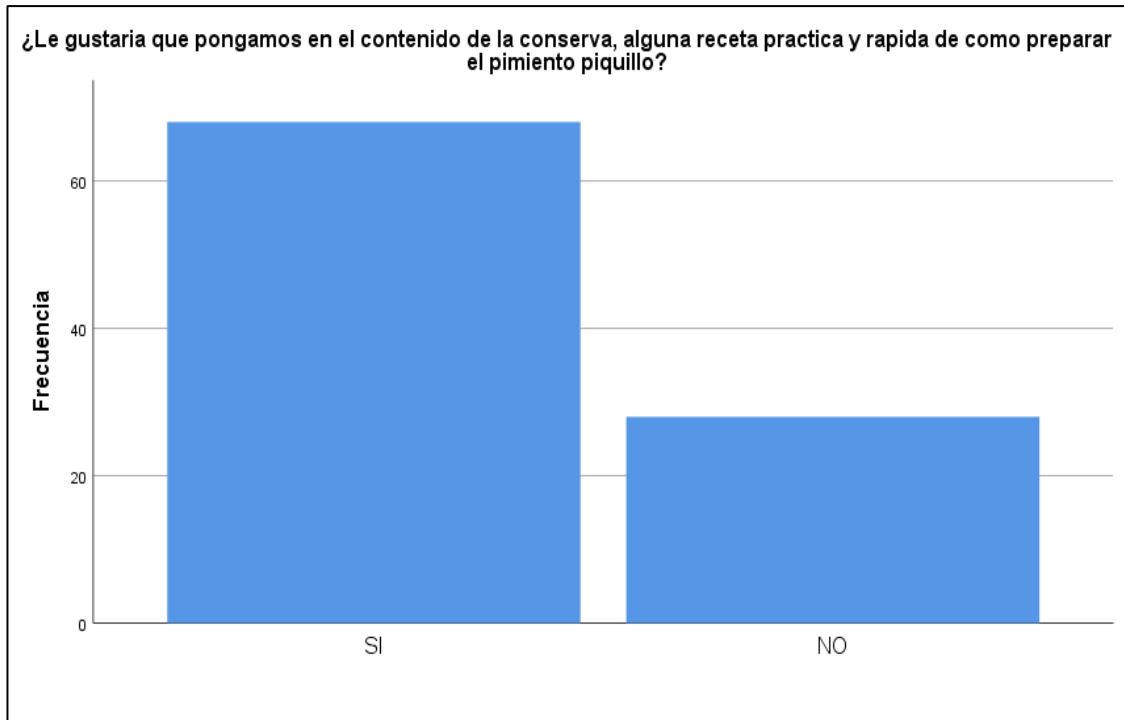
Tabla 26.

Contenido de la conserva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	68	70,8	70,8	70,8
	NO	28	29,2	29,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14. *Contenido de la conserva*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 68 personas decidieron que sí les gustaría que pangáramos en la conserva alguna receta práctica y rápida, al contrario de 28 personas no les gustaría que llevara, dándonos a entender que poner alguna receta en la legislación del producto tendrá buen recibimiento para ellos.

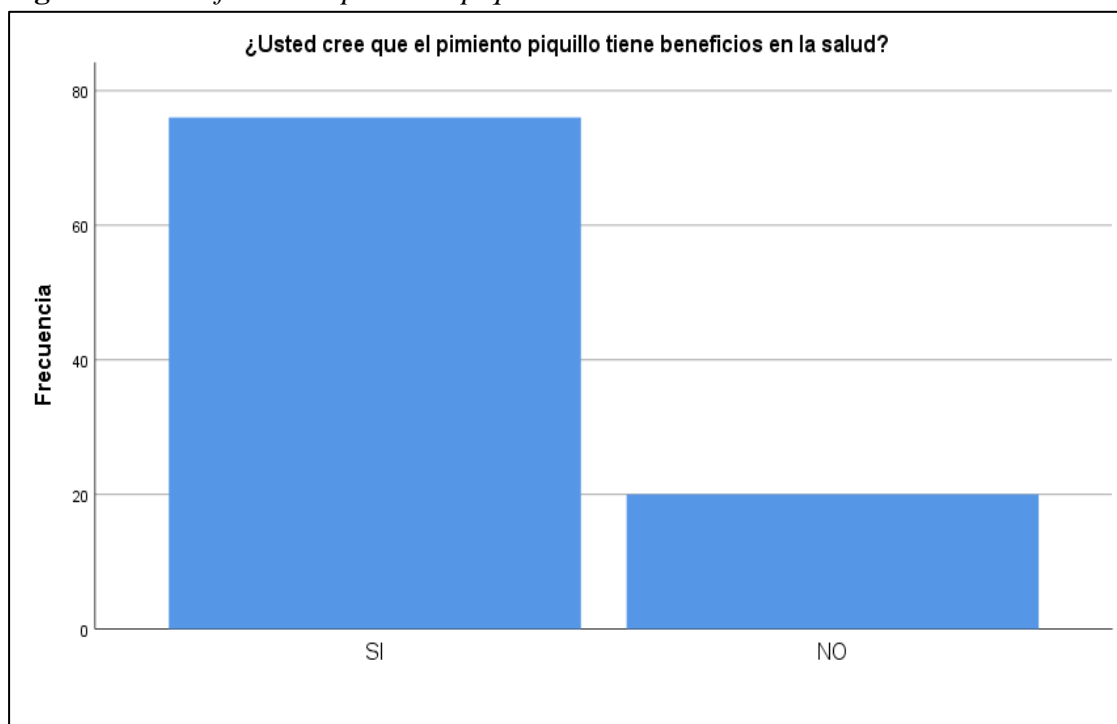
Tabla 27.

Beneficios del pimiento piquillo

¿Usted cree que el pimiento piquillo tiene beneficios en la salud?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	76	79,2	79,2	79,2
	NO	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15. *Beneficios del pimiento piquillo*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 76 personas decidieron que, sí creen que el pimiento piquillo tiene beneficios en la salud, contrario a un 20 diciendo que no creen que lo tengan, esto es provechoso para nosotros pues nos permite saber que no solo lo consumen porque les gusta en sus platos, si no también que lo hacen por un tema de salud.

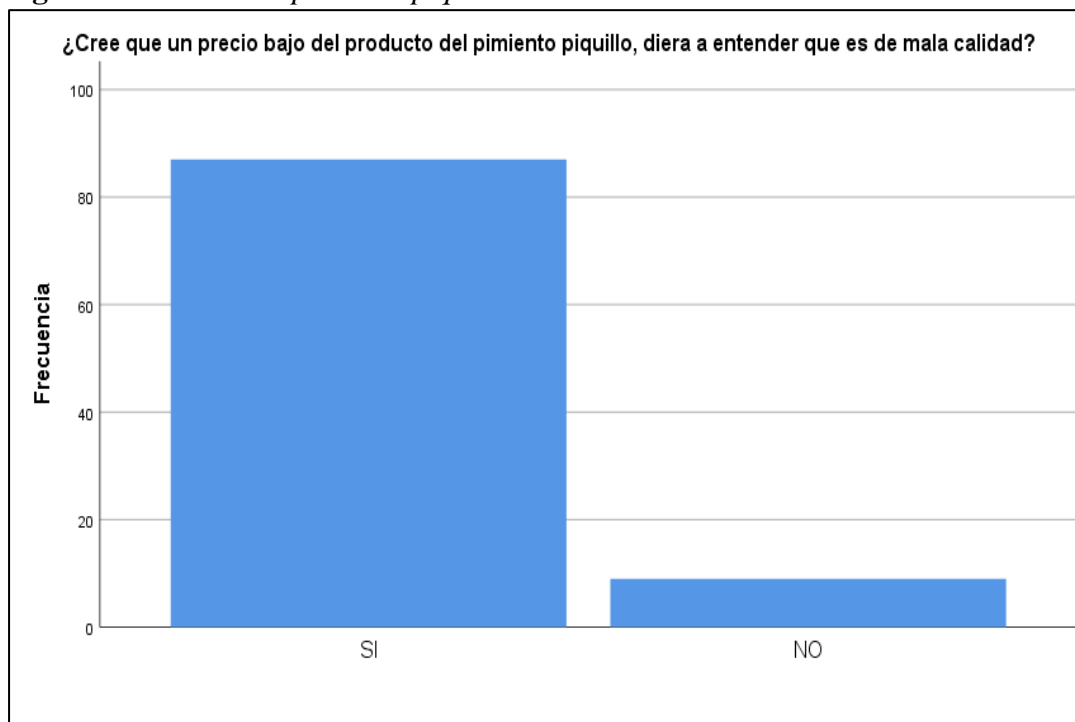
Tabla 28.

Precio del pimiento piquillo

¿Cree que un precio bajo del producto del pimiento piquillo, diera a entender que es de mala calidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	87	90,6	90,6	90,6
	NO	9	9,4	9,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16. *Precio del pimiento piquillo*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 87 personas si creen que el pimiento piquillo entra al mercado con un precio bajo entenderán que es de mala calidad, contrario a 9 personas diciendo lo contrario, concluyendo que no sería lo óptimo o sensato entrar con precios bajos a nuestros clientes, solo elevaríamos el precio a un punto que sea aceptable para la competencia y para que sepan que también tenemos productos de buena calidad como ellos necesitan.

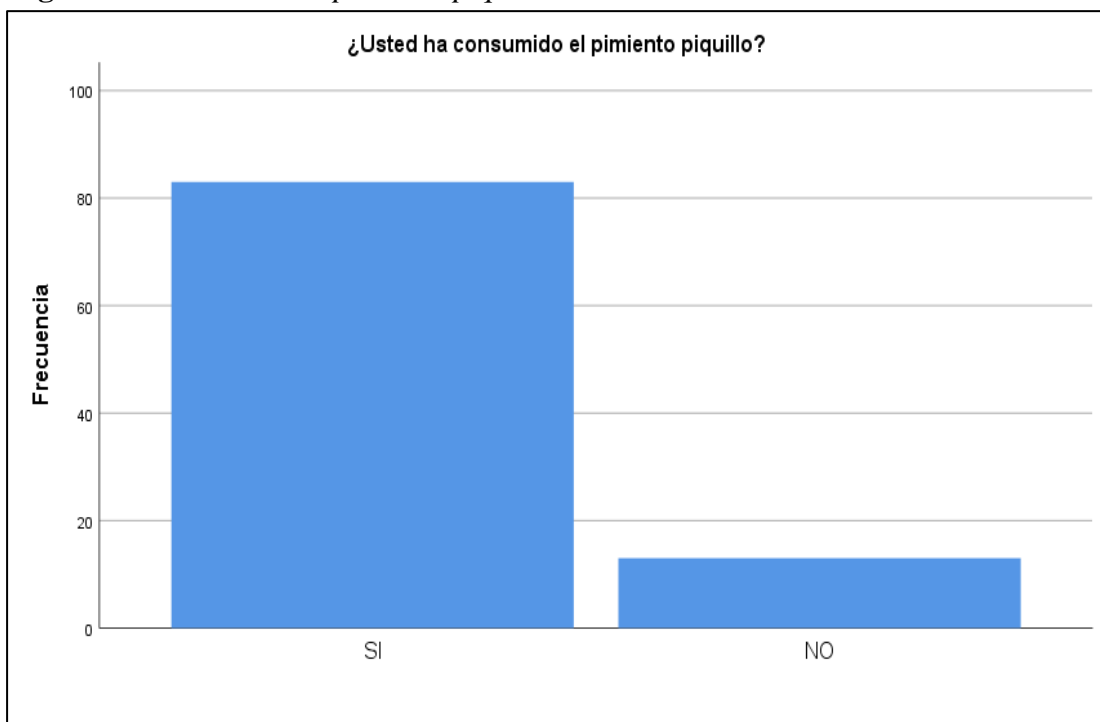
Tabla 29.

Consumo del pimiento piquillo

¿Usted ha consumido el pimiento piquillo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	83	86,5	86,5	86,5
	NO	13	13,5	13,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17. *Consumo del pimiento piquillo*



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados, 83 personas decidieron que sí han consumido el pimiento piquillo, contrario a 13 que no han consumido, dicho esto existe un 86,5% de personas en España que consumirían nuestro producto dando a entender que tiene muy buena demanda y es un país atractivo para la exportación del pimiento piquillo.

3.1.2. Discusión de los resultados

En base al objetivo: Determinar la capacidad de producción de la empresa de este producto.

Según los resultados obtenidos en la presente investigación se determinó que la Empresa Agroindustrias Salas no logró exportar el pimiento piquillo en conserva debido a que no cuenta con un estudio de mercado, es por ello que desconocen a qué mercado internacional comercializarlo, ya que cuenta con 3 clientes y tienen que elegir un solo mercado porque no puede abastecerlos. Sin embargo, tienen muy en claro los requisitos sanitarios y certificados que debe tener el producto para ingresar a cualquier mercado internacional.

También, la Empresa Agroindustrias se encuentra en condiciones para lograr la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de Murcia en España, es decir cuenta con la capacidad de producción que el cliente pueda solicitar. Por otra parte, Riquelme (2020) en su tesis “Potencial comercial del mercado de Estados Unidos para la exportación de binzas de pimiento piquillo de “El Vichayo”, Mallaritos, Sullana, 2020” identificó cuales son los requisitos sanitarios del producto a exportar para ingresar al mercado de USA, así mismo, indicó que la empresa cuenta con capacidad productiva para dar inicio a la actividad exportadora, ya que produce 96 toneladas mensualmente. Además, mencionó que para que ingresen los pimientos a dicho mercado no existe ninguna restricción.

En base al objetivo: Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo.

Los resultados muestran que el mercado potencial europeo para realizar el plan de negocios de exportación de pimiento piquillo en conserva es España, ya que es un buen mercado para exportar este producto, existe bastante demanda y lo valoran por ser de gran calidad. Así mismo, se encuentra dentro de los 10 principales mercados de destino de las exportaciones de Perú, también es uno de los principales mercados de ventas para los capsicum que salen de nuestro país. De la misma manera, Azorín (2018) en su tesis titulada “Plan de negocio para la creación de una empresa de exportación de alimentos y comidas preparadas españolas” en los resultados obtenidos indicó que se tomó en cuenta que para la incursión en los segmentos del mercado de la Unión Europea, es indispensable que haya

una buena circulación de las cadenas de valor, para lo cual diseñó un modelo de propuesta que permita la exportación del producto. Los ajíes nativos peruanos tienen gran potencial en la Unión Europea.

Otro de los resultados relevantes en la presente investigación, es que para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España, el medio de transporte a utilizar es el marítimo y el incoterm más recomendado es el FOB, ya que nos permite tener control sobre el flete y los costos exactos que se van a generar en el transporte de la mercancía. Así mismo, Torres (2021) en su tesis “Exportación de ají pprika de una empresa productora peruana de la provincia de Barranca y el TLC con México, Lima, 2021” llegó a concluir que el medio de transporte utilizado para la exportación del producto fue el marítimo y el incoterm a negociar fue FOB, teniendo una investigación viable y rentable, sin embargo nosotros hemos hecho los costos de exportación hasta el incoterm DPU, pues deseamos estar precavidos ante cualquier tipo de cliente que desee adquirir nuestros productos, según su estilo de incoterms a usar, pues eso nos da una ventaja, ya que estaríamos precavidos ante cualquier tipo de comprador, solamente para poder cambiar de incoterm sin problema, el margen de ganancia se agrega hasta el tipo de incoterm que se desee por el cliente y después de eso se le entrega una cotización de acuerdo a lo pedido, cabe recalcar que esta es la manera que también usa la empresa exportadora Agroindustrias Salas a la hora de cotizar con cualquier cliente.

Se determinó también que de acuerdo a las exigencias del cliente español para la exportación del pimiento piquillo en conserva, el envase más adecuado para su presentación es un frasco de vidrio y un contenido de 290 gramos. Así mismo, en la legislación del producto se debe especificar con que certificados cuenta. Por otra parte; Carballo y Soriano (2021) en sus tesis “Plan de exportación para pasta de aj rocoto de la empresa Kuri Nectar S.A.C mercado de California-Estados Unidos 2016-2018” mencionaron que para la presentación de la pasta de aj rocoto a exportar debe cumplir con los requerimientos del cliente para así poder brindarles un producto sofisticado. En cuanto al envase tuvo una presentación de 350 gramos y la etiqueta iba a estar diseñada según los reglamentos técnicos que permita su comercialización. Así mismo, el mercado objetivo es un país atractivo por el nicho de latinos que consumen estos productos.

3.2. Aporte práctico

PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Título de la Propuesta

Plan de negocios para la exportación de pimienta piquillo en conserva al mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas, 2020 – 2023

3.2.2. Objetivos de la propuesta

- Analizar el entorno de su sector de la empresa Agroindustrias Salas e identificar la competencia local y nacional.
- Implementar estrategias del marketing mix para la comercialización del pimienta piquillo en conserva en el mercado de Murcia, España.
- Demostrar la viabilidad del plan de negocio mediante el estudio económico y financiero.

3.2.3. Justificación

El presente plan de negocios tiene como finalidad lograr la exportación del pimienta piquillo en conserva al mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas que permita dar solución al problema planteado de realizar un estudio de mercado para obtener un crecimiento en su manufactura y tenga como consecuencia un aumento en sus ventas.

De esta manera, se permitirá posicionar el pimienta piquillo en conserva a un producto exportable al mercado de destino y estar en presente en exhibiciones internacionales.

Finalmente se realizó un estudio económico y financiero el cual permitió evaluar la rentabilidad y factibilidad para la exportación del pimienta piquillo en conserva al mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas.

3.2.4. Desarrollo de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta de investigación se tomó como referencia a Centenera (2010), quien define el plan de negocio internacional y que permitió lograr los objetivos de la presente investigación. Esta, se desarrolla de la siguiente manera:

3.2.4.1. Diagnóstico de la Empresa en el entorno de su sector y Competencia

La empresa Agroindustrias Salas S.R.L. está ubicada en C. Ruchonto Mza. A FND. Centro Salas, departamento de Lambayeque, se encuentra inmersa en la elaboración y exportación de productos frescos, deshidratados y en conserva, caracterizándose por ofrecer alimentos saludables de buena calidad.

La empresa Agroindustrias Salas S.R.L. tiene como gerente a la ing. Gorette Guerrero Burga, que también está asociada con otras personas en la empresa, la exportadora tiene su terreno para sembrar, pero aún se encuentran como para proyecto a futuro, pues el covid-19 retrasó un poco las cosas, lo que hacen ahora es tercerizar todo para no perder a los clientes que ya manejan y seguir haciéndoles los envíos correspondientes.

Análisis FODA

Tabla 30.

Análisis FODA

ANÁLISIS INTERNO	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">- Productos orgánicos.- Diversidad de productos.- Personal capacitado.- Productividad todo el año.- Cómoda adquisición de materia prima.	<ul style="list-style-type: none">- Tercerización de la materia prima.- Materia prima delicada de manipulación.- Las carreteras suelen estar en mal estado.
ANÁLISIS EXTERNO	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- Participación en ferias nacionales e internacionales.- Continuo crecimiento por adquisición mejor en maquinaria.- Experiencia en exportaciones.	<ul style="list-style-type: none">- Alto nivel de competencia.- Falta de apoyo de autoridades.- Falta de inversión privada.

Fuente: Elaboración propia

Entorno Político.

Para la exportación del pimiento piquillo en conserva sí existen políticas que restringen su ingreso a cualquier mercado, para el mercado de España suelen ser porque tienen tendencia a que los productos que llegan tienen que tener las más posibles certificaciones, también como lo conversado anteriormente con la directora del GERCETUR, la principal política que restringiría al producto es certificados sanitarios.

Entorno Económico.

La empresa Agroindustrias Salas financia la producción de sus productos de acuerdo a la caja de financiación que tienen internamente, se crea a través de las ganancias que obtienen cuando realizan el proceso de exportación. De sus utilidades, dividen cada cierta cantidad de dinero y la guardan para próximos proyectos.

De acuerdo a lo conversado con el contador de la empresa, mencionó que Agroindustrias Salas ya se encuentra preparada en el entorno económico para la exportación de conservas a nuevos mercados; así como también ellos se encuentran investigando nuevos productos para poder exportar y de esta manera diversificar más su catálogo de productos.

Entorno Social.

El mercado objetivo para la exportación del pimiento piquillo en conserva será Murcia-España, debido a que es la séptima ciudad española más poblada. Cabe resaltar también que existe bastante demanda de este producto y lo valoran por ser de gran calidad. Así mismo, se encuentra dentro de los 10 principales mercados de destino de las exportaciones de Perú y es uno de los principales mercados de ventas para los capsicum que salen de nuestro país.

En la actualidad, España tiene un alto consumo por las hortalizas como lo son el pimiento. Por ello, se abre paso una oportunidad de exportarlos en conservas. El consumidor español es exigente pero no se fideliza por la marca del producto. Además, el precio es un factor de decisión clave, las facilidades de pago y el servicio

post venta son otros indicadores que toma muy en cuenta para decidir una compra. En general, es un consumidor bien informado.

Entorno Tecnológico

Hoy en día existen grandes cambios tecnológicos constantemente, por ello la empresa Agroindustrias Salas debe evaluar las tecnologías que están surgiendo y por ende pueda contribuir en la producción, así como también en la comercialización del pimiento piquillo en conserva. Gracias al avance tecnológico, puede ofrecer productos mediante páginas online, medios que ayudan a tener un mejor acercamiento y seguimiento al consumidor.

Actualmente, este entorno es de mucha importancia para la promoción del pimiento piquillo en conserva, la Empresa Agroindustrias Salas debe implementar el uso de plataformas virtuales como redes sociales para poder exhibir al público el potencial producto de exportación e informar las actividades en las que participará.

Diagnóstico de la competencia

Las principales empresas competentes para la Empresa Agroindustrias Salas son:

Tabla 31.

Empresas competentes

Empresa	Ciudad
GANDULES INC SAC	Jayanca
VIRU S. A	La libertad
DANPER TRUJILLO	Trujillo
ALSUR PERU S.A.C.	Arequipa
GREEN PERU S.A.	Trujillo
AGROINDUSTRIAS AIB S. A	Lima
ECOSAC AGRÍCOLA S.A.C	Piura
CONSERVAS VEGETALES CERRO VERDE SAC	Lima

Fuente: Siicex

3.2.4.2. Selección del Mercado Objetivo

Para seleccionar el mercado objetivo, Murcia-España; se consideraron y evaluaron varios indicadores macroeconómicos como la población, PBI, PBI-Per Cápita e índice de facilidad para hacer negocios. También, se tuvo que evaluar los aspectos sociodemográficos y culturales.

Aspectos Macroeconómicos

A continuación, se presentan los aspectos macroeconómicos del mercado objetivo para la exportación del pimiento piquillo en conserva que es España, los cuales se revisaron para la selección de mercado.

Tabla 32.

Población de España

Región	Europa y Asia Central
Población	47.076,78 millones de habitantes, mientras que Murcia cuenta con 1.510,951 millones.
Categoría por Renta	Ingreso alto

Fuente: Banco Mundial, 2019

España cuenta con una población de 47.076,78 millones de habitantes, mientras que Murcia cuenta con 1.510,951 millones.

Tabla 33.

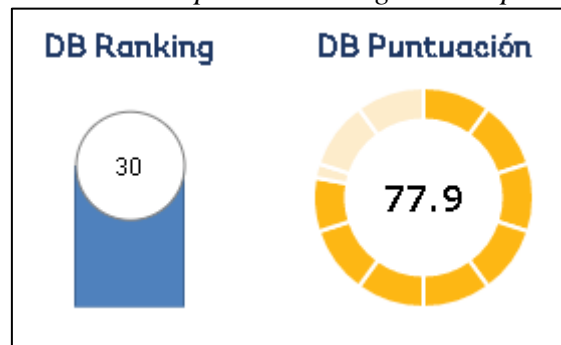
PBI de España

Nombre del País	2019
España	1,394 billones USD

Fuente: Banco Mundial, 2019

España cuenta con un PBI de 1,394 billones USD.

Figura 18. *Facilidad para hacer negocios-España*



Fuente: Banco Mundial, 2019

España está ubicado en el puesto 30 del ranking de facilidad para hacer negocios, representando un 77.9 de puntuación.

Aspectos Sociodemográficos

El pimiento piquillo en conserva estará dirigido a hombres y mujeres que comprenden las edades de 15-50 años de edad.

Tabla 34.

Población de España, según rango de edad

Sexo	Edad (15-25)	Edad (25-50)
Hombres	258.486	299.523
Mujeres	108.598	112.651

Fuente: INE España, 2019

Aspectos Culturales

En el mercado de España, el precio es un factor importante en el comportamiento adquisitivo de un producto. Actualmente, no son necesariamente fieles a una sola marca y por ello, las marcas de los distribuidores se están desarrollando muy rápido. Otro factor clave para el cliente español es contar con las facilidades de pago y tener un servicio postventa eficaz.

El consumidor español tiende a parecer exigente, pero no le brinda mucha importancia a la garantía de una marca conocida. Es conservador y tiene

preferencias por aquellos productos que recién ingresan al mercado. Los jóvenes son cada vez menos fieles a las marcas y más abiertos a los nuevos productos.

En la cultura de negocios, consideran que las reuniones en persona son muy importantes para ellos, aprecian las visitas regulares y suelen tener contacto cordial y amistoso. Los españoles son muy exigentes en la indumentaria de las personas con quienes hablan, no permiten usar colores brillantes y en verano se admite usar una vestimenta más cómoda.

3.2.4.3. Selección de la forma de entrada al mercado

Para el ingreso del pimiento piquillo en conserva al mercado de España, se propone que se realice mediante una exportación directa, ya que se trabajaría con el contacto directo con el cliente y tener un trato mucho mejor, también es importante resaltar que una exportación directa es mucho mejor pues cualquier inconveniente o duda sería respondida de forma mucho más rápida y eficiente.

3.2.4.4. Política de Marketing Mix

Producto

Figura 19. *Pimiento piquillo en conserva*



Fuente: Repositorio fotográfico

El pimiento piquillo es un producto que suele comercializarse en conserva. Su piel es de color rojo intenso. Es una variedad carnosa, compacta, consistente y de textura turgente, pero final. Su sabor es picante, aunque también puede ser dulce.


Se propone que, para la comercialización, el producto será envasado en un frasco de vidrio transparente para que se pueda apreciar la conserva, el contenido es de 290 gramos y con una etiqueta que cumpla con las exigencias del cliente español.

Para la adquisición de la materia prima según los resultados obtenidos, se propone que el proveedor más óptimo del pimiento piquillo sea la empresa ECOSAC Agrícola S.A.C.; ya que obtuvo los puntajes más altos, cuenta con gran capacidad de suministros, tiene un muy buen enfoque sostenible ambiental y social. Además de tener 16 años de experiencia en el rubro.

Finalmente se propone la siguiente Ficha Técnica para el pimiento piquillo en conserva.

Tabla 35.

Ficha técnica

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE COMERCIAL: Pimiento piquillo en conserva	
PARTIDA ARANCELARIA	2005.99.20.00
DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA	20.05. Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida no 20.06.
	2005.99.20.00. Pimiento piquillo
DESCRIPCIÓN PRODUCTO	DEL El pimiento piquillo en conserva es un producto que se obtiene del fruto de las variedades del Piquillo de Capsicum en su estado de madurez

		después de haber sido eliminado lo que no es comestible, también han sido seleccionados, pelados y finalmente envasados, procesados de una forma térmica hasta poder lograr la esterilidad.
LUGAR DE ELABORACIÓN		Salas
ZONA DE PRODUCCIÓN		La Libertad, Lambayeque e Ica
USOS		Se puede utilizar en el uso diario de comidas.
PRESENTACIÓN DE PRODUCTO		Envase de vidrio de 290 gr
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Color:	Rojo
	Olor:	Aroma similar a la acelga
	Sabor:	Vegetal muy suave
	Textura:	Firme y tierna
TIEMPO DE CONSERVACIÓN	DE	Temperatura ambiente entre 15 – 25°C con humedad inferior al 80%
CONSIDERACIONES PARA SU ALMACENAMIENTO	PARA	Conservar en un lugar fresco y seco, después de abierto refrigerar.

Fuente: Elaboración propia

Límite máximo de residuos de pesticidas del pimiento piquillo para España

Horto Info (2019) en su publicación semanal de portada, publicó que otras 5 alertas por residuos de pesticidas en la campaña 2019, informando que el sistema de alerta rápida para alimentos y piensos, emitió las alertas por una gran cantidad de residuos de pesticidas que provinieron de Turquía, encontrando en sus pimientos una cantidad y/o proporción de 0'14 miligramos por kilo, siendo su límite máximo de los residuos (LMR) el 0'01 miligramos por kilo el mínimo detectable.

Precio

Se propone que el precio del pimiento piquillo en conserva es estándar de por sí, pues tienen precios ya determinados o un rango cierto rango por lata de conserva, pues a la hora de hacer una cotización, en el correo que envían los compradores o clientes, suelen hacer énfasis en que les hagan el costeo por lata de conserva, todo esto según ya conversado previamente con la gerenta de la empresa Agroindustrias Salas y también el contador previamente.

Plaza

El pimiento piquillo en conserva tiene como mercado meta la séptima ciudad más poblada de España, Murcia. Además, estará dirigido a hombres y mujeres que comprenden las edades de 15-50 años de edad. Murcia, tiene aproximadamente 1.510,951 millones de habitantes, de las cuales 258.486 son hombres en el rango de 15-25 años y 299.523 en el rango de 25-50 años; en mujeres 108.598 millones de habitantes que comprenden las edades entre 15-25 años y 112.651 en el rango de 25-50 años.

Promoción

Actualmente, una de las principales fuentes de promoción es el poder de las redes sociales, que permiten llegar de manera eficaz y sencilla al mercado meta. Se propone que la Empresa Agroindustrias Salas debe implementar el uso de estas plataformas para dar a conocer constantemente el producto de exportación.

También, se debe participar en ferias de carácter internacional y en ruedas de negocios, donde los empresarios interesados puedan apreciar la calidad del producto ofrecido por la Empresa Agroindustrias Salas.

A continuación, se presenta las principales ferias del sector alimentos realizadas en el Perú:

Tabla 36.*Ferias internacionales*

Nombre de la Feria	Fecha y Lugar
Expoalimentaria	Lima, 30 set-15 nov edición 2020
Expo Perú Norte	Chiclayo, 26-29 de abril

Fuente: Elaboración propia**3.2.4.5. Viabilidad económica y financiera del plan de negocios****I. COSTOS DE PRODUCCION DEL PIMIENTO PIQUILLO****1.1 Personal de Preparación de la materia Prima****Tabla 37.***Personal de preparación de la materia prima*

AREAS	MUJERES	HOMBRES	SUELDO MENSUAL USD
Estibadores	3	0	\$1,350
Quemado y Pelado	0	2	\$900
Despepitado	20	0	\$9,000
Envasado	16	0	\$7,200
Total	39	2	\$18,450

Fuente: Elaboración propia**1.2 Personal de Envasado de Conservas y Empacado****Tabla 38.***Personal de envasado de conservas y empacado*

AREAS	MUJERS	HOMBRES	SUELDO MENSUAL USD
Cerrado	1	2	\$1,350
Tr. Térmico	0	1	\$450
Limpieza y Empaque	2	0	\$900
Total	3	3	\$2,700

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39.

Total línea de pimiento piquillo

TOTAL, LINEA DE PIMIENTO PIQUILLO	42	5	\$21,150
--	-----------	----------	-----------------

Fuente: Elaboración propia

1.3 Personal de Mantenimiento

Tabla 40.

Personal de mantenimiento

ÁREAS	MUJERES	HOMBRES	SUELDO MENSUAL USD
Calderista	0	1	\$450
Frigorista	0	1	\$450
Mecánico de Turno	0	1	\$450
Total	0	3	\$1,350

Fuente: Elaboración propia

1.4 Gastos Indirectos, Indirectos de Fabricación y Generales Administrativos

Tabla 41.

Gastos indirectos

Gastos Indirectos	Monto
	\$800

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42.

Gastos Indirectos de Fabricación

Gastos Indirectos de Fabricación	Monto
	\$1,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43.

Gastos Generales Administrativos

Gastos Generales Administrativos	Monto
	\$1,000

Fuente: Elaboración propia

1.5 Personal de Mantenimiento

Tabla 44.

Personal de Mantenimiento

AREAS	SUELDO MENSUAL USD
Control de Materia Prima	\$600
Control de Envasado de la Conserva	\$600
Total	\$1,200

Fuente: Elaboración propia

II. MATERIA PRIMA

Tabla 45.

Materia prima

Total de días útiles	30		PRECIO USD	PRECIO POR KILO
Acopio promedio del día	3.3	TON	\$2,970	0.90
TOTAL ACOPIO	DE 100	TON	\$90,000	0.90

Fuente: Elaboración propia

III. DISTRIBUCION DE LA MATERIA PRIMA

Tabla 46.

Distribución de la Materia Prima

	PORCENTAJE	TONELADAS	UNIDADES POR CAJA	UNIADES POR CONT 20'	PESO DE LA MATERIA PRIMA	TONELADAS
Conserva Lata A- 10 Extra	25%	TON	6	1920	17280	TON
Conserva Lata 15oz Extra	50%	TON	24	15360	4193.3	TON
Conserva Frasco	10%	TON	24	15360	4450.4	TON

Extra 290gr						
Conserva Frasco Extra 315ml	10%	TON	12	7680	1551.36	TON
Conserva Frasco Trozo 315ml	5%	TON	12	7680	1551.36	TON

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la Distribución de la Materia Prima, en la celda de Conserva Frasco Extra 290gr, se ha marcado de color amarillo, pudiendo hacer énfasis en que nuestra tesis estará enfocada en esa mercadería en especial, ya que en nuestras encuestas se puede apreciar una buena aceptación de dicho producto. Este producto en el 100% de la compra de la materia prima es el 5% de aquella, ya que estamos hablando de un solo contenedor.

Tabla 47.

Precio por dos contenedores

10% del 100% de la Materia Prima por mes	Precio por dos contenedores de 20'
9000	8900.8

Fuente: Elaboración propia

También se puede apreciar que si se desearía exportar dos contenedores por mes el precio sería de 8900.8 dólares de 9000 dólares, teniendo un residuo de 99.20 dólares, que aquello se repartiría de manera gratuita entre los trabajadores y trabajadoras de la mano de obra de la empresa.

IV. INSUMOS DEL PROCESO

Tabla 48.

Insumos del Proceso

NOMBRE	UNIDAD	REQ.	PRECIO SOLES	PRECIO USD
Lata 15oz	Unidades	46080	9,126	2,363.08
Lata A10 Extra	Unidades	22464	8,985	2,363.08
Parihuelas	Unidades	210	12,600	3,230.77
Marco para parihuelas	Unidades	110	1,650	423.08
Vaselina	Galones	16	2,560	656.41
Strech film	Rollos	147	2,940	753.85
Frascos 290gr	Unidades	30720	7,680	1,969.23
Frascos 325ml	Unidades	30720	10,752	2,756.92
Tapa azul diámetro 63mm	Unidades	16817	1,681.70	431.21
Tapa blanca diámetro 63mm	Unidades	30536	3,053.60	782.97
Pastilla lata 1/2kg	Kg	365	3,650	935.90
Pastilla Frasco 315mm	Kg	181	2,715	696.15
Azúcar blanca	Kg	582	2,037	522.31
Ajos	Kg	42	448	115.12
TOTAL			699,69.88	17,940.99

Fuente: Elaboración propia

V. INSUMOS DEL MANTENIMIENTO

Tabla 49.

Insumos del Mantenimiento

NOMBRE	UNIDAD	REQ.	PRECIO SOLES	PRECIO USD
Petróleo D-2 de quemado	Galones	2000	14,420	3,697.44
Petróleo R-500	Galones	1667	4,934.32	1,265.21
Grasa de Mantenimiento	Kg	39	819	210.00
Grasa para Rodamiento	Kg	2	83.80	21.49
TOTAL			20257.12	5,194.13

Fuente: Elaboración propia

VI. INVERSION TOTAL Y POR CONTENEDOR

Tabla 50.

Mano de Obra y Producción Total 100%

MANO DE OBRA Y PRODUCCION TOTAL 100% DE LAS 100TN DEL PIMIENTO PIQUILLO	
TOTAL	\$139.635.13

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51.

Mano de Obra y Producción Total del 5%

MANO DE OBRA Y PRODUCCION TOTAL DEL 5% DEL 100% DE LAS 100TN DE LA MATERIA PRIMA DEL PIMIENTO PIQUILLO	
TOTAL DE LA MANO DE OBRA Y PRODUCCION 5% DEL PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA DE 290gr	\$6,981.76
PRECIO DE LA MATERIA PRIMA	4,005.35
INVERSION POR CONTENEDOR	10,987.12

Fuente: Elaboración propia

VII. COSTOS DE EXPORTACION

Tabla 52.

Costos de Exportación

DESCRIPCION DEL COSTE	
	Coste total EXW
COSTE DE FABRICACION	\$10,987.12
Valor total del coste de fabricación de la mercadería	
Coste total de producción	
Costes comerciales y fijos de la empresa	
Embalaje del producto	
Certificados y licencias del producto para su exportación	

Coste de documentación de exportación (Cert.Origen, etc)

Costes financieros y bancarios (Carta de crédito)

COSTE DE CARGA EN FABRICA \$486.00

Costo de la carga del producto al contenedor

TRANSPORTE INTERNO EN PAIS DE ORIGEN \$1,121.40

Total del coste del transporte desde la fábrica hasta puerto local

INCLUYE LOS SIGUIENTES COSTES:

Transporte hasta almacén del puerto o transportista

Coste del almacenaje del transportista

Transporte desde el almacén hasta el terminal

COSTE DE TRAMITES Y ADUANERA DE EXPORTACION \$752.60

Gastos relacionados con el despacho de aduanas de exportación

INCLUYE LOS SIGUIENTES COSTES:

Coste del despacho de aduanas

Coste agente aduanero

Coste emisión documentos de transporte (B/L Marítimo)

FCA FRANCO CALCULAR FCA TRANSPORTISTA \$13,347.12

TASAS, ESTIBA Y MANIPULACION DE LA \$332.00

MERCANCIA EN LA TERMINAL DE ORIGEN			
Colocación de la carga en barco			
INCLUYE LOS SIGUIENTES COSTES:			
Gastos por manipulación en la terminal			
Coste de almacenaje en puerto			
FOB BORDO	FRANCO A	CALCULAR FOB	\$13,679.12
TRANSPORTE INTERNACIONAL		\$1,290.00	\$14,969.12
Coste del flete marítimo			
CPT PAGADO HASTA O CFR COSTO Y FLETE	TRANSPORTE	CALCULAR CPT/CFR	\$15,719.12
COSTE DE LA PRIMA DEL SEGURO DE LA MERCANCIA		\$750.00	
Coste del seguro de la mercancía			
CIF COSTE, SEGURO Y FLETE O TRANSPORTE Y SEGURO HASTA	CALCULAR CIF/CIP		\$16,469.12
COSTES DE ESTIBA Y MANIPULACION DE LA MERCANCIA EN LA TERMINAL DE DESTINO		\$78.00	
Estiba y manipulación del flete marítimo			
ARANCEL SOBRE LA MERCANCIA	-		
Arancel para España 0%			

OTROS IMPUESTOS, TASAS O GASTOS POR IMPORTACION	\$5447.54	21%
Impuesto de IVA 21%		
COSTE DE TRAMITES Y GESTION ADUANERA DE IMPORTACION	\$247.00	
Coste de la gestión aduanera		
TRANSPORTE INTERNO EN PAIS DE DESTINO	\$300.00	
Coste total desde la salida del puerto hasta el punto de entrega		
COSTE DE LA DESCARGA AL CLIENTE	\$112.00	
Coste de la descarga de la mercancía en el punto acordado		
DPU ENTREGA EN LUGAR DE DESCARGA	CALCULAR DPU	\$22,653.66
<i>Fuente: Elaboración propia</i>		

VIII. BENEFICIO DEL EXPORTADOR

Tabla 53.

Beneficio del Exportador

BENEFICIO DEL EXPORTADOR	DEL \$7,928.78	
PORCENTAJE DESEADO GANANCIA	35% DE	\$30,582.44

Fuente: Elaboración propia

IX. PRECIO POR UNIDAD Y COSTOS TOTALES DE EXPORTACION

Tabla 54.

Precio por unidad

PRECIO POR UNIDAD	\$1.99
--------------------------	--------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55.

Costos totales de exportación

COSTOS ÚNICOS SOLOS DE EXPORTACION	\$11.666.54
---	-------------

Fuente: Elaboración propia

X. PROYECCION DE VENTAS

Tabla 56.

Proyección de ventas- 2021

2021	Mes	PROYECCION	INCREMENTO
ENERO	1	\$ 30,582.44	0.5%
FEBRERO	2	\$ 30,735.35	
MARZO	3	\$ 30,888.27	
ABRIL	4	\$ 31,041.18	
MAYO	5	\$ 31,194.09	
JUNIO	6	\$ 31,347.00	
JULIO	7	\$ 31,499.92	
AGOSTO	8	\$ 31,652.83	
SETIEMBRE	9	\$ 31,805.74	
OCTUBRE	10	\$ 31,958.65	
NOVIEMBRE	11	\$ 32,111.56	
DICIEMBRE	12	\$ 32,111.56	
		\$ 32,417.39	
	TOTAL ANUAL	\$ 377,081.52	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 57.

Proyección de ventas-2022

2022	Mes	PROYECCION	INCREMENTO
ENERO	1	\$ 32,417.39	0.7%

FEBRERO	2	\$ 32,644.31
MARZO	3	\$ 32,871.23
ABRIL	4	\$ 33,098.15
MAYO	5	\$ 33,325.08
JUNIO	6	\$ 33,552.00
JULIO	7	\$ 33,778.92
AGOSTO	8	\$ 34,005.84
SETIEMBRE	9	\$ 34,232.76
OCTUBRE	10	\$ 34,459.68
NOVIEMBRE	11	\$ 34,686.61
DICIEMBRE	12	\$ 34,913.53
		\$ 35,140.45
	TOTAL ANUAL	\$ 403,985.51

Fuente: Elaboración propia

Tabla 58.

Proyección de ventas-2023

2023	Mes	PROYECCION	INCREMENTO
ENERO	1	\$ 35,140.45	0.9%
FEBRERO	2	\$ 35,456.71	
MARZO	3	\$ 35,772.98	
ABRIL	4	\$ 36,089.24	
MAYO	5	\$ 36,405.51	
JUNIO	6	\$ 36,721.77	
JULIO	7	\$ 37,038.03	
AGOSTO	8	\$ 37,354.30	
SETIEMBRE	9	\$ 37,670.56	
OCTUBRE	10	\$ 37,986.83	
NOVIEMBRE	11	\$ 38,303.09	
DICIEMBRE	12	\$ 38,619.35	
	TOTAL ANUAL	\$ 442,558.83	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 59.

Suma de la tasa del incremento anual en 3 años

SUMA DE LA TASA DEL INCREMENTO ANUAL EN 3 AÑOS
2.1%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60.

Tasa del Incremento Anual

TASA DEL INCREMENTO MENSUAL
0.5%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61.

Total de ingresos anuales en 3 años

TOTAL DE INGRESOS ANUALES EN 3 AÑOS
\$
1,223,625.85

Fuente: Elaboración propia

XI. FLUJO DE CAJA

Tabla 62.

Flujo de caja por contenedor

	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
FLUJO DE CAJA POR CONTENEDOR DEL PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA DE 290gr	ENE RO	FEBR ERO	MAR ZO	ABRI L	MAY O	JUNI O	JULI O	AGO STO	SETIE MBRE	OCTU BRE	NOVIE MBRE	DICIE MBRE
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 10,98 7.12	\$ 10,987. 12	\$ 10,98 7.12	\$ 10,98 7.12	\$ 10,98 7.12	\$ 10,98 7.12	\$ 10,98 7.12	\$ 10,98 7.12	\$ 10,987.1 2	\$ 10,987. 12	\$ 10,987.1 2	\$ 10,987.1 2
COSTOS DE EXPORTACIÓN	\$ 11,66 6.54	\$ 11,666. 54	\$ 11,66 6.54	\$ 11,66 6.54	\$ 11,66 6.54	\$ 11,66 6.54	\$ 11,66 6.54	\$ 11,66 6.54	\$ 11,666.5 4	\$ 11,666. 54	\$ 11,666.5 4	\$ 11,666.5 4
TOTAL	\$ 22,65 3.66	\$ 22,653. 66	\$ 22,65 3.66	\$ 22,65 3.66	\$ 22,65 3.66	\$ 22,65 3.66	\$ 22,65 3.66	\$ 22,65 3.66	\$ 22,653.6 6	\$ 22,653. 66	\$ 22,653.6 6	\$ 22,653.6 6

Fuente: Elaboración propia

Tabla 63.*Flujo de caja anual por contenedor*

	AÑO	AÑO	AÑO
FLUJO DE CAJA POR CONTENEDOR DEL PIMIENTO PIQUILLO EN	2021	2022	2023
CONSERVA DE 290gr			
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 131,845.40	\$ 131,845.40	\$ 131,845.40
COSTOS DE EXPORTACIÓN	\$ 139,998.54	\$ 139,998.54	\$ 139,998.54
TOTAL	\$ 271,843.94	\$ \$ 271,843.94	\$ \$ 271,843.94

Fuente: Elaboración propia

XII. VAN Y TIR

Tabla 64.

Resumen anual

	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3
INVERSION INICIAL	22,653.66			
FLUJO DE CAJA	- 271,843.94	377,081.52	403,985.51	442,558.83

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65.

VAN

VAN	886,172.36
------------	-------------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 66.

TIR

TIR	133%
------------	-------------

Fuente: Elaboración propia

Entonces se puede apreciar y observar que el plan de negocio de exportación del pimiento piquillo en conserva para el mercado de España, con un mercado objetivo situado en la región de Murcia es rentable, quiere decir que genera valor pues el VAN es mayor o superior a 0.

3.3. Consideraciones finales

De acuerdo a la investigación se identificó que la Empresa Agroindustrias Salas no logró exportar el pimiento piquillo en conserva a ningún mercado, debido a que no cuenta con un estudio de mercado para que pueda exportar el producto; sin embargo, tiene buena capacidad de producción porque cuenta con los implementos y la mano de obra suficiente para abastecer a los clientes. También, con la selección de proveedores se pudo concluir que se trabajará con la empresa ECOSAC Agrícola, que cuenta con capacidad de suministro de la materia prima, abasteciendo hasta 120 TN.

De la misma manera, se pudo identificar que el mercado español para exportar el pimiento piquillo en conserva es la región de Murcia, ya que cuenta con un consumo per cápita anual de 125, 519 ml personas, pudiendo abastecer a una pequeña población con buena demanda.

También, con la estructura de los costos se logró demostrar que el plan de negocios para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España es viable, pues en el marco económico financiero se obtuvo un Valor Actual Neto de 886,172.36 lo que significa que es mayor a 0 y una Tasa Interna de Retorno de 133%; por lo tanto, indica que genera un alto valor de rentabilidad.

Se recomienda la tercerización de la materia prima por la empresa ECOSAC Agrícola, ya que es la que presenta mejor precio incluido el costo logístico hasta la planta de Agroindustrias Salas. Sin embargo, se puede debatir otras opciones como empresa, pero según los resultados obtenidos, ECOSAC es la más óptima.

Así mismo, se recomienda que el mercado de España es el mejor país para exportar el pimiento piquillo en conserva, se posiciona como uno de los 10 principales mercados de destino de las exportaciones de Perú y uno de los principales mercados de ventas para los capsicum que salen de nuestro país. De la misma manera, la empresa debe usar lo incoterm FOB, CIF O DPU.

Para la exportación del producto, se recomienda que el envase más adecuado es un frasco de vidrio y una presentación de 290 gramos.

Finalmente, se recomienda tener en cuenta los resultados de la investigación con el fin de considerar la actual como un soporte teórico para futuros estudios de la misma línea de investigación.

REFERENCIAS

- ADEX (2019). *Exportaciones agrarias de Lambayeque sumaron US\$ 163 millones*. Noticias El Economista América Perú. Recuperado el 12 de junio del 2019, de: <https://www.economistaamerica.pe/economia-eAmperu/noticias/9936273/06/19/Exportaciones-agrarias-de-Lambayeque-sumaron-US-163-millones.html>
- AGAP. (2018). *Exportaciones de pimiento piquillo en conserva muestran moderado crecimiento*. Recuperado el 28 de febrero del 2018, de: <https://agapperu.org/noticias/exportaciones-pimiento-piquillo-conserva-muestran-moderado-crecimiento/>
- Balanko, G. (2015). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Carballo, V. y Soriano, Y. (2021). Tesis: *Plan de exportación para pasta de ají rocoto de la empresa Kuri Nectar S.A.C mercado de California-Estados Unidos 2016-2018*. Universidad Señor de Sipán. Recuperado, desde: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9383/Carballo%20Fasa%20Vitia%20%26%20Soriano%20Mirez%20Ylita.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrión, P. (2017). *Lambayeque lidera la producción y exportación de capsicum a escala nacional*. Agencia peruana de noticias ANDINA. Recuperado el 15 de octubre del 2017, de: <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-lidera-produccion-y-exportacion-capsicum-a-escala-nacional-686283.aspx>
- Centenera, J. (2010). *Plan de Negocio Internacional*. Madrid: ESIC.
- Diario El País. (2016). *El picante de América crece en la huerta, emprendedores de España siembran y comercializan distintos tipos de chile*. Recuperado el 12 de abril del 2016, de: https://elpais.com/cultura/2016/04/11/actualidad/1460401609_653243.html
- Diario del Exportador (2016), *¿Cuáles son las ventajas y desventajas del exportador en su empresa?*. Recuperado de: <https://www.diariodelexportador.com/2016/08/cuales-son-las-ventajas-y-desventajas.html>

- Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4ª edición). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Horto Info (2019). *Otras 5 alertas por residuos de pesticidas en pimiento de Turquía, 40 esta campaña*. Recuperado el 06 de mayo del 2019, de: <http://www.hortoinfo.es/index.php/8113-res-pim-turq-060519>
- León, J. (2019). *Exportación de pimiento piquillo en conserva cae en valor 18.3% en el primero semestre del 2019*. Agencia Agraria de Noticias. Recuperado el 19 de julio del 2019, de: <https://agraria.pe/noticias/exportacion-de-pimiento-piquillo-en-conserva-cae-en-valor-18-19488>
- Lorren, I. (2019). Tesis: *Gestión de proveedores para la reducción de costos de exportación de ají pprika molido hacia el mercado de Estados Unidos de la empresa Mecainnova SAC en los años 2016-2017*. Universidad San Martín de Porres. Chiclayo. Perú. Recuperado, desde: file:///C:/Users/t0%C3%B1/Desktop/lorren_si.pdf
- Mamani, A. (2019). Tesis: *Producción y exportación de aj paprika de las empresas productoras de Lima Metropolitana al mercado estadounidense en el año 2017*. Universidad César Vallejo. Lima. Perú. Recuperado, desde: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41165/Mamani_SAE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Minervini, N. (2015). *Ingeniería de la Exportación, La ruta para internacionalizar su empresa*. España: ISBN.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos del Marketing*. (1ª edición). España: Servei de Comunicació i Publicacions.
- Palacios, S. (2018). Tesis: *Impacto económico del Registro Food and Drug Administration (FDA) en la Comercialización Internacional a Estados Unidos de pimiento morrón de las empresas exportadoras de Lambayeque, 2015-2017*. Universidad Señor de Sipán. Pimentel. Perú. Recuperado, desde: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5057/Palacios%20Moreno%20Sergio%20Guillermo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Promperú (2016). *Distribución Física Internacional – DFI*
<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9157E8CF-1B2C-4014-95C6-BD936988CCA0.PDF>
- Ramos, E. (2019). *Exportación de pimiento piquillo en conserva cerró 2018 en US\$ 39.7 millones*. Agencia Agraria de Noticias. Recuperado el 07 de febrero del 2019, de: <https://agraria.pe/noticias/exportación-de-pimiento-piquillo-en-conserva-cerro-2018-en-u-18372>
- Revista SINEMBARGO. (2020). *Restaurantes cerrados en EU por el COVID-19, recortan hasta 20% de las exportaciones agrícolas en México*. Recuperado el 12 de mayo del 2020, de: <https://www.sinembargo.mx/12-05-2020/3590839>
- RICA. (2019). *España exporta más pimiento que nunca. Alemania y Suecia, los que mejor pagan*. Recuperado el 25 de febrero del 2019, de: <http://ricaa.chil.me/post/espana-exporta-mas-que-nunca-alemania-y-suecia-los-que-mejor-lo-pagan-248345>
- Riquelme, J. (2020). Tesis: *Potencial comercial del mercado de Estados Unidos para la exportación de binzas de pimiento piquillo de “El Vichayo”, Mallaritos, Sullana, 2020*. Universidad César Vallejo. Piura. Perú. Recuperado, desde: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83369/Riquelme_SJV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Toro, I. y Parra, D. (2006). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Universidad EAFIT.
- Torres, C. (2021). Tesis: *Exportación de ají paprika de una empresa productora peruana de la provincia de Barranca y el TLC con México, Lima, 2021*. Universidad César Vallejo. Lima. Perú. Recuperado, desde: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/88000/Torres_CCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vargas, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820)*. (1ª edición). Málaga: IC Editorial.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. (1ª edición). Lima: USAID.

ANEXOS

ANEXO 01

Autorización para el recojo de información



AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS S.R.L.

Ciudad, Chiclayo del 03 de
Octubre del 2022

Quien suscribe:

Ing. Gorette Guerrero Burga

Representante Legal – Empresa: Agroindustrias S.R.L.

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: Plan de negocios para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas, 2020 - 2023

Por el presente, el que suscribe, señor (a, ita) Gorette Guerrero Burga,

representante legal de la empresa: Agroindustrias Salas S.R.L., AUTORIZO a los alumnos: Renzo Augusto Vargas Montenegro y Marcos Antonio Chapoñan Zapata, identificados con DNI N° 73323331 y 73135447, estudiantes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, y autores del trabajo de investigación denominado Proyecto de tesis para el plan de negocios para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas S.R.L., al uso de dicha información que conforma el expediente técnico, así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de pregrado, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.

Ing. Gorette M. Guerrero Burga
GERENTE

Nombre y Apellidos: DNI N° 16675710

Cargo de la empresa: Gerenta

ANEXO 02

ENTREVISTA APLICADA A TRES EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR

El siguiente instrumento de recolección de datos pretende determinar aspectos importantes para la exportación de pimienta piquillo en conserva al mercado de España de la Empresa Agroindustrias Salas, 2020-2023. Responda según corresponda. Gracias por su atención y tiempo.

1. ¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimienta piquillo en conserva?
2. ¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España?
3. ¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?
4. ¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?
5. ¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimienta piquillo en conserva?
6. ¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimienta piquillo en conserva?
7. ¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?
8. ¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimienta piquillo en conserva al mercado de España?
9. ¿Puede mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimienta en conserva al mercado español?
10. ¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimienta piquillo en conserva al mercado de España?

ANEXO 03

**ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA
AGROINDUSTRIAS SALAS**

Estimado entrevistado, el siguiente instrumento de recolección de datos pretende determinar aspectos importantes acerca de la producción de la empresa Agroindustrias Salas. Responda según corresponda. Gracias por su atención y tiempo.

1. ¿Cree que la empresa está preparada para exportar el pimiento piquillo en conserva?
¿Por qué?
2. ¿La empresa Agroindustrias Salas puede abastecer al mercado al que estamos apuntando en el plan de negocios de exportación? ¿Por qué?
3. ¿Qué ventajas cree que podría obtener la empresa mediante este plan de negocios?
4. ¿Ha encontrado dificultades para exportar anteriormente?
5. ¿Cree que es viable exportar para el mercado de España, específicamente a la ciudad de Murcia?
6. ¿Tiene alguna idea de cuánto importa España cualquier tipo de pimiento en conserva?
7. ¿Estaría dispuesto si este plan de negocios resulta viable, ponerlo en práctica en la empresa? ¿Por qué?
8. ¿Cree que su producto pueda competir frente a la competencia de España del pimiento piquillo? ¿Por qué?
9. ¿Cómo sería el proceso para la obtención del pimiento piquillo?
10. ¿Para apreciación suya, cuál sería otro potencial mercado del pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?

ANEXO 04

ENCUESTA APLICADA A LOS POSIBLES CLIENTES EN ESPAÑA

Marque con (x) la respuesta que crea conveniente.

1. Contamos con el corte inglés del pimiento piquillo, ¿Sería de su agrado ese tipo de presentación?
a) SI b) NO
2. Existe el pimiento piquillo verde y rojo, ¿Le gustaría el de color rojo?
a) SI b) NO
3. ¿Le gustaría una presentación de 290 gramos?
a) SI b) NO
4. ¿Le gustaría una presentación en frasco de vidrio?
a) SI b) NO
5. ¿Le gustaría que en la legislación del producto en conserva, también esté especificado que certificados cuenta?
a) SI b) NO
6. ¿Cree que el pimiento piquillo del Perú es de buena calidad?
a) SI b) NO
7. ¿Le gustaría que pongamos en el contenido de la conserva, alguna receta práctica y rápida de cómo preparar el pimiento piquillo?
a) SI b) NO
8. ¿Usted cree que el pimiento piquillo tiene beneficios en la salud?
a) SI b) NO
9. ¿Cree que un precio bajo del producto del pimiento piquillo, diera a entender que es de mala calidad?
a) SI b) NO
10. ¿Usted ha consumido el pimiento piquillo?
a) SI b) NO

ANEXO 05

ENTREVISTA APLICADA A LA LIC. SHEYLA CHAVESTA PAICO-EXPERTA EN COMERCIO EXTERIOR

1. ¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimienta piquillo en conserva?

Las políticas que se suelen incentivar son mayoritariamente los certificados sanitarios, porque cada país tiene una regulación distinta, entonces hay que acatarlas a la perfección para la entrada de los productos, en especial las conservas o frescos.

2. ¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España?

Depende mucho del país a exportar, en mi experiencia lo mejor siempre es usar el FOB, pero uno nunca sabe con lo que se pueda topar, porque donde trabajo se usa ese incoterm para el mercado de España, la mejor opción sería tener los precios en FOB, CIF Y DDP.

3. ¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?

El inconveniente con el mercado europeo sería no poder cumplir con los límites de residuos permitidos, y un gran problema es no cumplir con los temas de inocuidad, porque no solamente te van a pagar el precio, si no también te van a censurar. Otro punto también se tiene que saber con el cliente como va a ser la forma de pago.

4. ¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?

Investigando el mercado español y en base a mi experiencia en exportaciones, considero que los pimientos tienen mucha demanda en España y más por parte del Perú, ya que son de gran calidad y España es uno de los principales destino a exportar en el país.

5. ¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimienta piquillo en conserva?

Directa es cuando te contactas con el comprador (la empresa española), a la cual se le va a vender el producto, tienes el contacto, una cotización y una preforma.

6. ¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimiento piquillo en conserva?

En este caso, en exportación indirecta las formas son cuando contactas a una empresa o persona (Broker).

7. ¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?

En el tema de promoción, es importante que tenga una página web, la empresa debe ir visualizándose en participar en ferias internacionales y misiones comerciales. La compañía se tiene que apuntar a las que son de productos alimenticios como por ejemplo tenemos una feria llamada Fruit Logística.

8. ¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

Factura Comercial, el conocimiento de embarque si es marítimo (BL), certificado sanitario por ser un producto alimenticio, packing list y algún certificado opcional que te pueda pedir el cliente.

9. ¿Puede mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimiento en conserva al mercado español?

Los antes mencionados son los documentos comerciales.

10. ¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

Conocimiento de embarque, como es un transporte marítimo el BL, de preferencia se debe trabajar con la emisión en destino, para darle facilidad al cliente de poder retirar el contenedor.

ANEXO 06

ENTREVISTA APLICADA A LA MG. DANNA JIMÉNEZ BOGGIO-DIRECTORA DE LA GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO LAMBAYEQUE

1. ¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimiento piquillo en conserva?

En el caso de la exportación no es cualquier política de regulación, en el tema de conservas son los certificados sanitarios, debemos recordar que en las exportaciones son no arancelarias, ya que no tenemos impuestos para exportar, entonces las únicas regulaciones para estos productos son sanitarias, no existe más regulaciones, porque el resto es para acogerse al beneficio de certificaciones del país de destino.

2. ¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España?

Regularmente casi el 95% de las exportaciones en el Perú se realizan en FOB y esto que el mercado de destino es por un tema de liquidez de los exportadores, porque hasta el cliente es uno de los costos más altos que se tienen dentro de una cadena logística y por lo tanto los exportadores no lo quieren asumir y se hace en FOB. Hay algunos porcentajes de exportaciones en el CFR o CIF pero son mucho más pequeñas, no existe problemas con el destino a España.

3. ¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?

No creo que se tenga inconvenientes, pero sí creo con el tema de control de calidad, ellos son muy rigurosos con ese tema, por ejemplo, con los plazos, pero más que eso no, lo que sí tiene un valor agregado son las certificaciones.

4. ¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?

Sí, España está dentro de los 10 principales mercados de destino de las exportaciones de Perú, también es uno de los principales mercados de ventas para los capsicum que salen de nuestro país, así que sí considero que es un mercado bastante potencial.

5. ¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimiento piquillo en conserva?

Regularmente cuando el trato es directo, es con el supermercado y es que no es directa pero igual por ejemplo es una exportadora, al igual que un tercero puede trabajar con distribuidores que son muy comunes en España.

6. ¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimiento piquillo en conserva?

A través de un distribuidor, ya no por un supermercado detallista, si no por un wholesaler o mayorista.

7. ¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?

Hay diferentes herramientas para promocionar los productos de exportación, para ella tiene la participación de ferias internacionales.

8. ¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

Tenemos factura comercial o boleta electrónica, una lista de empaque o packing list, el certificado de origen; porque como estamos hablando de España y tenemos un tratado de libre comercio con la unión europea, se tiene que aprovechar y acogernos a esos beneficios arancelarios, este certificado de origen puede ser virtualizado o reemplazado por una declaración de origen a través de una certificación llamada certificación de exportador autorizado bajo la unión europea; tenemos también el documento de transporte (Bill of Lading) y el certificado sanitario si es que lo piden.

9. ¿Puede mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimiento en conserva al mercado español?

Lo que acabo de mencionar, los opcionales pueden ser los certificados de peso o algunos certificados de calidad.

10. ¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

En el transporte, el Bill of Lading, porque hacer un envío de pimiento piquillo en conserva vía aérea no es muy rentable, así que la opción mucho más óptima sería vía marítima, entonces estaríamos hablando de un conocimiento de embarque y también debido a toda la coyuntura que estamos viviendo sería un trámite vía digital.

ANEXO 07

ENTREVISTA APLICADA AL MG. ALBERTO PANTALEON PROFESOR DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN Y EXPERTO EN COMERCIO EXTERIOR

1. ¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimiento piquillo en conserva?

Mayormente son políticas que incentivan, tenemos el plan estratégico nacional exportador, la cual hay todo un plan para diversificar mercados, diversificar la oferta exportable, el desarrollo de la cultura exportadora, la facilitación del comercio. Lo que quiere el estado es que exportemos cada día más. Hay una política comercial de gobierno para incentivar a todo lo que se refiere a exportaciones.

2. ¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España?

Ahora regularmente se está trabajando con CIF, si hablamos de pimiento piquillo es en conservas y se envía por frasco, entonces hay que asegurar la mercancía por cualquier daño que pudiera presentarse, como el envase es frágil y podría ocasionar alguna pérdida, entonces recomiendo un CIF.

3. ¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?

El principal problema es el tema de sanidad en todo mercado y los límites máximos residuales de pesticidas, si bien es cierto hemos tenido un impacto de lo que es exportaciones de todo tipo de pimientos, pero ahora de acuerdo a las estadísticas estamos en caída debido a problemas de sanidad.

4. ¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?

El mercado español es un potencial cliente, por lo que las exportaciones del pimiento piquillo van principalmente para allá, pero se tiene que tener mucho cuidado con el tema de sanidad, porque soy muy exigentes en ese sentido.

5. ¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimiento piquillo en conserva?

Hablando de exportación directa, es conseguir un cliente directo.

6. ¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimiento piquillo en conserva?

En exportación indirecta sería conseguir un intermediario o brokers.

7. ¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?

Participando en ferias internacionales y para ello presentar muestras de los productos y la presencia de la marca a nivel internacional también es importante.

8. ¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

Te van a exigir un certificado sanitario de calidad y límite máximo residual de pesticidas.

9. ¿Puede mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimiento en conserva al mercado español?

En este punto sería la factura comercial, packing list, conocimiento de embarque si es marítimo (BL), certificado de origen, entre otros.

10. ¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado de España?

Si es vía marítima tiene que ser un Bill of Lading, que sería en este caso lo más razonable.

ANEXO 08

ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS

1. **¿Cree que la empresa está preparada para exportar el pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?**

Sí, la empresa se encuentra preparada para poder exportar el pimiento piquillo en conserva, porque tenemos experiencia exportando.

2. **¿La empresa Agroindustrias Salas puede abastecer al mercado al que estamos apuntando en el plan de negocios de exportación? ¿Por qué?**

Se tendría que plantear cuanto es lo que se va a exportar, pero como para iniciar sería un contenedor o dos por mes del pimiento piquillo, para ya ir viendo como nos va, si podríamos hacerlo.

3. **¿Qué ventajas cree que podría obtener la empresa mediante este plan de negocios?**

La ventaja con el sustento de la tesis sería que tendríamos una exportación con mayor conocimiento al contar con el apoyo de ustedes, también en el proceso logístico, el conocimiento en el proceso ya lo tenemos y básicamente sería con la ayuda de su investigación de este producto.

4. **¿Ha encontrado dificultades para exportar anteriormente?**

No, no hemos tenido dificultades exportando anteriormente.

5. **¿Cree que es viable exportar para el mercado de España, específicamente a la ciudad de Murcia?**

Sí es viable, porque la región de Murcia es una de las ciudades que tiene mayor consumo de pimiento; así mismo, ha sido la ciudad más industrial, también por el pasar de los años las fábricas ya no están trabajando, han caído y es por eso que han dejado un mercado insatisfecho.

6. ¿Tiene alguna idea de cuánto importa España cualquier tipo de pimiento en conserva?

La cantidad en estos momentos no la tengo, pero sé por amistades de otras agroexportadoras que la demanda sí es bastante.

7. ¿Estaría dispuesto si este plan de negocios resulta viable, ponerlo en práctica en la empresa? ¿Por qué?

Claro, por supuesto, se pone en práctica inmediatamente por la experiencia que tenemos en el proceso mismo y por el estudio de mercado que ustedes han venido realizando en su tesis.

8. ¿Cree que su producto pueda competir frente a la competencia de España del pimiento piquillo? ¿Por qué?

Bueno, nuestros precios ya son estandarizados, lo que podríamos nosotros hacer es ajustar más el manejo de materia prima y ser más eficientes en el proceso para ingresar con un precio competitivo.

9. ¿Cómo sería el proceso para la obtención del pimiento piquillo?

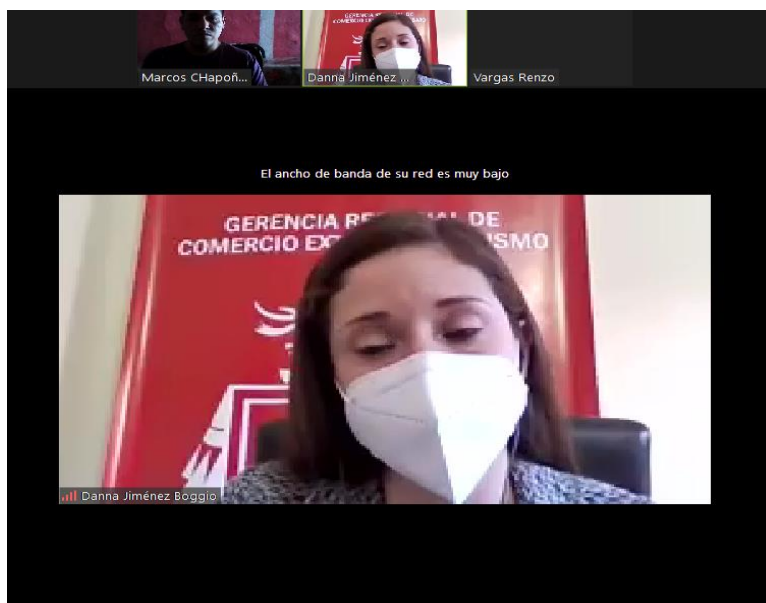
Vamos a iniciar tercerizando para obtener más experiencia en el manejo de campo, inicialmente la materia prima la vamos a comprar.

10. ¿Para apreciación suya, cuál sería otro potencial mercado del pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?

Alemania y Estados Unidos serían otros mercados potenciales, la demanda en el mercado estadounidense también es alta, según los estudios que ya hemos hecho nosotros anteriormente de forma particular.

ANEXO 09

Entrevista a la Mg. Danna Jiménez Boggio-Directora de GERCETUR



Fuente: Repositorio Fotográfico

ANEXO 10

Entrevista a la Lic. Sheyla Chavesta Paica-Experta en Comercio Exterior



Fuente: Repositorio Fotográfico

ANEXO 11

Entrevista a Mg. Alberto Pantaleón – Experto en Comercio Exterior



Fuente: Repositorio Fotográfico

ANEXO 12

Entrevista a la Gerente de la Empresa Agroindustrias Salas



Fuente: Repositorio Fotográfico

ANEXO 13

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	FRANCISCO MORALEZ BERMÚDEZ PEDRAGLIO
PROFESIÓN	ABOGADO
TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	MASTER EN RELACIONES INTERNACIONALES
ESPECIALIDAD	INTERNACIONAL, EXPERTO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	INDEPENDIENTE
CARGO	CONSULTOR Y ANALISTA INTERNACIONAL

TITULO DE LA INVESTIGACION
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 - 2023"

NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de Entrevista al Gerente de la Empresa Agroindustrias Salas. Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 14

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

<p>DETALLE DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 10 preguntas abiertas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>	
<p>PREGUNTAS</p>		
<p>1. ¿Cree que la empresa está preparada para exportar el pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X)</p>	<p>TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿La empresa Agroindustrias Salas puede abastecer al mercado al que estamos apuntando en el plan de negocios de exportación? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X)</p>	<p>TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿Qué ventajas cree que podría obtener la empresa mediante este plan de negocios?</p>	<p>TA(X)</p>	<p>TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Ha encontrado dificultades para exportar anteriormente?</p>	<p>TA(X)</p>	<p>TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 15

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

5. ¿Cree que es viable exportar para el mercado de España, específicamente a la ciudad de Murcia?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
6. ¿Tiene alguna idea de cuánto importa España cualquier tipo de pimiento en conserva?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
7. ¿Estaría dispuesto si este plan de negocios resulta viable, ponerlo en práctica en la empresa? ¿Por qué?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
8. ¿Cree que su producto pueda competir frente a la competencia de España del pimiento piquillo? ¿Por qué?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
9. ¿Cómo sería el proceso para la obtención del pimiento piquillo?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
10. ¿Para apreciación suya, cual sería otro potencial mercado del pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:

ANEXO 16

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA <u> 10 </u> N° TD <u> </u>
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO
(18245357)

ANEXO 17

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	FRANCISCO MORALEZ BERMÚDEZ PEDRAGLIO
PROFESIÓN	ABOGADO
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	MASTER EN RELACIONES INTERNACIONALES
ESPECIALIDAD	INTERNACIONAL, EXPERTO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	INDEPENDIENTE
CARGO	CONSULTOR Y ANALISTA INTERNACIONAL

TÍTULO DE LA INVESTIGACION
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023"

NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de Entrevista a Expertos en Comercio Internacional Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 18

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

<p>DETALLE DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 10 preguntas abiertas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>PREGUNTAS</p>	
<p>1. ¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimiento piquillo en conserva?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 19

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

<p>5. ¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimiento piquillo en conserva?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimiento piquillo en conserva?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Puedes mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado español?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado de España?</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 20

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA <u> 10 </u> N° TD <u> </u>
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



AJEZ EXPERTO
(08-45351)

ANEXO 21

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	FRANCISCO MORALEZ BERMÚDEZ PEDRAGLIO
PROFESIÓN	ABOGADO
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	MASTER EN RELACIONES INTERNACIONALES
ESPECIALIDAD	INTERNACIONAL, EXPERTO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	INDEPENDIENTE
CARGO	CONSULTOR Y ANALISTA INTERNACIONAL

TÍTULO DE LA INVESTIGACION
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 - 2023"

NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario a los 96 posibles compradores en Chile. Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 22

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 preguntas cerradas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
--------------------------------	---

PREGUNTAS

<p>1. ¿Contamos en el corte ingles del pimiento piquillo, seria de su agrado ese tipo de presentación?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿Existe el pimiento piquillo verde y rojo, le gustaria el de color rojo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿Le gustaría una presentación de 290 gramos?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Le gustaría una presentación en frasco de vidrio?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 23

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

<p>5. ¿Le gustaría que, en la legislación del producto en conserva, también este especificado que certificados cuenta?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Cree que el pimiento piquillo del Perú es de buena calidad?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Le gustaría que pongamos en el contenido de la conserva, alguna receta práctica y rápida de cómo preparar el pimiento piquillo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Usted cree que el pimiento piquillo tiene beneficios en la salud?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Cree que un precio bajo del producto del pimiento piquillo, diera a entender que es de mala calidad?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Usted ha consumido el pimiento piquillo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 24

Ficha de Validación-Mg. Francisco Morales Bermúdez Pedraglio

PROMEDIO OBTENIDO	Nº TA ____ 10 ____ Nº TD ____
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO
(08243351)

ANEXO 25

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo
PROFESIÓN	Lic. En Comercio y Negocios Internacionales
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Maestría en Administración de Negocios - MBA
ESPECIALIDAD	Gestión de Aduanas y Negocios Int.
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	USS
CARGO	DTC

TÍTULO DE LA INVESTIGACION
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023"

NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de Entrevista a Expertos en Comercio Internacional Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 26

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 preguntas abiertas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
--------------------------------	---

PREGUNTAS

1. ¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimiento piquillo en conserva?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
2. ¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España? ¿Por qué?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
3. ¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
4. ¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:

ANEXO 27

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

<p>5. ¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimiento piquillo en conserva?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimiento piquillo en conserva?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Puedes mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado español?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado de España?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 28

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA ____10____ N° TD ____
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO
FIRMA

ANEXO 29

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo
PROFESIÓN	Lic. En Comercio y Negocios Internacionales
TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Maestría en Administración de Negocios - MBA
ESPECIALIDAD	Gestión de Aduanas y Negocios Int.
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	USS
CARGO	DTC

TITULO DE LA INVESTIGACION
 “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023”

NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario a los 96 posibles compradores en Chile. Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 30

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 preguntas cerradas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
--------------------------------	---

PREGUNTAS

<p>1. ¿Contamos en el corte inglés del pimiento piquillo, sería de su agrado ese tipo de presentación?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿Existe el pimiento piquillo verde y rojo, le gustaría el de color rojo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿Le gustaría una presentación de 290 gramos?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Le gustaría una presentación en frasco de vidrio?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 31

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

<p>5. ¿Le gustaría que, en la legislación del producto en conserva, también este especificado que certificados cuenta?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Cree que el pimiento piquillo del Perú es de buena calidad?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Le gustaría que pongamos en el contenido de la conserva, alguna receta práctica y rápida de cómo preparar el pimiento piquillo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Usted cree que el pimiento piquillo tiene beneficios en la salud?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Cree que un precio bajo del producto del pimiento piquillo, diera a entender que es de mala calidad?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Usted ha consumido el pimiento piquillo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 32

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA ____ 10 ____ N° TD ____
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO
FIRMA

ANEXO 33

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo
PROFESIÓN	Lic. En Comercio y Negocios Internacionales
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Maestría en Administración de Negocios - MBA
ESPECIALIDAD	Gestión de Aduanas y Negocios Int.
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	USS
CARGO	DTC

TÍTULO DE LA INVESTIGACION "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 – 2023"

NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de Entrevista al Gerente de la Empresa Agroindustrias Salas. Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 34

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 preguntas abiertas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
--------------------------------	---

PREGUNTAS

<p>1. ¿Cree que la empresa está preparada para exportar el pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿La empresa Agroindustrias Salas puede abastecer al mercado al que estamos apuntando en el plan de negocios de exportación? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿Qué ventajas cree que podría obtener la empresa mediante este plan de negocios?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Ha encontrado dificultades para exportar anteriormente?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 35

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

<p>5. ¿Cree que es viable exportar para el mercado de España, específicamente a la ciudad de Murcia?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Tiene alguna idea de cuánto importa España cualquier tipo de pimiento en conserva?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Estaría dispuesto si este plan de negocios resulta viable, ponerlo en práctica en la empresa? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Cree que su producto pueda competir frente a la competencia de España del pimiento piquillo? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Cómo sería el proceso para la obtención del pimiento piquillo?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Para apreciación suya, cual sería otro potencial mercado del pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 36

Ficha de Validación-Mg. Cesar Ricardo Rocero Salazar

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA ____ 10 ____ N° TD ____
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO
FIRMA

ANEXO 37

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	RAFAEL MARTEL ACOSTA
PROFESIÓN	LIC. ADMINISTRACIÓN
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
ESPECIALIDAD	15
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	DOCENTE TP USS
CARGO	RAFAEL MARTEL ACOSTA

TÍTULO DE LA INVESTIGACION
 "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPANA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 - 2023"

NOMBRE DEL TESISISTA	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de Entrevista a Expertos en Comercio Internacional Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO
 EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTA TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 38

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 preguntas abiertas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
PREGUNTAS	
1. ¿Qué políticas incentivan o restringen la exportación de pimienta piquillo en conserva?	TA(x) TD() SUGERENCIAS:
2. ¿Qué clase de incoterm cree usted que sería el más apto para el mercado de España? ¿Por qué?	TA(x) TD() SUGERENCIAS:
3. ¿Qué tipo de inconveniente cree que podríamos tener con el mercado español?	TA(x) TD() SUGERENCIAS:
4. ¿Considera usted que el mercado español sea un buen mercado para la exportación de este producto?	TA(x) TD() SUGERENCIAS:

ANEXO 39

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

5. ¿Cuáles son las formas de exportación directa para el pimiento piquillo en conserva?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
6. ¿Cuáles son las formas de exportación indirecta para el pimiento piquillo en conserva?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
7. ¿De qué manera la compañía Agroindustrias Salas puede promocionar este producto?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
8. ¿Qué documentos son los más importantes y exigidos para la exportación del pimiento piquillo en conserva al mercado de España?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
9. ¿Puedes mencionar cuáles son los documentos comerciales necesarios para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado español?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
10. ¿Qué documentos de transporte se debe presentar para exportar el pimiento piquillo en conserva al mercado de España?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:

ANEXO 40

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA ____ 10 ____ N° TD ____
COMENTARIOS GENERALES APLICA	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO

ANEXO 41

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	RAFAEL MARTEL ACOSTA
PROFESIÓN	LIC. ADMINISTRACIÓN
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
ESPECIALIDAD	15
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	DOCENTE TP USS
CARGO	RAFAEL MARTEL ACOSTA

TÍTULO DE LA INVESTIGACION
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 - 2023"

NOMBRE DEL TESISISTA	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Guia de Entrevista al Gerente de la Empresa Agroindustrias Salas. Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTA TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 42

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 preguntas abiertas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
PREGUNTAS	
1. ¿Cree que la empresa está preparada para exportar el pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
2. ¿La empresa Agroindustrias Salas puede abastecer al mercado al que estamos apuntando en el plan de negocios de exportación? ¿Por qué?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
3. ¿Qué ventajas cree que podría obtener la empresa mediante este plan de negocios?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:
4. ¿Ha encontrado dificultades para exportar anteriormente?	TA(X) TD() SUGERENCIAS:

ANEXO 43

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

<p>5. ¿Cree que es viable exportar para el mercado de España, específicamente a la ciudad de Murcia?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Tiene alguna idea de cuánto importa España cualquier tipo de pimiento en conserva?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Estaría dispuesto si este plan de negocios resulta viable, ponerlo en práctica en la empresa? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Cree que su producto pueda competir frente a la competencia de España del pimiento piquillo? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Cómo sería el proceso para la obtención del pimiento piquillo?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Para apreciación suya, cual sería otro potencial mercado del pimiento piquillo en conserva? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 44

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA <u> 10 </u> N° TD <u> </u>
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO

ANEXO 45

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:

NOMBRE DEL JUEZ	RAFAEL MARTEL ACOSTA
PROFESIÓN	LIC. ADMINISTRACIÓN
TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
ESPECIALIDAD	15
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	DOCENTE TP USS
CARGO	RAFAEL MARTEL ACOSTA

TÍTULO DE LA INVESTIGACION
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PIMIENTO PIQUILLO EN CONSERVA AL MERCADO DE ESPAÑA DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS SALAS, 2020 - 2023"

NOMBRE DEL TESISISTA	Chapoñan Zapata, Marcos Antonio. Vargas Montenegro, Renzo Augusto.
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario a los 96 posibles compradores en Chile. Contexto: Aplicativo.
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	-Identificar el mercado potencial en Europa para la exportación del pimiento piquillo. -Medir el nivel de exportaciones al mercado español. -Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

ANEXO 46

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

DETALLE DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 preguntas cerradas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
--------------------------------	---

PREGUNTAS

<p>1. ¿Contamos en el corte ingles del pimiento piquillo, sería de su agrado ese tipo de presentación?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿Existe el pimiento piquillo verde y rojo, le gustaría el de color rojo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿Le gustaría una presentación de 290 gramos?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Le gustaría una presentación en frasco de vidrio?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 47

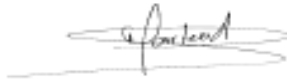
Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

<p>5. ¿Le gustaría que, en la legislación del producto en conserva, también este especificado que certificados cuenta?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Cree que el pimiento piquillo del Perú es de buena calidad?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Le gustaría que pongamos en el contenido de la conserva, alguna receta práctica y rápida de cómo preparar el pimiento piquillo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Usted cree que el pimiento piquillo tiene beneficios en la salud?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Cree que un precio bajo del producto del pimiento piquillo, diera a entender que es de mala calidad?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Usted ha consumido el pimiento piquillo?</p> <p>a) SI b) NO</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

ANEXO 48

Ficha de Validación- Lic. Rafael Martel Acosta

PROMEDIO OBTENIDO	N° TA <u> 10 </u> N° TD <u> </u>
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	



JUEZ EXPERTO

ANEXO 49

Principales mercados del año 2019 del pimienta piquillo en conserva

PAIS	Suma de FOB_DOLPOL	Suma de PESO_NETO	PRECIO POR KILO
SPAIN	31607887	16481331	1.917799418
UNITED STATES	2523391	1083793	2.328296086
NETHERLANDS	1395371	792009	1.76181205
FRANCE	1384590	647611	2.137996421
UNITED KINGDOM	278487	159561	1.745332506
GERMANY	229096	114333	2.003760944
AUSTRALIA	143497	56247	2.551193841
CANADA	161443	42856	3.767103789
ITALY	133068	33395	3.984668364
CHILE	55768	18703	2.981767631
ESTONIA	39262	17220	2.280023229
CAPE VERDE	26342	14700	1.791972789
URUGUAY	32040	11367	2.818685669
PUERTO RICO	33120	8390	3.947556615
MEXICO	25376	8067	3.145655138
BRAZIL	17928	5905	3.036071126
DENMARK	6504	2822	2.304748405
PANAMA	6795	1801	3.772903942
UNITED ARAB EMIRATES	69	45	1.533333333

PRINCIPALES MERCADOS

	PRECIO FOB	PESO NETO
SPAIN	31607887	16481331
UNITED STATES	2523391	1083793
NETHERLANDS	1395371	792009
FRANCE	1384590	647611
UNITED KINGDOM	278487	159561

ITEM	PONDERACION
PESO NETO EXPORTADO	21%
PRECIO PROMEDIO	22%
LOGISTICA (RANKING)	15%
POBLACION	15%
CONSUMO	13%

TASA DE CRECIMIENTO PBI	14%
TOTAL	100%

MUY ALTO	5
ALTO	4
BUENO	3
CASI MALO	2
MALO	1

MERCADO	PESO NETO EXPORTADO	PONDERACION
SPAIN	31607887	5
UNITED STATES	2523391	4
NETHERLANDS	1395371	3
FRANCE	1384590	2
UNITED KINGDOM	278487	1

MERCADO	PÒBLACION	PONDERACION
SPAIN	47,100.40	3
UNITED STATES	327,352.00	5
NETHERLANDS	17,282.16	1
FRANCE	67,012.88	3
UNITED KINGDOM	66,647.11	4

MERCADO	PRECIO PROMEDIO	PONDERACION
SPAIN	1.917799418	5
UNITED STATES	2.328296086	4
NETHERLANDS	1.76181205	2
FRANCE	2.137996421	3
UNITED KINGDOM	1.745332506	1

MERCADO	CONSUMO	PONDERACION
SPAIN	671.07	5
UNITED STATES	7.71	2
NETHERLANDS	80.74	4
FRANCE	20.66	3

UNITED KINGDOM	4.18	1
-----------------------	------	---

MERCADO	LOGISTICA (RANKING)	PONDERACION
SPAIN	1.1	4
UNITED STATES	3.6	5
NETHERLANDS	1.2	3
FRANCE	0.5	1
UNITED KINGDOM	1.4	2

MERCADO	TASA DE CRECIMIENTO PBI	PONDERACION
SPAIN	2.80%	5
UNITED STATES	2.10%	4
NETHERLANDS	1.80%	3
FRANCE	1.30%	1
UNITED KINGDOM	1.30%	2

MERCADO	PESO NETO EXPORTADO	PRECIO PROMEDIO	LOGISTICA (RANKING)	POBLACION	CONSUMO	TASA DE CRECIMIENTO PBI	TOTAL
SPAIN	1.05	1.10	0.6	0.45	0.65	0.7	4.55
UNITED STATES	0.84	0.88	0.75	0.75	0.26	0.56	4.04
NETHERLANDS	0.63	0.44	0.45	0.15	0.52	0.42	2.61
FRANCE	0.42	0.66	0.15	0.45	0.39	0.14	2.21
UNITED KINGDOM	0.21	0.22	0.3	0.6	0.13	0.28	1.74

Según lo detallado en el cuadro, el mejor mercado para la exportación de pimiento piquillo en conserva es España, siendo evaluado por los criterios de Peso Neto exportado, Precio promedio, Logística (ranking), Población, consumo, Tasa de crecimiento PBI.

ANEXO 50

Ficha de validación de propuesta

VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Estimado magister Cesar Ricardo Rocero Salazar.

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada "Plan de negocios para la exportación de pimiento piquillo en conserva al mercado de España de la empresa Agroindustrias Salas, 2020 - 2023"

Realizado por: Vargas Montenegro Renzo Augusto y Chapañan Zapata Marcos Antonio

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

- MA : Muy adecuado.
- BA : Bastante adecuado.
- A : Adecuado
- PA : Poco adecuado
- NA : No Adecuado

Nº	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada	X				
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.	X				
II.	Estructura de la Propuesta					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.	X				
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.	X				
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.	X				
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.	X				
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.	X				
III	Fundamentación teórica					
3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.	X				

ANEXO 51

Ficha de validación de propuesta

3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.	X				
IV	Bibliografía					
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.	X				
V	Fundamentación y viabilidad de la Propuesta					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.	X				
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.	X				
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.	X				

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Validado por el MagisterRocero Salazar Cesar Ricardo....

Especializado: Proyectos y desarrollo de trabajos de investigación

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: 7 años

Cargo Actual: ...Docente a Tiempo Completo – USS....

Fecha: ...04/12/2020...



Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

DNI N°44308266