



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

Plan de Negocios para la exportación de caigua a New York 2023

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autora

Bach. Ramos Eneque, Astrid Carolina
ORCID <https://orcid.org/0009-0009-1875-3610>

Asesor

Dr. Espinoza Rodriguez Hugo Redib
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0783-7770>

Línea de Investigación

Gestión, innovación, emprendimiento y competitividad que promueva el crecimiento económico inclusivo y sostenido

Sublínea de Investigación

Investigación de mercado y de las necesidades del cliente

Pimentel – Perú

2023

Plan de Negocios para la exportación de caigua a New York 2023

Aprobación del jurado

•

Mg. Chavarry Becerra, Milken Ricarte

Presidente del Jurado de Tesis

•

Dr. Espinosa Rodríguez, Hugo Redib

Secretario del Jurado de Tesis

•

Mg. Rocero Salazar, Cesar Ricardo

Vocal del Jurado de Tesis

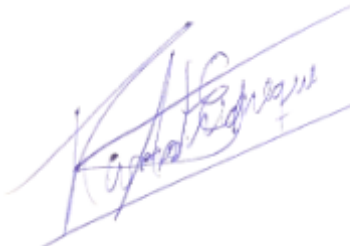
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

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

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAIGUA A NEW YORK 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:

Ramos Eneque, Astrid Carolina	DNI: 73146357	
-------------------------------	------------------	---

Pimentel, 22 de Agosto de 2024.

Plan de Negocios para la exportación de caigua a New York 2023

Resumen

La investigación se llevó a cabo con el objetivo de evaluar la viabilidad de introducir la caigua peruana al mercado de New York para la empresa exportadora ACRE S.A.C. Se realizó un análisis exhaustivo de la demanda actual de caigua en New York, así como de los requisitos de importación, la competencia existente y las oportunidades de crecimiento. Los resultados revelaron una tendencia al alza en la demanda de productos orgánicos y saludables en New York, lo que sugiere un espacio potencial para la caigua peruana. Además, se identificaron canales de distribución efectivos, socios comerciales potenciales y estrategias de marketing adaptadas al mercado neoyorquino, con el fin de facilitar una entrada exitosa y sostenible en este mercado competitivo.

Palabras Clave: Caigua, Negocios, Exportación, Plan de negocios, Mercado.

Abstract

The research was carried out with the objective of evaluating the viability of introducing the Peruvian caigua to the New York market for the exporting company ACRE S.A.C. A comprehensive analysis was conducted of the current demand for caigua in New York, as well as import requirements, existing competition, and growth opportunities. The results revealed an increasing trend in the demand for organic and healthy products in New York, suggesting a potential space for the Peruvian caigua. In addition, effective distribution channels, potential business partners and marketing strategies adapted to the New York market were identified, in order to facilitate a successful and sustainable entry into this competitive market.

Keywords: Caigua, Business, Export, Business plan, Market.

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación se viene realizando para elaborar un plan de negocio, teniendo como fin la exportación caigua congelada al mercado neoyorquino, por lo tanto, se viene trabajando con la empresa ARCE S.A.C, la cual se encarga de la producción del producto estrella. Gracias al estudio y segmentación de mercado se ha logrado demostrar que Estados Unidos es por no decir el primer o principal país que compra hortalizas y vegetales al extranjero. Es por eso que se decide exportar a ese país. El producto que la empresa ARCE S.A.C ofrece es alto en vitaminas y proteínas cubriendo las necesidades de nuestros compradores.

A nivel internacional, Alarcón (2023) habla sobre el aumento de consumo que tiene la *Cyclanthera pedata* también conocida como caigua dentro de los estados unidos dando un aumento dentro del año 2022 del 45% con respecto el año anterior, generando que este producto sea también llamado el producto de moda entre los consumidores estado unidenses, esto debido a sus altos niveles proteicos y antioxidantes con los que cuenta. Por otro lado, la población norteamericana dice que es consumido por su exquisito sabor y ser excelente acompañante en la preparación de diversos platos.

FOCUSECONOMICS (2019), muestra que, a raíz de la venta de caigua por parte de Asia y Europa, las ganancias en ese periodo de tiempo dieron un alza. En el continente asiático desde el año 2012, el producto incremento colosal en el primer trimestre, de igual forma vino sucediendo en el continente europeo. Para el quinto mes, el costo ascendió a 2,719 usd por TM, semejante a un 6.4% por encima de abril, de igual forma el costo aumento a 43.2% al año pasado.

Shatkina y Gurevich (2019), habla sobre el proceso de producción de alimentos nutritivos en polvo como baobab, borjón, caigua y granos de paraíso. Los productos se pueden preparar en forma de polvo seco, cápsulas o como alimento, aditivos, reconstituidos con agua o mezclados con alimentos (sopas, yogures, zumos, etc.) e ingeridos con fines preventivos, nutricionales o relacionados con la salud. Para lograrlo, deberá seguir una serie de pasos, incluida la recogida, el transporte, la eliminación de elementos no deseados, el lavado y el corte. La extracción de semillas depende de si se necesitan secas o frescas.

Diario El Independiente de España (2018), menciona que la consumición de la caigua en todo el mundo ha paralizado equidistantemente con los costos que se necesitan

para su producción, estos han caído lentamente. Durante el 2017, la caigua ha logrado tener la valoración más baja en los últimos 10 años, su costo ha bajado hasta un 40% menos esto desde 2016. La mayor evidencia de esto viene desde el más grande fabricante que es Costa de Marfil: se han malogrado grandes cantidades de caigua. Es cierto la caigua no ha tenido su mejor época en el 2017, esto debido a circunstancias macro y micro económicas, en conjunto a la sobre producción dentro del país, puesto que genero una sobre venta, lo cual llevo a que el costo de la caigua baje de tal manera.

Santander Chile (2020), El Ministerio del Ambiente informó que las exportaciones de productos del sector biocomercio alcanzaron US\$ 5,1 millones en 2019, lo que representa un aumento del 38,6% en valor respecto a 2018. Según el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (RIOA) y la Federación de Movimientos de Agricultura Orgánica (FMAO), el comercio mundial de productos orgánicos alcanzó un valor de US\$ 55 mil millones en 2018. En el mismo año, según el RIOA, se han sembrado 14,8 millones de Has de cultivos orgánicos. Oceanía representa el 33% del total, mientras que Europa representa el 25% y América Latina representa el 23%. En esta industria, tres naciones son destacadas: Australia, con 12 millones de Has, y Argentina, con 4,4 millones de Has.

PortarFruticola – Chile (2019) La caigua (*Cyclanthera pedata*) es una planta hortícola autóctona de la región Norte-Andina de Chile y Perú, que desempeñó un papel importante en la dieta de los pueblos indígenas que habitaban allí. En la actualidad, la población chilena no sabe mucho sobre el consumo, el uso y las propiedades medicinales de esta hortaliza. Además, los procesos de transculturización e introducción de nuevos cultivos han reducido significativamente su cultivo. Es cierto que una dieta rica en carbohidratos y grasas con poca fibra y micronutrientes ha aumentado la obesidad, la diabetes, la hipertensión arterial y los accidentes vasculares.

A nivel nacional, Exportemos.Pe (2023) el Perú logra aumentar a 61% las exportaciones de caigua dentro del año 2022 y posiciona a estados unidos como el principal comprador de este producto. El día de hoy el vocero de Promperú anuncio en conferencia de prensa que el país ha reconocido a estados unidos como el primer comprador de caigua a nivel mundial, siguiéndole Italia con un 26% y suiza con 10% esto haciendo que en el 2022 se vendan 35 millones de dólares en caigua entre los 3 principales mercados a los cuales se está exportando el producto.

Contreras et al. (2020) Se indica que la caigua tiene su origen en la costa de Perú. Este cultivo es de la familia cucurbitácea y el género cyclanthera. En todo el mundo, hay alrededor de 1200 millones de personas que tienen sobrepeso, y en los últimos años, las enfermedades cardiovasculares han sido la principal causa de muertes causadas por enfermedades no contagiosas. Estos antecedentes explican por qué es necesario aumentar la cantidad de alimentos saludables, bajos en calorías y saludables, como la caigua. Este fruto tiene propiedades medicinales que ayudan a reducir la hipertensión y el colesterol alto, lo que lo convierte en una hortaliza muy atractiva para consumir en todo el mundo.

EMMESA (2020) Caigua es un alimento oriundo de este país, es señalada como un alimento funcional porque regula el metabolismo de las grasas reduciendo el colesterol de la sangre. Este maravilloso alimento se comercializa en el GMMML, cuyo ingreso mensual supera las 167 toneladas, la mayoría procedente de Huaral. Actualmente la Caigua está de temporada y se puede consumir fresca o al vapor, muchas personas la prefieren en ensalada, pero otras prefieren comerla en platos calientes como caigua rellena o caigua salteada. Asimismo, las semillas de la caigua son utilizadas por personas que sufren de hipertensión.

Carrión (2018), refiere que en nuestro país viene permaneciendo identificado dentro de los distintos sucesos mundiales, por poseer las mejores calidades de caigua. Dentro del 2017 nuestro país consiguió obtener 28 galardones de oro, plata y bronce dentro de las distintas categorías realizadas. El 2018 el país logro vender solamente más de US \$6.95 M. a diferencia del tiempo de entre el primer mes y casi fines del 2016, que pidieron exportar US \$8.34 millones. La caigua que produce Perú está destacando a nivel mundial por su calidad, esta es una ventaja competitiva que se debe aprovechar y junto a ello se tienen que mejorar la gestión y capacidad de negociación de los precios de venta.

ADEX (2018), aludiendo a ADEX, menciona que nuestro país, a raíz del galardón a nivel internacional que ha obtenido por la calidad caigua, ha logrado aumentar las ventas fuera del país en un 20% en el lapso de los meses de enero a noviembre del 2018, nuestro país ha sido reconocido siempre por cultivar caigua de gran calidad, nuestra valla será siempre obtener y mantenernos competitivos a nivel mundial.

A nivel local, ANDINA.PE (2023), indica que las ventas productos de agricultura a fuera del país ascienden a más de 1,729'000,000 usd solo en enero y febrero, lo cual representa un alza del .8% a diferencia de lo anotado en la misma fecha del año pasado, anuncio el día de hoy el MINAGRI. En este tema precisa que las exportaciones del agro de elementos típicos simbolizaron el 5,4% de todo lo enviado al extranjero, en cambio las atípicas el 94,6%.

ANDINA.PE (2022) nos dice que a consecuencia del plan de Agroldeas se admitió 129 planes de negocio en la región nor oriente del Perú, esto en conjunto a los atractivos en afiliación de la tecnología, federativo y administración comercial para aumentar las querellas de 9300 grupos familiares agricultores destinados a cultivar caigua, arroz, café, maíz, palmito, etc. Estos programas fueron elaborados para fomentar la competencia de las MYPES, arbitrario el encierro no de volvíble de plan de negocios y PRPA. Es por esto que la ministra intervino el día de hoy en la apertura del centro de acumulación de café APROSELVANOR, favoreció de Agroldeas, que comercia su fabricación con USA Y Europa consiguiendo poner hasta 12 container a nivel mundial y 15 dentro del país.

SENASA (2021), El SENASA, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria, realiza inspecciones fitosanitarias en varios campos donde se cultivan plátano y/o banano en la región Lambayeque, como parte de su estrategia para combatir el Fusarium R4T. La producción de plátano o banano se puede encontrar en varios lugares del distrito de Olmos, como Valle Viejo, La Estancia, Las Pampas, Callejón de Cascajal, Cercado de Olmos, Cruce de Jaén, El Pueblito y Choloque, Chocope, La Caigua, Arrozal, Palo Blanco, Tongorraper, La Capilla y Jayanca, Pitipo, Ferreñafe, Patapo y Salas. El hongo Fusarium oxysporum f. sp causa la marchitez por Fusarium en bananos y plátanos.

Adeudato (2019), La caigua es un cultivo originario de Perú que se cultiva en las zonas costeras, montañosas y forestales, principalmente en las provincias de Lambayeque, Lima, La Libertad, Cajamarca, Ancash y Amazonas, entre otras. Esta planta se clasifica por su eficacia terapéutica porque juega un papel crucial en la resolución de varios problemas relacionados con la obesidad, incluidos los triglicéridos y el colesterol (Campos y Quintana, 2018). Debido a esto, es valorado en el consumo diario y su comercialización continúa creciendo en el mercado nacional e internacional, incluyendo Estados Unidos y Europa.

GORE LAMBAYEQUE (2019) dentro del año 2018 las áreas instaladas para la producción de hortalizas entre las cuales está la caigua tuvieron un crecimiento del 6.34% con respecto al mismo de la campaña 2016-2017, dentro de la producción podemos ver que el cultivo que tuvo mayor aporte a este crecimiento fue la caigua con un 34.86%, lechuga (25.76%), rábano (28%). Por el contrario, en las áreas cosechadas se tiene una disminución del (-5.59%) que representa 60 hectáreas menos, los cultivos que más afectaron para este decrecimiento fueron: zapallo (36.6%), ají (44.44%)

Romero (2018), su investigación sobre la caigua dentro del país y fuera de este, nos menciona que la cultivación de caigua dentro del distrito de jaén llega más de 94 TM al año, correspondiente 3.2%. El distrito de jaén es una región con abundantes medios naturales y la caigua es un producto que se acomoda a los distintos climas y tipos de suelo.

En cuanto concierne con la empresa ACRE S.A.C la actual situación de la exportación de caigua viene atisbando la apertura de nuevos mercados en donde se pueda probar suerte para lograr comercializar la caigua, para esto después de realizar la revisión documentaria hallada se toma la decisión de direccionarnos hacia estados unidos siendo este el mayor comprador de caigua.

El ciudadano norteamericano que se encuentra dentro de la PEA es capaz de pagar por el producto que le ofertamos siempre y cuando esta cumpla con las expectativas que este solicite.

Por consiguiente, después de dar las anteriores proposiciones se logra realizar la formulación general del problema: ¿De qué forma el presente plan de negocios ayuda a la Empresa ACRE S.A.C para poder exportar caigua hacia el New York en el año 2023?

De tal manera, esta investigación se elaboró con una justificación práctica, teórica y metodológica, esto gracias a que esta apuntado a realizar un diagnóstico de posibles cohesiones comerciales dentro de los mercados de new york, se tiene como finalidad llegar a exportar la caigua haciendo más conocido este producto y haciendo que el nombre de la empresa ACRE S.A.C sea tambien reconocido a nivel no solo norteamericano si no en todo el mundo.

A raíz de lo presentado se exponen los objetivos de la investigación se da propuesta del objetivo general; Proponer un plan para facilitar del ingreso de la caigua a New York atreves del plan de negocios exportación. De igual forma se exponen los objetivos generales: a. Realizar un diagnóstico situacional de la Empresa ACRE S.A.C b. Diseñar una propuesta de plan de negocio para la exportación de la caigua a New York

Dentro de las principales conclusiones se exponen:

Acceso al mercado internacional: la exportación de caigua al mercado de new york representa una gran oportunidad para el acceso al mercado internacional, lo que va a aumentar la visibilidad de este producto peruano al exterior.

Diversificación de ingresos: al expandir las ventas al mercado de new york, se diversifican las fuentes de ingreso para la empresa ACRE, reduciendo la dependencia de un solo mercado.

Crecimiento de negocio: si la exportación se realiza de manera sostenible y exitosa, puede llevar al crecimiento del negocio, ya que se pueden explorar otros mercados internacionales.

Conocimiento del mercado internacional: a través de esta Experian la empresa puede obtener conocimientos más profundos sobre las preferencias y demandas del mercado internacional, lo que puede ayudar en la adaptación de su producto y estrategias de marketing.

II. MATERIALES Y MÉTODO

Esta investigación fue de tipo aplicada para Murillo (2008) se caracteriza porque busca la aplicación o uso de los conocimientos adquiridos, esto a la vez que se adquieren otros después de su implementación, aparte se encuentra elaborada base de una óptica cuantitativa, según Berardi (2015). La indagación cuantitativa contesta a una cercanía a la existencia instructiva comprendida como certera y considera que la o el indagador tiene tomar alejamiento de este estado para analizarlo. Desde esta perspectiva, el sujeto que hace la indagación debe considerar que los datos deben que encontrarse y analizar neutralmente. Asimismo, se detallan, calculan y pronostican portentos educativos en la localidad, dícese también, que sus resultados admiten vaticinan lo que sucede en casos parecidos.

El diseño de esta indagación fue de tipo descriptiva, propositiva y no experimental, Moreira (2018), dice que una investigación es descriptiva porque describe el problema que la empresa tiene para poder exportar o vender en el extranjero su producto, propositiva es por esto que se elaboró un plan de negocios proponemos el mismo para solucionar el problema que la empresa o fabrica tiene y por ultimo no experimental ya que solamente se le presento a la empresa el plan y ellos evaluaron sí o no se pone en marcha, este último.

En cuanto la población dice Hernández et.at (2014), el pueblo es la reunión de todos los sucesos que concretan con definidas características, también es el conjunto infinito de componentes con particularidades parecidas para las cuales serán vastas las terminaciones de la indagación.

Dentro de la indagación el pueblo determinado que se vendrá aplicando entrevistas que se tomaran dentro de la empresa tomando a 3 trabajadores por cada área que se encuentre dentro inmiscuida dentro del proceso de exportación.

Para Tamayo (2016), determina a la muestra como el grupo de trabajos que se elaboran para formar la partición de definidos aspectos en general de un pueblo o global iniciando de la contemplación de una parte del pueblo analizado, esta también viene siendo una porción del pueblo dentro de la cual debe tener rasgos imitan de la madera más precisa probable.

Según Arias (2006) determina al muestreo como “desarrollo en el cual se sabe la posibilidad que tiene cada componente de componer el modelo”. Es por esto que este proceso se llevó a fin interviniendo un muestreo no probabilístico accidental

Para el muestreo se tiene 6 áreas que se encuentran incluidas dentro del proceso de exportación para la cual se tomaron 3 trabajadores a excepción de gerencia a la cual solo se le aplicara 1 entrevistas dando un total de 16 entrevistados.

Tabla 1

Muestreo

Área	N° de entrevistas a tomar
Gerencia	1
Administración	3
Producción	3
Calidad y control	3
Logística	3
Ventas	3

Nota. Elaboración Propia

Para las técnicas se utilizaron 2 tipos una de ellas fue la revisión documentaria. Hernández Sampieri (2006), es detectar, obtener y consultar la biografía y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio y la entrevista según, Hernández Sampieri (2006, p. 597), la entrevista, es una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Dichas entrevistas fueron diseñada a raíz de los indicadores de las variables de estudios.

Para los instrumentos de recolección de datos se usaron la guía de entrevista, Según Hernández Sampieri (2006), las y para la revisión documentaria se tiene a Hurtado (2008) afirma que una revisión documental es una técnica en donde se recolecta información escrita sobre un determinado tema, teniendo como fin proporcionar variables que se relacionan indirectamente o directamente con el tema establecido.

Para concluir, se tomó en consideración el código de ética de la Universidad Señor de Sipán (2023), que establece que se utiliza para garantizar que todas las actividades de investigación se lleven a cabo dentro de un marco ético. Basándose en este código, se decidió qué criterios de investigación se utilizarían Respete al derecho de propiedad

intelectual de los autores, cite y cite adecuadamente las fuentes que se incluyeron en el estudio, y toda la información que se obtuvo se utilizó con reserva. Sin embargo, la investigación se lleva a cabo de acuerdo con las normas APA. La UNAM (2019) es el conjunto de normas que se utilizan para uniformar las presentaciones de trabajos académicos escritos, especialmente los proyectos de grado.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

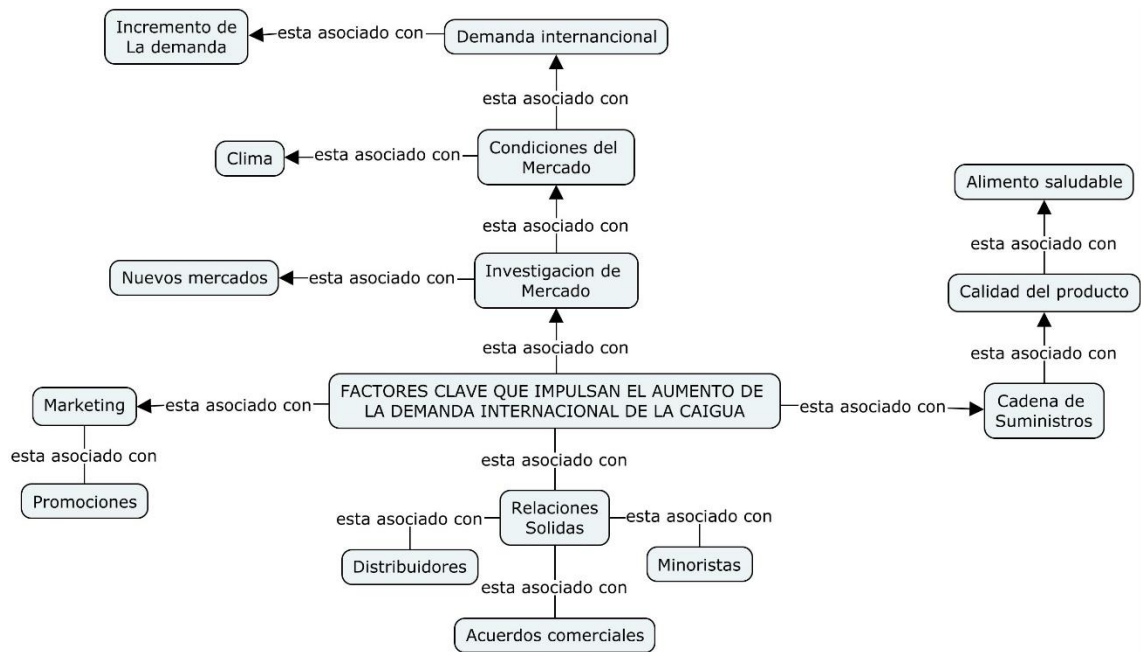
.Objetivo específico 1:

Tabla 2. Factores claves que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua

Pregunta 1. ¿Cuáles son los factores clave que están impulsando el aumento en la demanda internacional de caigua y cómo está nuestra empresa preparada para capitalizar estas oportunidades de crecimiento en el mercado de exportación?	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: acuerdos comerciales, calidad de producto, investigación de mercado, productos de calidad, cadena de suministros</p>	<p>En cuanto los factores claves tenemos las tendencias de salud, los cambios de hábitos en el consumo, acuerdos comerciales, la calidad del producto y con respecto a la preparación de la empresa tenemos que se hizo una investigación de mercado, cumple con las normativas, contamos con producto de calidad y contamos con cadena de suministros eficientes.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: alimento saludable, incremento en la demanda internacional, nuevos mercados, clima, Acuerdos comerciales</p>	<p>Si bien la caigua se percibe como un alimento totalmente saludable esto hace que haya un incremento en la demanda internacional, otro factor tambien es la participación dentro de algunos acuerdos comerciales internacionales, la apertura de nuevos mercados, el clima es otro factor el cual juega a favor o en contra de nosotros, pero la empresa sabe cómo sobrellevarlos.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: calidad de producto, acuerdos comerciales, marketing, promociones, investigación de mercado</p>	<p>Las condiciones que la empresa tiene para lograr capitalizarse tenemos a la calidad de producto, el desarrollo de acuerdos comerciales, las promociones, el marketing y la investigación mercado</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: demanda, estrategias comerciales, condiciones del mercado</p>	<p>Es importante tener en cuenta que la situación específica puede variar según la región y el producto, y sería beneficioso obtener información actualizada sobre la demanda de caigua y las condiciones del mercado internacional para adaptar estrategias de manera efectiva.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: calidad de producto, cadena de suministros, promociones, relaciones sólidas, distribuidores, minoristas, promoción,</p>	<p>Garantizar la calidad del producto y considerar la obtención de certificaciones relevantes para aumentar la confianza del consumidor internacional. Desarrollar una cadena de suministro eficiente y confiable para garantizar la entrega oportuna y la frescura del producto, tambien establecer relaciones sólidas con distribuidores, minoristas y otros actores clave en los mercados internacionales, implementar estrategias efectivas de promoción y marketing para</p>

marketing, viabilidad	aumentar la visibilidad de la caigua en los mercados objetivo.
-----------------------	--

Figura 1



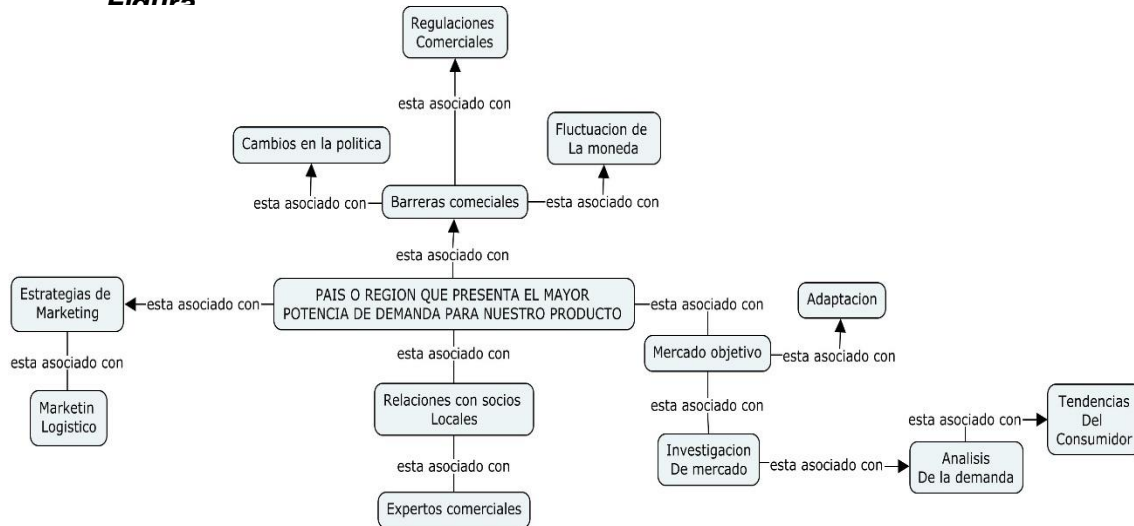
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

La creciente demanda internacional de la caigua se debe a varios factores clave. En primer lugar, el marketing desempeña un papel fundamental al promocionar el producto y aumentar su visibilidad en el mercado. Además, la cadena de suministro se enfoca en garantizar la calidad del producto y ofrecer alimentos saludables. Asimismo, la investigación de mercado se encarga de identificar nuevas oportunidades en base a las condiciones favorables del mercado y el aumento de la demanda internacional significa que los consumidores compran más. La demanda creciente se puede representar en un gráfico como una curva a la derecha (Smith 2009). Por último, establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas es crucial para lograr una aceptación total de nuestro producto.

Tabla 3. País o región que presenta el mayor potencial de demanda para nuestro producto.

<p>Pregunta 2. ¿Cuál es el país o región específica que presenta el mayor potencial de demanda y rentabilidad para nuestros productos de caigua en el mercado internacional, y cuáles son las estrategias clave que debemos implementar para entrar con éxito en ese mercado?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: investigación de mercado marketing, logística, barreras comerciales</p>	<p>Después de analizar los mercados a los cuales apuntábamos se decidió por New York y las estrategias claves que se implementaron fue que se realizó una investigación de mercado, el análisis de barreras comerciales, marketing del producto y el uso de una logística eficiente</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: análisis de la demanda, tendencias del consumidor</p>	<p>Para la selección de mercados se tiene que hacer un análisis de la demanda y potencia actual, cuáles son las tendencias del consumidor y ver la estabilidad política y económica del sector a donde apuntamos</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: marketing, mercado objetivo, Relaciones con socios locales, regulaciones comerciales</p>	<p>Implementar estrategias de marketing específicas para el mercado objetivo, establecer relaciones con socios locales, distribuidores y minoristas claves en el mercado objetivo, la investigación de regulaciones comerciales y cuáles son los requisitos de importación en el mercado</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: adaptación, flexibilidad, estrategias, expertos comerciales</p>	<p>Es importante destacar que el éxito en los mercados internacionales requiere flexibilidad y adaptabilidad. Mantente informado sobre cambios en las condiciones del mercado y ajusta tus estrategias según sea necesario. Consultar con expertos en comercio internacional o agencias gubernamentales dedicadas al comercio puede proporcionar información valiosa y apoyo.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: fluctuación de la moneda, cambio en la política, estrategias de marketing</p>	<p>En primer lugar, hay que evaluar los riesgos potenciales, como las fluctuaciones en la moneda, cambios en la política y desarrollar estrategias de marketing para dar a conocer el producto</p>



Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

La identificación de los países o regiones con mayor potencial de demanda para la caigua se basa en diversas estrategias de marketing se define como proceso tanto administrativo como social, por el cual las personas obtienen lo que desean y necesitan a través de la generación de deseo, oferta e intercambio de productos de valor (Kotler 2009). Esto incluye el análisis de mercado y la investigación de las tendencias del consumidor, así como el establecimiento de relaciones con socios locales y expertos comerciales. Además, se consideran las posibles barreras comerciales, como los cambios en la política y las regulaciones comerciales, así como la fluctuación de la moneda. Es importante que el mercado objetivo sea adaptable a las preferencias del consumidor. Por lo tanto, se realizan investigaciones de mercado exhaustivas y análisis de la demanda para identificar las oportunidades más prometedoras.

Tabla 4. Competidores directos y sus estrategias.

<p>Pregunta 3. ¿Quiénes son nuestros competidores directos en el mercado internacional de la caigua, cuáles son sus estrategias actuales y cuál es nuestra ventaja competitiva en comparación con ellos?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: productos de calidad, redes sociales</p>	<p>En primer lugar, la ventaja que tenemos sobre la competencia es que nosotros ofrecemos productos de primera calidad, segundo es que nosotros publicitamos nuestro producto con el uso de las redes sociales ahora esto está dando grandes frutos.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: análisis FODA</p>	<p>La principal competencia son los demás exportadores los cuales al darse cuenta de la gran aceptación del producto dentro del mercado norte americano han optado por hacernos competencia, y para ver cuál es la ventaja con respecto a la competencia pues se realiza un análisis Foda tanto para nosotros como para ellos, esto con la finalidad de identificar las fortalezas que te diferencian, las oportunidades a las que puedes capitalizar, las debilidades que debes abordar y las amenazas que podrían afectar tu posición.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: investigaciones online, ferias internacionales, estrategias, productos</p>	<p>Hay que investigar en línea para identificar empresas que estén activas en el mercado internacional de la caigua. Examina sus sitios web, comunicados de prensa y cualquier otra información disponible públicamente, después Revisa la participación de empresas en ferias y eventos relacionados con la industria de alimentos y agrícola. Estos eventos a menudo son plataformas donde las empresas presentan sus productos y estrategias para finalizar si se podría examinar informes anuales y financieros de empresas relevantes. Estos documentos a menudo proporcionan información sobre el desempeño financiero, estrategias y objetivos.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Cavero Ching Código: ventaja competitiva, entorno empresarial</p>	<p>El éxito en el mercado internacional no solo se trata de tener una ventaja competitiva, sino también de adaptarse continuamente a los cambios en el entorno empresarial y del mercado. La flexibilidad y la capacidad de respuesta a las necesidades cambiantes del consumidor son aspectos clave para mantener una posición competitiva sólida.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: marca, exportaciones</p>	<p>La empresa cuenta con una reputación de la marca esto no ha costado, pero al ser reconocidos dentro del mercado, hace más sencilla la competencia con las demás empresas exportadoras de caigua,</p>

Figura 3



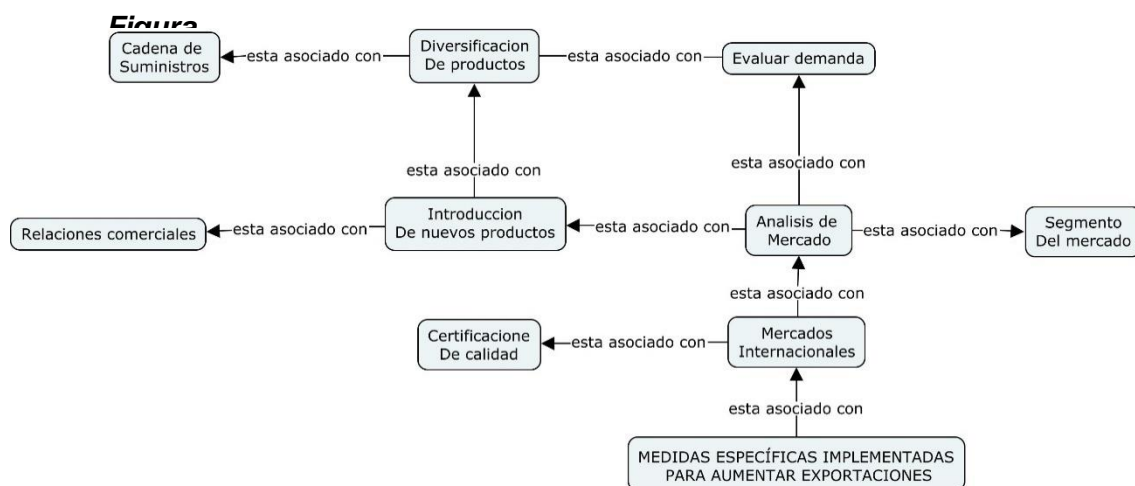
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

El análisis de los competidores directos y sus estrategias es fundamental para los productores de caigua. Esto implica evaluar el entorno empresarial a través de un análisis FODA, lo que nos permite conocer las estrategias utilizadas por ellos. Además, es importante tener en cuenta las ferias internacionales donde promocionan sus productos y marcas. Asimismo, se vincula con identificar las ventajas competitivas de la competencia, lo cual se logra a través de la investigación en línea y el uso de las redes sociales. De esta manera, podemos obtener información sobre los productos de calidad que la competencia está exportando.

Tabla 5. Medidas específicas implementadas para aumentar las exportaciones.

<p>Pregunta 4. ¿Cuáles son las medidas específicas que podemos implementar para aumentar nuestras exportaciones de caigua?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: análisis de mercado, diversificación de productos</p>	<p>Bueno como medidas tenemos, el análisis de nuevos mercados, la diversificación del producto o haciendo mejoras en lo que viene a ser la cadena de suministros</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: mercados internacionales, evaluar demanda</p>	<p>Hay que realizar un análisis detallado de los mercados internacionales para poder identificar oportunidades específicas, evaluar la demanda, las tendencias, las barreras comerciales y los requisitos regulatorios.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: establecer relaciones comerciales, mercado objetivo</p>	<p>Desde mi punto de vista se tiene que establecer relaciones con agentes comerciales locales, distribuidores y socios estratégicos en los mercados objetivos, la colaboración con socios locales puede facilitar la entrada del producto en nuevos mercados.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Cavero Ching Código: introducción de nuevos productos, segmento de mercado</p>	<p>Habría que diversificar los productos, se tendría que considerar la posibilidad de introducir nuevos productos a base de caigua, la diversificación puede ampliar la oferta y atraer a distintos segmentos de mercado.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: cadena de suministro, certificaciones de calidad</p>	<p>Mejorando la cadena de suministros, en este caso desde la producción hasta la entrega, contar con certificaciones de calidad y salubridad.</p>



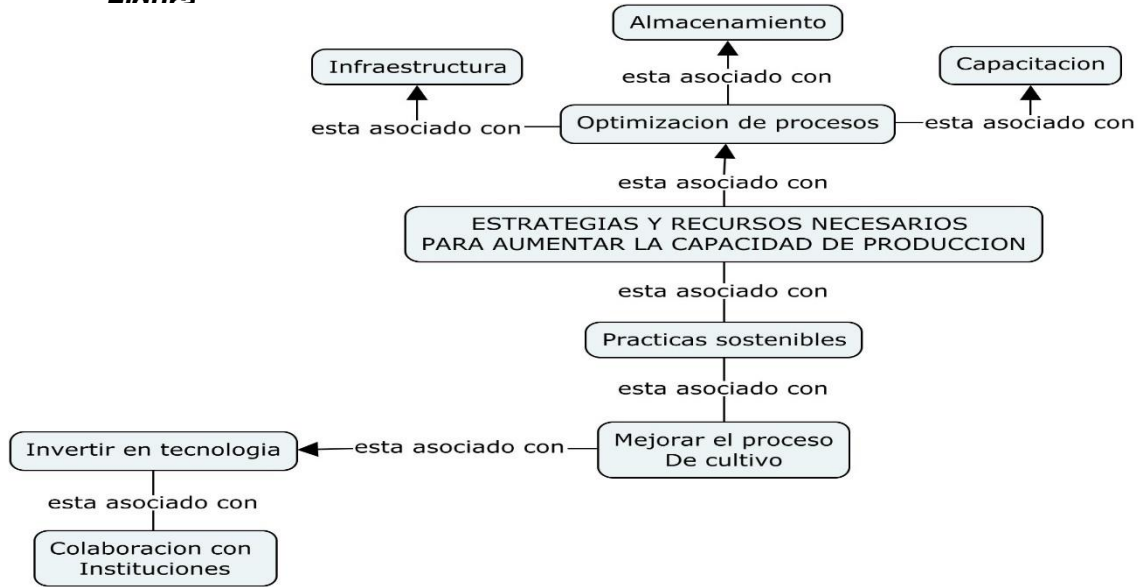
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

Las medidas específicas implementadas para aumentar la producción de caigua están vinculadas a los mercados internacionales, los cuales requieren certificados de calidad para permitir el ingreso de mercancía a sus territorios. Además, se realiza un análisis de mercado que incluye la segmentación para comprender las demandas de los consumidores y evaluar la demanda existente. Esto permite lograr la diversificación de productos e introducir nuevos productos en el mercado objetivo. Estas medidas también están relacionadas con la optimización de la cadena de suministro.

Tabla 6. Estrategias y recursos necesarios para aumentar la capacidad de producción.

<p>Pregunta 5. ¿Cuáles son las estrategias y recursos necesarios para aumentar nuestra capacidad de producción de caigua y satisfacer la creciente demanda internacional sin comprometer la calidad y sostenibilidad de nuestro producto? Además, ¿cómo planeamos optimizar nuestros procesos de cultivo, cosecha y procesamiento para garantizar un crecimiento sostenible en la producción?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: capacidad de producción, infraestructura</p>	<p>Las estrategias para aumentar la capacidad de producción pues tenemos la ampliación de infraestructura agrícola, variedades de caigua mejorada, gestionar el suelo, las prácticas de cultivo sostenible.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: optimización de procesos, almacenamiento, capacitación</p>	<p>Pues se tendría que optimizar los procesos de cosecha y procesamiento con tecnologías de cosecha eficientes, almacenamiento adecuado, un procesamiento eficiente, contar con certificaciones y formar al personal con capacitaciones constantes.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: colaboración con instituciones</p>	<p>La principal es la inversión financiera con eso se puede realizar investigaciones y desarrollos, también se puede colaborar con instituciones agrícolas y de investigación para acceder a conocimientos especializados y recursos que pueden beneficiar la producción sostenible.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Cavero Ching Código: invertir en tecnología, capacidad de producción</p>	<p>Se tiene que invertir en tecnología para la siempre y cosecha ya que estos son los puntos de inicio de vida de la caigua si nosotros como empresa empezamos desde el inicio pues todo lo que sigue será más eficiente y se podrá aumentar la capacidad de producción</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: proceso de cultivo, prácticas sostenibles</p>	<p>Al optimizar los procesos de cultivo, cosecha y procesamiento, y al adoptar prácticas sostenibles, tu empresa puede mejorar su capacidad de producción sin comprometer la calidad del producto y, al mismo tiempo, responder a la creciente demanda internacional de manera sostenible.</p>



Nota: Elaboración propia

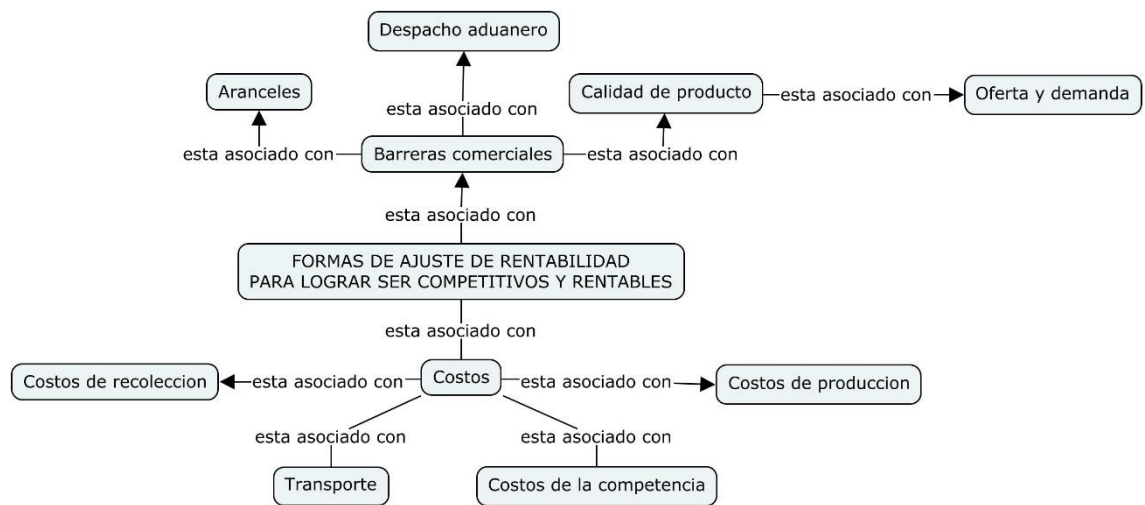
Memorando integrador:

Las estrategias y recursos necesarios para aumentar la capacidad de producción están vinculados a la optimización de procesos. Esto implica mejorar la infraestructura, el almacenamiento y la capacitación del personal. Además, se enfoca en implementar prácticas sostenibles para mejorar el proceso de cultivo, lo cual puede requerir inversiones en tecnología adecuada.

Tabla 7. Formas de ajuste de rentabilidad para lograr ser competitivos y rentables.

<p>Pregunta 6. ¿Cómo debemos ajustar nuestra estrategia de precios en el mercado internacional para ser competitivos y rentables a la vez? ¿Qué factores, como costos de producción, competencia y valor percibido por el cliente, deben considerarse al establecer los precios de nuestros productos de caigua en el extranjero?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: costos de producción, transporte</p>	<p>Pues tenemos que saber primero cuales son los costos de producción a los cuales le sumamos los costos de transporte y por último despacho aduanero en groso modo hablando.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: despacho aduanero</p>	<p>Tenemos que ver el precio de la competencia analizar los precios es fundamental así sabremos como estamos si estamos con costos muy bajos o muy altos, la demanda del mercado, hasta del clima tenemos que tenerlo de factor.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: costos de la competencia</p>	<p>La fijación de precios es más una tarea estratégica en la cual requerimos un equilibrio cuidadoso entre los factores de costos de producción, los costos de la competencia, cual es la demanda actual del mercado, etc.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: costos de recolección, aranceles, barreras comerciales</p>	<p>Aquí se toman los costos agrícolas, los costos de recolección, los costos de logística, análisis de la competencia, elasticidad de la demanda, las fluctuaciones cambiantes del mercado internacional, los aranceles y barreras comerciales</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: calidad de producto, oferta y demanda.</p>	<p>Primero la calidad del producto si la calidad es buena pues podemos exigir un costo un poco más elevado que el de la competencia, la oferta y demanda, la estacionalidad, el cumplimiento de las regulaciones y normativa.</p>

Figura 6



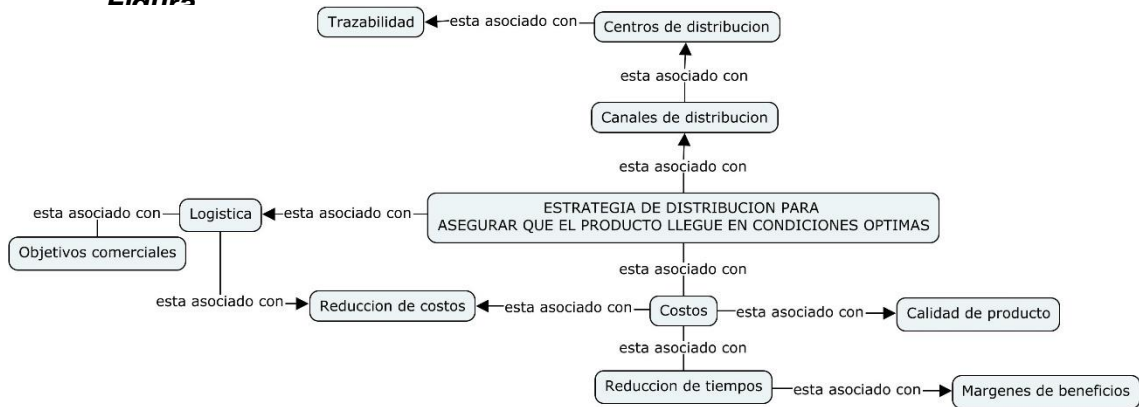
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

Las formas de ajuste de rentabilidad para ser más competitivos y rentables están asociadas con varios factores. Esto incluye los costos de recolección y transporte, los costos de la competencia y de producción. Además, también se ven afectados por las barreras comerciales, como los aranceles y el despacho aduanero.

Tabla 8. Estrategias de distribución para asegurar que el producto llegue en condiciones óptimas.

<p>Pregunta 7. ¿Cuál es nuestra estrategia de distribución óptima para asegurar que nuestros productos de caigua lleguen de manera eficiente y efectiva a los mercados internacionales? ¿Debemos considerar canales de distribución directos o intermediarios, y cómo planeamos gestionar la logística y el almacenamiento de nuestros productos en el extranjero?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: canales de distribución, logística</p>	<p>Tenemos a los canales de distribución, a la gestión de logística y almacenamiento, a la tecnología, a la evaluación continua</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: calidad de producto, márgenes de beneficio</p>	<p>Claro tenemos que considerar los canales de distribución directa ya que en este se tiene mayor control sobre la marca y la calidad del producto, también se tiene un mayor margen de beneficio al eliminar intermediarios y por último la comunicación directa con el cliente y mayor conocimiento del mercado.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: centros de distribución, reducción de tiempos, reducción de costos.</p>	<p>Contar con centros de distribución o establecimiento en ubicaciones estratégicas para agilizar la entrega del producto así reducimos tiempos y nos adaptamos a la demanda local, contar con socios logísticos para la gestión del transporte así tendremos acceso a la experiencia de la logística local</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Cavero Ching Código: trazabilidad, logística</p>	<p>Implementar sistemas que permitan el seguimiento y la trazabilidad del producto desde la producción hasta la entrega al cliente con esto tendremos mayor transparencia en la cadena de suministros y mejoras en la capacidad de responder a problemas logísticos.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: objetivos comerciales.</p>	<p>En última instancia, la estrategia de distribución debe ser una combinación cuidadosamente equilibrada de factores que mejor se adapten a tus objetivos comerciales, el producto y las características del mercado objetivo. La adaptabilidad y la capacidad de respuesta serán clave para el éxito en un entorno comercial internacional dinámico.</p>



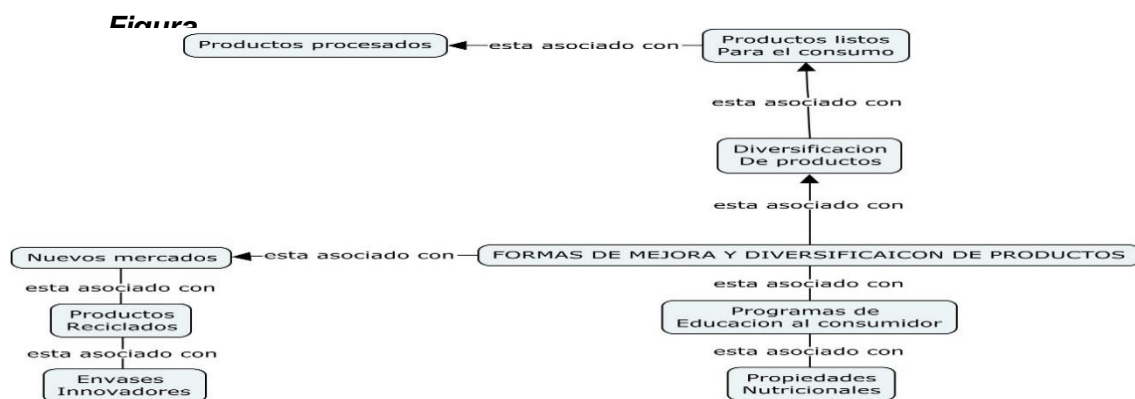
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

Las estrategias de distribución se enfocan en garantizar que el producto llegue en óptimas condiciones a su destino. Esto implica la gestión logística, que busca reducir costos y mejorar la eficiencia en términos de tiempo, calidad del producto y margen de beneficios. Además, también se consideran los canales de distribución, los cuales están relacionados con la trazabilidad del producto.

Tabla 9. Formas de mejora y diversificación de productos.

<p>Pregunta 8. ¿Cómo podemos mejorar y diversificar nuestros productos de caigua para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes internacionales? ¿Debemos considerar la introducción de nuevas variedades, presentaciones o procesos de envasado para diferenciarnos en el mercado global y ofrecer un valor agregado a nuestros clientes?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: productos procesados, nuevas variedades</p>	<p>Investigando y desarrollando nuevas variedades de caigua que puedan ofrecer distintos perfiles de sabor, textura o características nutricionales, explorar también las posibilidades de desarrollar productos procesados o derivados de la caigua, como snacks saludables, jugos, conservas o productos en polvo.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: diversificación de productos, mercado global, envases innovadores</p>	<p>La mejora y diversificación de los productos de caigua para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes internacionales pueden ser estrategias efectivas para destacar en el mercado global, para esto se tienen algunas ideas como el desarrollo de nuevos tipos, la elaboración de productos derivados o procesados, los envases innovadores, que sean productos orgánicos.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: productos listos para el consumo</p>	<p>Ofertar productos que estén listos para consumo directo, que sean convenientes para los consumidores, como ensaladas preparadas, paquetes de bocadillos o fase todos que contengan caigua en su preparación,</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: envases innovadores, productos reciclados</p>	<p>Pues investigar y utilizar envases innovadores que no solo protejan la calidad del producto, sino que también destaquen en los estantes y atraigan a los consumidores, destacar la sostenibilidad y la producción orgánica, lo cual puede ser atractivo para un segmento de consumidores conscientes del medio ambiente.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: propiedades nutricionales, programas de educación al consumidor</p>	<p>Investigar y mejorar las propiedades nutricionales de la caigua, destacando beneficios para la salud y promoviendo el producto como una opción nutricionalmente rica, implementar programas de educación del consumidor que destaquen los beneficios nutricionales y culinarios de la caigua, creando conciencia y demanda y realizar pruebas piloto de nuevos productos en mercados específicos y recopilar feedback directo de los clientes para realizar mejoras continuas</p>



Nota: Elaboración propia

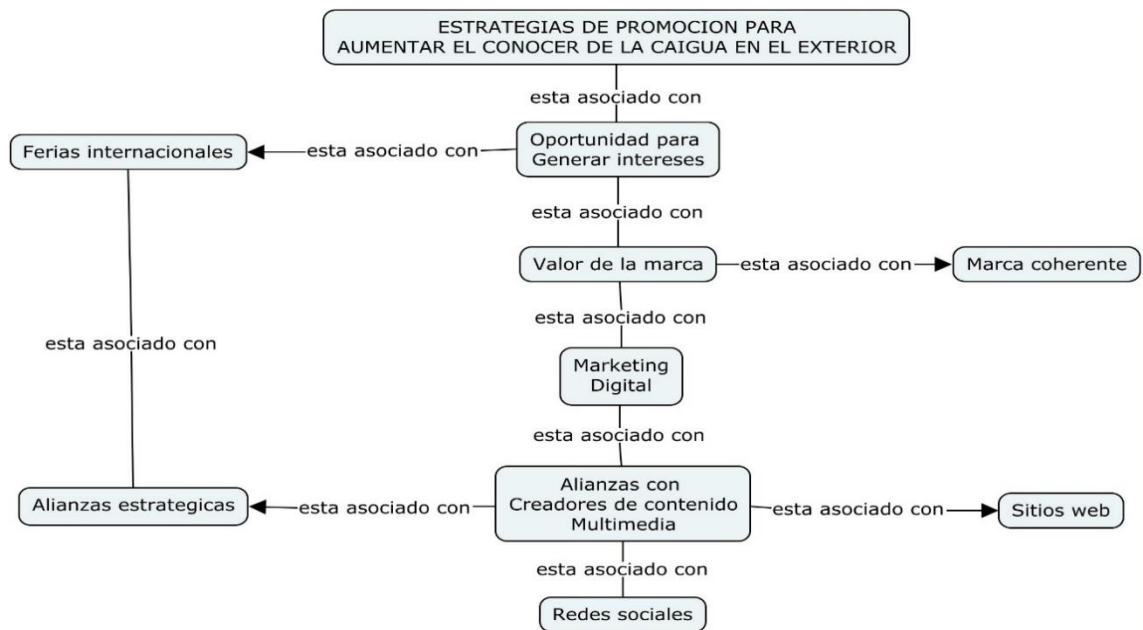
Memorando integrador:

Las formas de mejora y diversificación de productos están estrechamente relacionadas con la expansión hacia nuevos mercados que valoran los productos reciclados y con envases innovadores. Además, se vinculan con programas de educación al consumidor que promueven el conocimiento de las propiedades nutricionales de los productos a base de caigua. Asimismo, se considera la diversificación de productos hacia opciones listas para el consumo, es decir, productos procesados.

Tabla 10. Estrategias de promoción para aumentar el conocer de la caigua en el exterior.

<p>Pregunta 9. ¿Cuál es nuestra estrategia de promoción para aumentar la visibilidad y el conocimiento de nuestros productos de caigua en los mercados internacionales? ¿Debemos enfocarnos en publicidad, marketing digital, ferias comerciales u otros canales de promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes en el extranjero?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: ferias internacionales, marketing digital, alianzas estratégicas.</p>	<p>Tenemos el desarrollo de identidad de marca fuerte, participar en ferias internacionales, el marketing digital, relaciones públicas y prensa y alianzas estratégicas</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: valor de la marca, marca coherente</p>	<p>Habría que definir claramente los valores de la marca y lo que la caigua representa, crear un logotipo atractivo y memorable, desarrollar una narrativa de marca coherente.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: marketing digital, creadores de contenido.</p>	<p>Claro tenemos el marketing digital, las ferias comerciales, la publicidad en redes sociales, el uso de creadores de contenido novedoso para la propagación de información sobre nuestro producto.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: oportunidades para generar intereses</p>	<p>Se tiene que identificar ferias y eventos relacionados con la industria alimenticia y agrícola, reservar un espacio para exhibir y promocionar los productos, aprovechar las oportunidades para establecer contactos y generar intereses</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: desarrollo de sitios web, marketing en redes sociales.</p>	<p>Desarrollar y optimizar un sitio web para que se publicite el producto que sea atractivo y funcional, implementar estrategias de marketing en redes sociales para llegar a audiencias internacionales, uso de contenido audiovisual atractivo, como imágenes y videos, para mostrar beneficios y usos de la caigua</p>

Figura 9



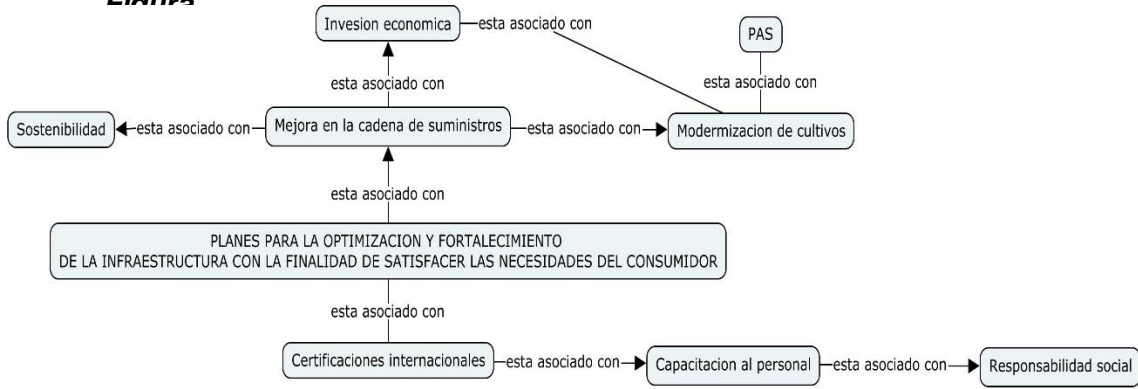
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

Las estrategias de promoción para aumentar el conocimiento de la caigua en el extranjero se centran en generar interés entre los consumidores. Para lograrlo, participaremos en ferias internacionales donde destacaremos el valor de nuestra marca, manteniendo coherencia en nuestra imagen. Además, promocionaremos el producto a través del marketing digital, colaborando con creadores de contenido multimedia para difundirlo en redes sociales y sitios web.

Tabla 11. Planes para la optimización y fortalecimiento de la infraestructura con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.

<p>Pregunta 10. ¿Cómo planeamos optimizar y fortalecer nuestra infraestructura para satisfacer las necesidades de producción, almacenamiento y distribución de nuestros productos de caigua en los mercados internacionales? ¿Qué inversiones y mejoras debemos realizar en nuestras instalaciones, logística y tecnología para garantizar una operación eficiente y exitosa en el comercio internacional?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: cadena de suministro, certificaciones</p>	<p>Si se quiere optimizar tanto la estructura como la cadena de suministro habría acceder a certificaciones de sostenibilidad, mejorar la infraestructura ósea invertir en las instalaciones, aplicar energía renovable, etc.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: embalaje, certificaciones internacionales, capacitación al personal</p>	<p>Se podrían usar embalajes eco amigables, implementar el uso de materiales a base de reciclaje, aplicar para acceder a certificaciones internacionales, renovar maquinaria y capacitación al personal, porque no se trata solamente de que la empresa se renueve si no tambien el personal porque ellos son los que maniobran todo aquí.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: sostenibilidad, responsabilidad social</p>	<p>La optimización de la infraestructura y la cadena de suministro no solo impulsa la eficiencia operativa, sino que también refleja un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo que puede fortalecer la reputación de la empresa y su posición en el mercado.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Cavero Ching Código: PAS, modernización de cultivos</p>	<p>Primero tendría que aplicarse las prácticas agrícolas sostenibles además de adoptar practicas eficientes de gestión hídrica, la implementación de sensores y monitoreo remoto para optimizar la gestión de cultivos modernizando la planta</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: inversión económica.</p>	<p>Habría que hacer una inversión económica para la renovación de todo el material utilizado para todo el proceso de la caigua desde la siembra hasta el embalaje esto en conjunto a capacitaciones del personal.</p>



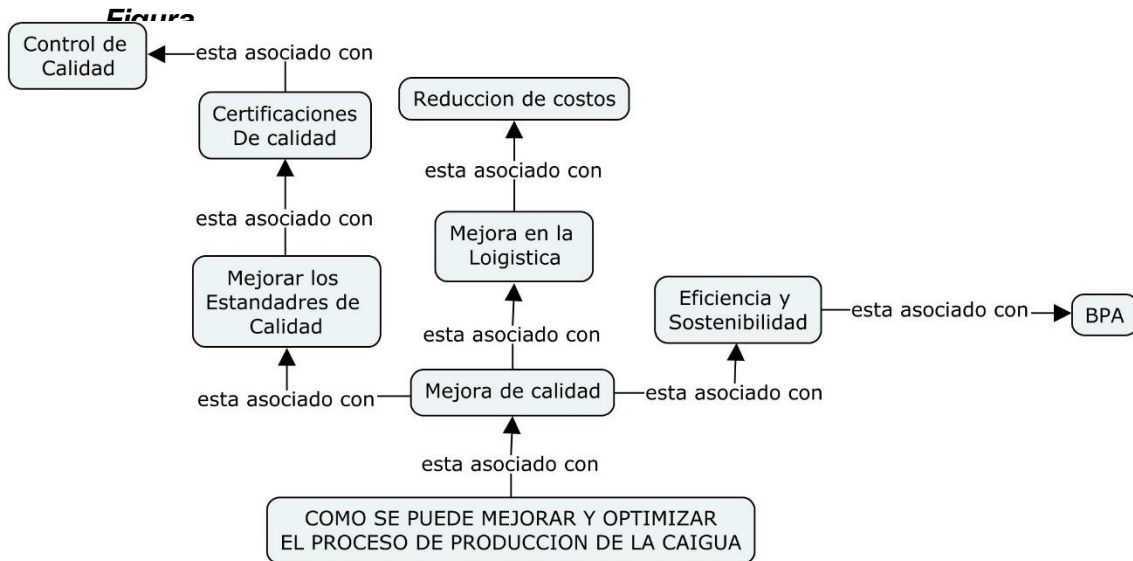
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

Los planes utilizados para optimizar y fortalecer la infraestructura con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor se basan en la adquisición de certificaciones internacionales. Estas certificaciones se implementarán a través de la capacitación del personal. Además, se busca mejorar la cadena de suministro para lograr una mayor sostenibilidad y realizar inversiones económicas que permitan modernizar los cultivos mediante prácticas agrícolas sostenibles (PAS).

Tabla 12. Como se puede mejorar y optimizar el proceso de producción de la caigua.

<p>Pregunta 11. ¿Cómo podemos mejorar y optimizar nuestro proceso de producción de caigua para cumplir con los estándares internacionales de calidad, eficiencia y sostenibilidad?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: estándares de calidad, eficiencia productiva</p>	<p>Pues sería cumplir con los estándares de calidad, eficiencia en la producción, sostenibilidad ambiental, la calidad del suelo, capacitación al personal</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: BPA, reducción de costos, logística</p>	<p>Adoptar las BPA para garantizar la calidad y seguridad del producto desde la etapa de cultivo, evaluar la posibilidad de automatizar ciertos procesos para mejorar la eficiencia y reducir costos laborales, también la implementación de sistemas eficientes de gestión de inversión y logística para evitar interrupciones en la producción, desarrollar prácticas de gestión de residuos para minimizar el impacto ambiental y explorar opciones de reciclaje y reutilización</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: control de calidad, asesoramiento con expertos</p>	<p>Control de calidad, asesoramiento con expertos, sistemas de trazabilidad, uso de tecnología innovadora</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Cavero Ching Código: BPA, certificaciones de calidad</p>	<p>Implementación de las buenas prácticas agrícolas, obtención de certificaciones de calidad, automatización del proceso, optimización de la cadena de suministro, gestión de residuos.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: mejora de calidad, eficiencia y sostenibilidad</p>	<p>Al implementar estas estrategias, podrás mejorar la calidad, eficiencia y sostenibilidad de tu proceso de producción de caigua, lo que no solo cumplirá con los estándares internacionales, sino que también te posicionará como una empresa comprometida con la excelencia y la responsabilidad ambiental.</p>



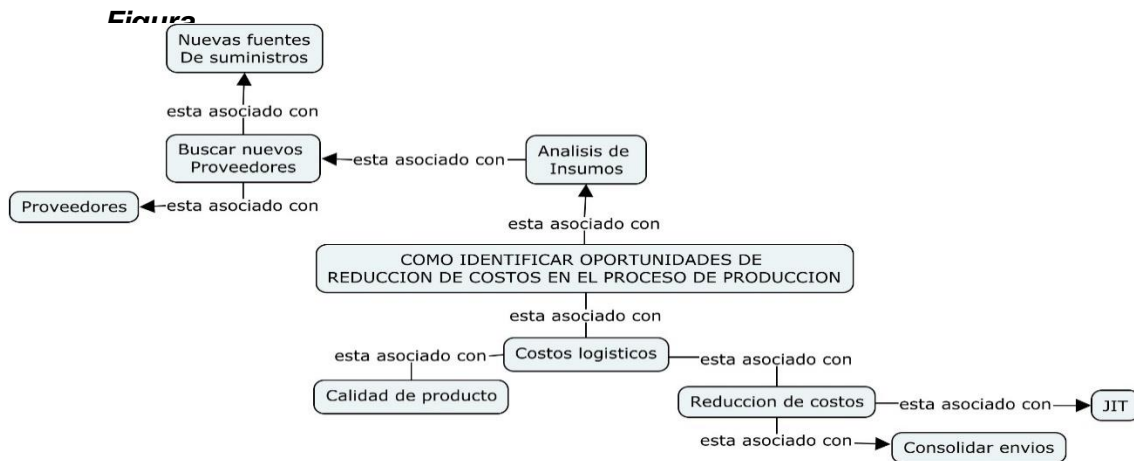
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

La mejora y optimización del proceso de producción de la caigua se basa en la búsqueda de una mayor calidad del producto. Esto implica mejorar los estándares de calidad e implementar certificaciones que garanticen un mejor control de calidad. Además, se busca mejorar la logística para reducir costos, lo que generará una mayor eficiencia y sostenibilidad en el proceso.

Tabla 13. Como identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción.

<p>Pregunta 12. ¿Cómo podemos identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción de caigua, desde la adquisición de insumos hasta la distribución, sin comprometer la calidad de nuestros productos?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: análisis de insumos, proveedores, optimización</p>	<p>Sencillo se tiene que realizar un análisis de insumos y proveedores, ver la eficiencia dentro de la cadena de suministros, aparte la eficiencia de la producción y la optimización de energía y recursos.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: proveedores, nuevas fuentes de suministros</p>	<p>Revisar y negociar de acuerdo con proveedores para obtener mejores términos en la adquisición de semillas, fertilizantes, pesticidas y otros insumos, investigar y evaluar constantemente nuevas fuentes de suministros y opciones de insumos para encontrar opciones más económicas sin sacrificar la calidad.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: costos logísticos, consolidar envíos, JIT</p>	<p>Examinar las rutas y métodos de transporte para reducir costos logísticos, consolidar envíos y utilizar estrategias como el transporte intermodal para optimizar la eficiencia, implementar un sistema de gestión de inventarios eficientes para evitar excesos o escasez de existencias y el uso de técnicas como JIT para minimizar costos de almacenamiento</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: reducción de costos, calidad de producto</p>	<p>Al aplicar estas estrategias, podrás identificar oportunidades específicas de reducción de costos en tu proceso de producción de caigua y mejorar la eficiencia general sin comprometer la calidad del producto. La clave es mantener una mentalidad de mejora continua y estar dispuesto a ajustar y optimizar los procesos a medida que evolucionan las circunstancias y las necesidades del mercado.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: automatización de procesos.</p>	<p>Implementar sistemas de información integrados que mejoren la viabilidad y gestión de toda la cadena de suministro, usar herramientas analíticas para identificar áreas de ineficiencia y oportunidades de mejora, automatizar procesos administrativos, como la facturación y la gestión de pedidos para reducir los costos operativos.</p>



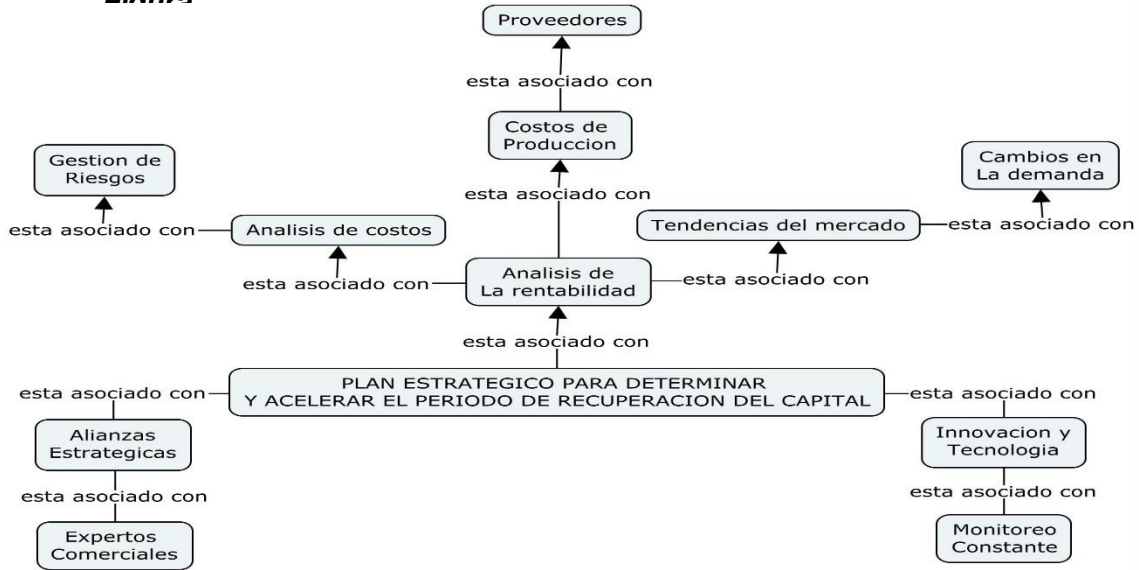
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

La identificación de oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción está vinculada a los costos logísticos, que buscan garantizar la calidad del producto y reducir los gastos. Para lograrlo, se busca consolidar envíos y utilizar correctamente el JIT (Justo a Tiempo). Además, se realiza un análisis de los insumos, buscando nuevos proveedores y fuentes de suministro para optimizar los costos.

Tabla 14. Plan estratégico para determinar y acelerar el periodo de recuperación del capital.

<p>Pregunta 13. ¿Cuál es nuestro plan estratégico para determinar y acelerar el período de recuperación del capital en nuestras inversiones y operaciones relacionadas con la exportación de caigua?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: análisis de costos, rentabilidad, tendencias de mercado</p>	<p>El análisis de costos y rentabilidad, eficiencia en la cadena de suministros, diversificación de mercados, adaptación a tendencias del mercado, desarrollo de productos de valor agregado, marketing y estrategias de marca.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: alianzas estratégicas, gestión de riesgos</p>	<p>Negociaciones y alianzas estratégicas, optimización de procesos de producción, gestión de riesgos financieros, evaluación continua de resultados, capacitación y desarrollo del personal.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: innovación y tecnología, monitoreo constante, cambios en la demanda</p>	<p>Innovación y tecnología, gestión eficiente del efectivo, monitoreo constante de la competencia, adaptación a cambios en la demanda, etc.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: costos de producción, exportación, reducción de costos, proveedores</p>	<p>Realiza un análisis detallado de todos los costos asociados con la producción, exportación y distribución de caigua, identifica áreas donde sea posible reducir costos sin comprometer la calidad del producto, la optimiza la cadena de suministro para reducir tiempos de entrega y costos logísticos y la evaluación de proveedores y socios para asegurar condiciones competitivas</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: expertos comerciales</p>	<p>La implementación exitosa de estas estrategias requerirá una gestión eficaz, capacidad de adaptación y un compromiso continuo con la mejora. Además, la colaboración con expertos en comercio internacional, consultores y profesionales de la industria puede brindar perspectivas valiosas para optimizar tus operaciones de exportación.</p>



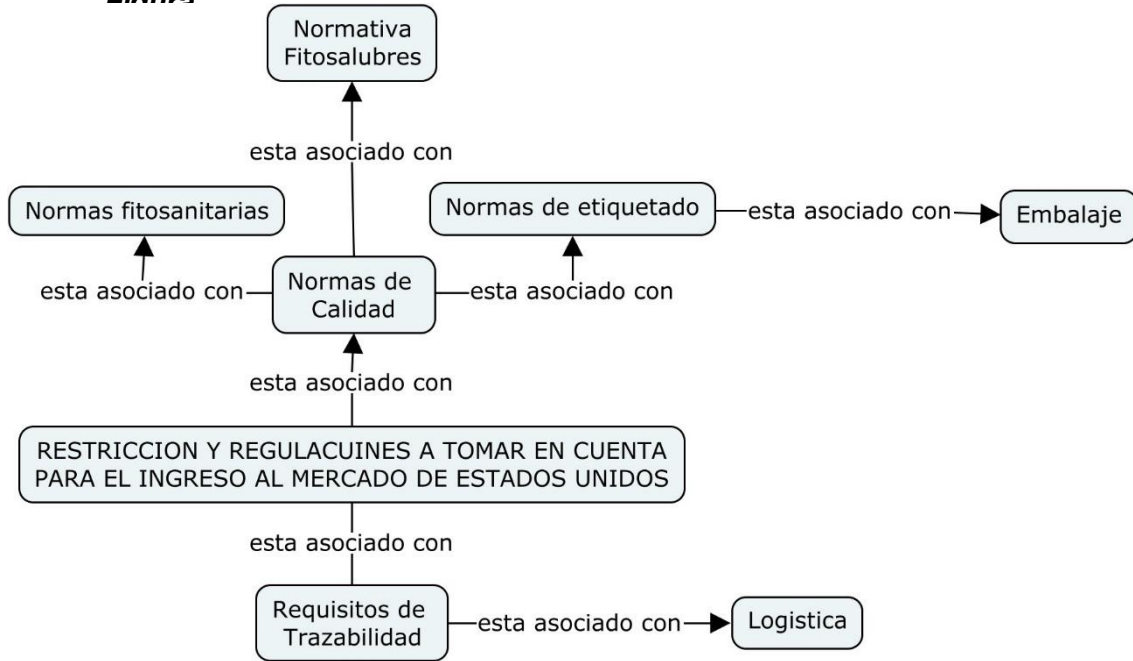
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

El plan estratégico para determinar y acelerar el periodo de recuperación del capital se basa en diversas acciones. Se establecen alianzas estratégicas con expertos comerciales para impulsar el crecimiento. Además, se busca la innovación y la aplicación de tecnología, monitoreando constantemente su implementación para garantizar un uso adecuado. Se realiza un análisis de rentabilidad que incluye la gestión de riesgos y un análisis de costos. También se estudia la tendencia del mercado para comprender los cambios en la demanda actual. Por último, se consideran los costos de producción para optimizar la rentabilidad.

Tabla 15. Restricciones y regulaciones a tomar en cuenta para el ingreso al mercado de Estados Unidos.

<p>Pregunta 14. ¿Cuáles son las restricciones y regulaciones específicas que debemos considerar al exportar caigua al mercado de Estados Unidos, como requisitos de calidad, etiquetado, normativas fitosanitarias y aranceles?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: normativas de calidad, etiquetado, normas fitosanitarias.</p>	<p>Aquí nosotros como empresa buscamos comercializar la caigua en el extranjero específicamente en USA, pero esto significa que tengamos ciertas trabas o restricciones entre las primeras contamos con las normativas de calidad, el régimen de etiquetado, las normas fitosanitarias, etc.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: requisitos de trazabilidad, embalaje</p>	<p>Pues las principales son los requisitos de trazabilidad, las regulaciones fitosanitarias de Estados Unidos, certificado que sean productos sostenibles, el correcto embalaje y mas</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: normas de calidad</p>	<p>En gran parte las normas fitosanitarias son las que tenemos que tener cuidado porque para ingresar productos de consumo tienen que cumplirse en su totalidad.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: normativa Fito salubres</p>	<p>Normativa Fito salubres y de calidad</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: etiquetado</p>	<p>Fitosanitarias y etiquetado</p>



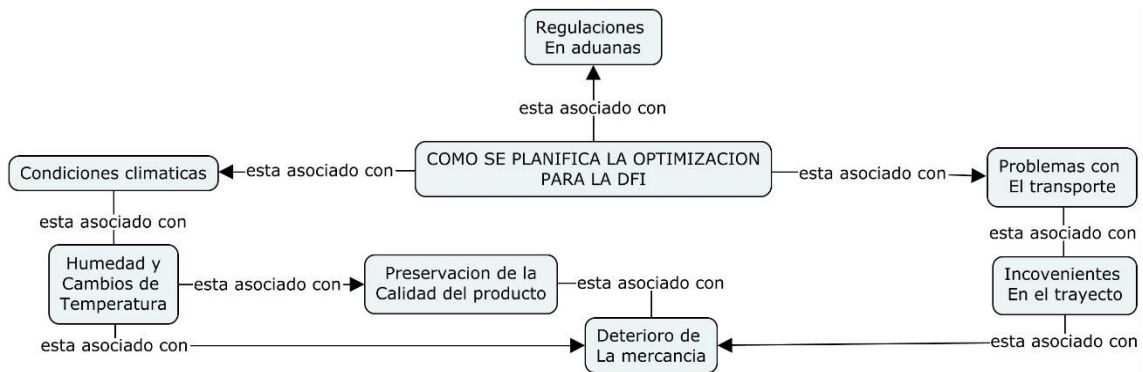
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

Al ingresar al mercado de Estados Unidos, es importante tener en cuenta las restricciones y regulaciones. Estas incluyen requisitos de trazabilidad del producto, el uso adecuado de la logística y el cumplimiento de normas de calidad fitosanitarias, fitosanitarias y de embalaje y etiquetado.

Tabla 16. Como se planifica la optimización para la correcta DFI.

<p>Pregunta 15. ¿Cómo planificamos optimizar nuestra distribución física internacional de productos de caigua para garantizar una entrega oportuna y eficiente a nuestros clientes en el extranjero?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: condiciones climáticas, preservar la calidad del producto</p>	<p>Las condiciones climáticas, los tiempos de tránsito prolongados, preservar la calidad del producto, aduanas y pues para optimizar la cadena de suministro pues se pueden desarrollar planes logísticos detallados, considerando los factores antes mencionados.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: inconvenientes en el trayecto, deterioro de la caigua</p>	<p>Posibles inconvenientes en el trayecto, el deterioro de la caigua, daños parciales o pérdida total de la mercancía, que el trayecto demore más de lo estipulado, pues para mejorar siempre se tiene que tener un plan donde se propongan soluciones a los problemas más comunes que puedan suceder.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: humedad y cambios de temperatura</p>	<p>La humedad y los cambios de temperatura, complejidad en la cadena de suministro, documentación faltante al momento de pasar aduanas.</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Caverro Ching Código: regulaciones en aduana</p>	<p>Costos asociados con el transporte internacional, falla con el contenedor ocasionando perdida de la caigua, las regulaciones en aduanas</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: problemas con el transporte</p>	<p>Pues mayormente los problemas son con el transporte ya que por cambios climáticos se retrasan ocasionando problemas serios.</p>



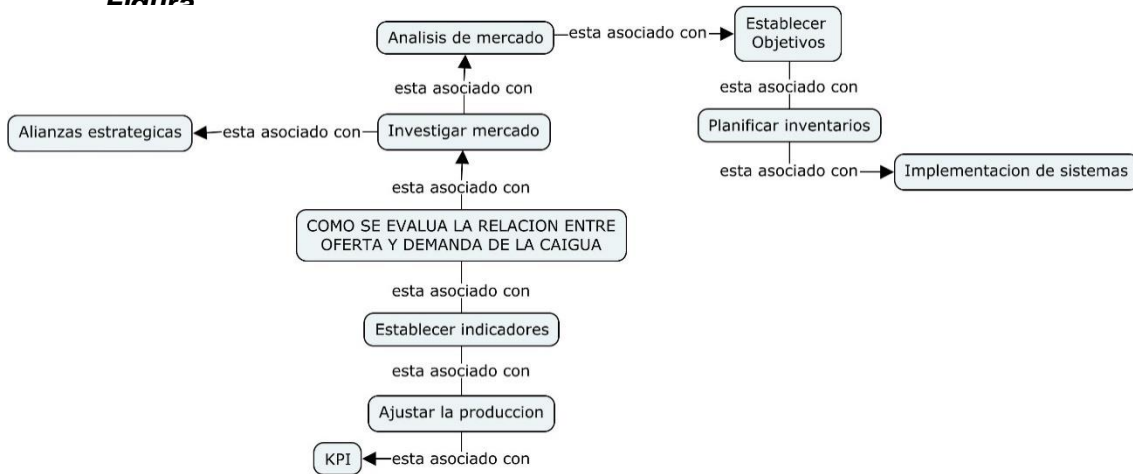
Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

La planificación de la optimización para la distribución física internacional de la caigua está asociada a las regulaciones climáticas y las condiciones ambientales. Es importante tener en cuenta la humedad y los cambios de temperatura, ya que pueden afectar la preservación de la calidad de la mercancía y generar deterioro. Además, el transporte también representa un desafío en este proceso.

Tabla 17. Como se evalúa la relación entre oferta y demanda de la caigua.

<p>Pregunta 16. ¿Cómo evaluamos la relación entre la oferta y la demanda de caigua en los mercados internacionales? ¿Qué estrategias estamos implementando para mantener un equilibrio entre la producción y la capacidad de satisfacer la demanda de manera eficiente, aprovechando las oportunidades de crecimiento y minimizando posibles excesos o faltantes en el suministro?</p>	
<p>Entrevistado 1: Alejandro Ly Ugaz Código: análisis de mercado, objetivos, planificar inventarios</p>	<p>análisis del mercado internacional, establecer los objetivos de producción, la flexibilidad en la producción, monitoreo continuo de la demanda, planificar inventarios, uso de tecnologías, etc.</p>
<p>Entrevistado 2: Carmela Alejandria Samae Código: investigar mercados, kip, alianzas estratégicas</p>	<p>Investigar al mercado, basarse en la demanda proyectada, diseñar procesos, utilizar KPI, gestionar eficientemente los inventarios, alianzas con personas o empresas estratégicas.</p>
<p>Entrevistado 3: Gabriel Alvarado Uchofen Código: implementación de sistemas, ajustes de producción</p>	<p>Implementación de sistemas de información integrados, optimización en la cadena de suministros, ajuste de producción según estaciones, desarrollo de productos innovadores</p>
<p>Entrevistado 4: Elena Cavero Ching Código: análisis de mercados, establecer objetivos</p>	<p>Elaborar análisis de mercados para extender las tendencias, la demanda actual y las proyecciones futuras en los mercados internacionales, identificar los países con mayor demanda y oportunidades de crecimiento, establecer objetivos de producción que estén alineados con la demandad proyectada en los mercados internacionales, diseñar procesos de producción que puedan adaptarse a cambios en la demanda.</p>
<p>Entrevistado 5: Carlos Doig Capuñay Código: establecer indicadores, demanda, ajustar la producción.</p>	<p>Mantener flexibilidad en la capacidad de producción para ajustar volúmenes según sea necesario, establecer indicadores clave de desempeño que permitan monitorear de cerca la demanda y ajustar la producción en consecuencia e implementar un sistema de gestión de inventarios que permitan una visibilidad clara y una respuesta rápida a cambios en la demanda.</p>



Nota: Elaboración propia

Memorando integrador:

Para evaluar la relación entre la oferta y la demanda de la caigua, es necesario establecer indicadores que permitan ajustar la producción mediante los KPI. Además, esta evaluación está vinculada a la investigación de mercado, la cual se realiza en colaboración con alianzas estratégicas. Estas alianzas generan un análisis de mercado con el objetivo de establecer metas y planificar adecuadamente los inventarios.

3.2 Discusión

. Objetivo específico 1: Realizar un diagnóstico situacional de la empresa ACRE S.A.C.

Pregunta 1: Factores claves que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, el marketing desempeña un papel fundamental al promocionar el producto y aumentar su visibilidad en el mercado. El marketing se define como un proceso tanto administrativo como social, por el cual las personas obtienen lo que desean y necesitan a través de la generación de deseo, oferta e intercambio de productos de valor (Kotler, 2009). Además, la cadena de suministro se enfoca en garantizar la calidad del producto y ofrecer alimentos saludables. La investigación de mercado se encarga de identificar nuevas oportunidades en base a las condiciones favorables del mercado y el aumento de la demanda internacional. Por último, establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas es crucial para lograr una aceptación total de nuestro producto.

Pregunta 2: País o región que presenta el mayor potencial de demanda para nuestro producto.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, la identificación de los países o regiones con mayor potencial de demanda se basa en diversas estrategias. Esto incluye el análisis de mercado y la investigación de las tendencias del consumidor, así como el establecimiento de relaciones con socios locales y expertos comerciales. Además, se consideran las posibles barreras comerciales, como los cambios en la política y las regulaciones comerciales, así como la fluctuación de la moneda. Es importante que el mercado objetivo sea adaptable a las preferencias del consumidor. Por lo tanto, se realizan investigaciones de mercado exhaustivas y análisis de la demanda para identificar las oportunidades más prometedoras. La investigación de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Kotler, 2004).

Pregunta 3: Competidores directos y sus estrategias.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, es fundamental realizar un análisis de los competidores directos y sus estrategias. Esto implica evaluar el entorno empresarial a través de un análisis FODA, que nos permite conocer las estrategias utilizadas por ellos. Además, es importante tener en cuenta las ferias internacionales donde promocionan sus productos y marcas. Asimismo, se vincula con la identificación de las ventajas competitivas de la competencia, lo cual se logra a través de la investigación en línea y el uso de las redes sociales, que se define como un sitio en Internet que permite a los usuarios comunicarse, relacionarse, crear comunidades y compartir contenido (Chadwick, 2014). De esta manera, podemos obtener información sobre los productos de calidad que la competencia está exportando, lo cual se define como la venta de productos producidos en un país para residentes de otros, y que representa una oportunidad para mejorar los ingresos de los empresarios (Hill, 2017).

Pregunta 4: Medidas específicas implementadas para aumentar las exportaciones.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, se implementan medidas específicas para aumentar la producción y satisfacer los requisitos de los mercados internacionales. Estos mercados requieren certificados de calidad para permitir el ingreso de mercancía a sus territorios. Además, se realiza un análisis de mercado que incluye la segmentación, que se define como el proceso de dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos más pequeños e internamente homogéneos. La segmentación nos permite comprender las demandas de los consumidores y evaluar la demanda existente. Esto a su vez facilita la diversificación de productos, que se define como el uso de recursos y capacidades para generar actividades económicas distintas al negocio principal, con el objetivo de obtener incrementos en las utilidades (Ansoff, 1957) e introducir nuevos productos en el mercado objetivo. Estas medidas también están relacionadas con la optimización de la cadena de suministro.

Pregunta 5: Estrategias y recursos necesarios para aumentar la capacidad de producción.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, las estrategias y recursos necesarios para aumentar la capacidad de producción están vinculados a la optimización de procesos. La adaptación, definida como la capacidad intelectual y emocional de responder adecuada y coherentemente a las exigencias del entorno, regulando el comportamiento en función del entorno (Ramírez et al., 2003), es fundamental en este proceso. Esto implica mejorar la infraestructura, el almacenamiento y la capacitación del personal. Además, se enfoca en implementar prácticas sostenibles para mejorar el proceso de cultivo, lo cual puede requerir inversiones en tecnología adecuada.

Pregunta 6: Formas de ajuste de rentabilidad para lograr ser competitivos y rentables.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, es importante considerar las formas de ajuste de rentabilidad para ser más competitivos y rentables. Estas formas están asociadas a varios factores, como los costos de recolección y transporte, los costos de producción, que se refieren al conjunto de costos que involucra la adquisición de materiales y partes, así como los esfuerzos realizados en los procesos y actividades para obtener un bien tangible o intangible (Rodríguez et al., 2007). Además, también se ven afectados por las barreras comerciales, como los aranceles y el despacho aduanero, que se refiere a los actos y formalidades realizados para gestionar la entrada, tránsito y salida de mercancías dentro de una zona aduanera. Estas gestiones y trámites son necesarios para las importaciones y exportaciones (Tanchiva, 2023).

Pregunta 8: Formas de mejora y diversificación de productos.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, es importante considerar las formas de mejora y diversificación de productos para expandirse hacia nuevos mercados que valoran los productos reciclados y con envases innovadores. Además, se vinculan con programas de educación al consumidor que promueven el conocimiento de las propiedades nutricionales de los productos a base de caigua. También se considera la diversificación de productos hacia opciones listas para el consumo, es decir, productos procesados.

Pregunta 9: Estrategias de promoción para aumentar el conocer de la caigua en el exterior.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, se implementarán estrategias de promoción para aumentar el conocimiento de la caigua en el extranjero. Estas estrategias se centran en generar interés entre los consumidores. Para lograrlo, participaremos en ferias internacionales, que son eventos comerciales donde oferta y demanda se encuentran en un mismo espacio y tiempo (Deiten, 2010). En estas ferias, destacaremos el valor de nuestra marca y mantendremos coherencia en nuestra imagen. Además, promocionaremos el producto a través del marketing digital, colaborando con creadores de contenido multimedia para difundirlo en redes sociales, que son sitios en Internet que permiten a los usuarios comunicarse, relacionarse, crear comunidades y compartir contenido (Chadwick, 2014), así como en sitios web.

Pregunta 10: Planes para la optimización y fortalecimiento de la infraestructura con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, se implementarán planes para optimizar y fortalecer la infraestructura con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor. Estos planes se basan en la adquisición de certificaciones internacionales, que se llevarán a cabo a través de la capacitación del personal. La capacitación se define como un proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas adquieren conocimientos y desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos (Chiavenato, 2007). Además, se busca mejorar la cadena de suministro para lograr una mayor sostenibilidad y se realizarán inversiones económicas que permitan modernizar los cultivos mediante prácticas agrícolas sostenibles (PAS) (Wilson, 1949).

Pregunta 11: Como se puede mejorar y optimizar el proceso de producción de la caigua.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, se busca mejorar y optimizar el proceso de producción de la caigua para lograr una mayor calidad del producto. Para ello, es necesario mejorar los estándares de calidad, que son puntos referenciales utilizados para puntualizar un conjunto de condiciones con la intención de que las características de un producto o servicio sean capaces de satisfacer las diversas expectativas de calidad de un grupo de clientes (EuroInnova, 2016), e implementar certificaciones que garanticen un mejor control de calidad. Además, se busca mejorar la logística para reducir costos, lo que generará una mayor eficiencia y sostenibilidad en el proceso. La logística se define como una estrategia para alcanzar la competitividad. Según Deloitte, las empresas se enfrentan a presiones para reducir costos en tiempos de crisis (Porter, 1998).

Pregunta 12: Como identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, se busca identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción, lo que está vinculado a los costos logísticos. Estos costos buscan garantizar la calidad del producto y reducir los gastos. Para lograrlo, se busca consolidar envíos y utilizar correctamente la estrategia Justo a Tiempo (JIT). Además, se realiza un análisis de los insumos, buscando nuevos proveedores y fuentes de suministro para optimizar los costos.

Pregunta 13: Plan estratégico para determinar y acelerar el periodo de recuperación del capital.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, se implementa un plan estratégico para determinar y acelerar el periodo de recuperación del capital. Este plan se basa en diversas acciones, como establecer alianzas estratégicas con expertos comerciales para impulsar el crecimiento y buscar la innovación y la aplicación de tecnología, monitoreando constantemente su implementación para garantizar un uso adecuado. Además, se realiza un análisis de rentabilidad que incluye la gestión de riesgos, que es un proceso que consiste en identificar, evaluar y minimizar el impacto de los riesgos. Es una forma de que las organizaciones identifiquen los peligros y amenazas potenciales y tomen medidas para eliminar o reducir las posibilidades de que ocurran (COSO, 2004), y un análisis de costos. También se estudia la tendencia del mercado para comprender los cambios en la demanda actual. Por último, se consideran los costos de producción, que se definen como el conjunto de costos compuesto por la adquisición de materiales y partes, y el esfuerzo que se incurre por la realización de los procesos y actividades para la obtención de un bien tangible o intangible (Rodríguez et al., 2007), con el fin de optimizar la rentabilidad.

Pregunta 16: Como se evalúa la relación entre oferta y demanda de la caigua.

Conforme el objetivo específico 1 identificar los factores clave que impulsan el aumento de la demanda internacional de la caigua, es importante establecer indicadores que permitan ajustar la producción mediante los KPI y evaluar la relación entre la oferta y la demanda de la caigua. Para ello, se realiza una investigación de mercado en colaboración con alianzas estratégicas. Estas alianzas generan un análisis de mercado, que se define como el proceso sistemático de reunir, planificar, analizar y comunicar los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Kotler, 2004). El objetivo de este análisis es establecer metas y obtener conocimiento sobre aspectos de la realidad que no son directamente perceptibles o medibles (Aznar, 2019), lo que permite planificar adecuadamente los inventarios.

Objetivo específico 2: Determinar cuáles son los requisitos para ingreso de productos de consumo humano al mercado de Estados Unidos.

Pregunta 7: Estrategias de distribución para asegurar que el producto llegue en condiciones óptimas.

Conforme el objetivo específico 2 determinar los requisitos para el ingreso de productos de consumo humano al mercado de Estados Unidos, las estrategias de distribución se centran en garantizar que el producto llegue en óptimas condiciones a su destino. Para lograrlo, se implementa la gestión logística, que se define como el movimiento de los materiales desde una fuente u origen hasta un destino o usuario (Magge, 1968). Esta gestión busca reducir costos y mejorar la eficiencia en términos de tiempo y calidad del producto, que se define como la percepción que el cliente tiene sobre su valor. Además, se considera el margen de beneficios. Asimismo, se tienen en cuenta los canales de distribución, los cuales están relacionados con la trazabilidad del producto.

Pregunta 14: Restricciones y regulaciones a tomar en cuenta para el ingreso al mercado de Estados Unidos.

Conforme el objetivo específico 2 determinar los requisitos para el ingreso de productos de consumo humano al mercado de Estados Unidos, es crucial considerar las restricciones y regulaciones correspondientes. Estas incluyen requisitos de trazabilidad del producto, que se define como la capacidad de seguir el movimiento de un alimento a través de etapas específicas de producción, procesamiento y distribución (ISO, 2005). Además, se debe tener en cuenta el uso adecuado de la logística y el cumplimiento de normas de calidad, que se define como la capacidad de ofrecer un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo, ajustándose a las necesidades del mercado (Deming, 1988). Asimismo, se deben cumplir con las normativas fitosanitarias y de embalaje y etiquetado.

Pregunta 15: Como se planifica la optimización para la correcta DFI.

Conforme el objetivo específico 2 determinar los requisitos para el ingreso de productos de consumo humano al mercado de Estados Unidos, la planificación de la distribución física internacional de la caigua está estrechamente relacionada con las regulaciones aduaneras. Estas regulaciones se definen como el conjunto de normas que regulan el ingreso, salida y tránsito de mercancías a través de las fronteras de un país, así como el tratamiento que la aduana aplica a las mercancías bajo su control (SUNAT, 2020). Además, es importante considerar las condiciones ambientales, como la humedad y los cambios de temperatura, ya que pueden afectar la calidad y provocar deterioro reversible de la mercancía (Kotler, 2020). El transporte también representa un desafío en este proceso.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Objetivo específico 1: Realizar un diagnóstico situacional de la empresa ACRE S.A.C.

- La Empresa ACRE S.A.C ha demostrado solidez en su posición financiera, con un flujo de efectivo estable y una estructura de costos eficiente. Asimismo, su compromiso con la calidad se refleja en la satisfacción de los clientes y en la reputación de sus productos/servicios en el mercado.

- Sin embargo, se han identificado áreas de oportunidad en la gestión de recursos humanos, donde se observa la necesidad de mejorar la comunicación interna, el desarrollo del talento y la retención del personal. Además, la falta de actualización en la implementación de tecnologías ha limitado la eficiencia operativa y la capacidad de adaptación a las demandas del mercado.

Objetivo específico 2: Determinar cuáles son los requisitos para ingreso de productos de consumo humano al mercado de Estados Unidos.

- Los requisitos para el ingreso de productos de consumo humano al mercado de Estados Unidos son variados y abarcan aspectos como la seguridad alimentaria, etiquetado, registro de instalaciones, entre otros.

- La comprensión y cumplimiento de los requisitos es crucial para poder exportar productos de consumo humano de manera exitosa a Estados Unidos.

4.2 Recomendaciones

Objetivo específico 1: Realizar un diagnóstico situacional de la empresa ACRE S.A.C.

- Se sugiere implementar programas de capacitación y desarrollo para el personal, con el fin de fortalecer las habilidades y fomentar un ambiente laboral más productivo y colaborativo.

- La actualización de los sistemas tecnológicos es crucial para mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y facilitar la toma de decisiones basada en datos.

- Diversificar las estrategias de marketing permitirá a la empresa llegar a nuevos segmentos de mercado, aumentando su base de clientes y fortaleciendo su presencia competitiva.

Objetivo específico 2: Determinar cuáles son los requisitos para ingreso de productos de consumo humano al mercado de Estados Unidos.

- Mantenerse actualizado sobre las regulaciones y requisitos de importación de productos de consumo humano en Estados Unidos.

- Establecer procesos internos que garanticen el cumplimiento de los requisitos, desde la producción hasta la exportación.

REFERENCIAS

Andina (2020). Región Lambayeque ocupa a escala nacional en exportaciones de palta. Lima, febrero 2020.

AREX (2014). Exportaciones de palta has. Recuperado desde: <http://www.portalfruticola.com/noticias/2015/06/08/exportaciones-de-palta-lambayecanaregistran-aumento-en-primer-trimestre-de-2015/>

Diario El Comercio (2015), Muchas empresas exportadoras del país tienen problemas al momento de hacer comercio en el exterior. Lima, octubre 2015

Dinámica Mundial (2018), México, quien se ha consolidado como el principal productor del mundo

AGENCIA AGRARIA DE NOTICIAS. (05 de JUNIO de 2015). AGRARIA.PE. Recuperado el 13 de OCTUBRE de 2017, de <http://agraria.pe/noticias/lambayeque-exportaciones-de-palta-8409>

AGRODATAPERU. (17 de ENERO de 2017). www.agrodataperu.com. Recuperado el 13 de OCTUBRE de 2017, de <https://www.agrodataperu.com/2017/0/aguacatepaltas-peru-exportacion-2016-diciembre.html>

Américas, C. (s.f.). connectamericas.com. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/conoce-los-beneficios-de-exportar>

El Mostrador (2020), Consumidores estadounidenses, europeos y asiáticos están cada vez más interesados en comprar esta fruta, también conocida en Sudamérica como palta. Chile, 2020 105

Export Helpdesk, (2016) Las crecientes exigencias de calidad y demanda de producto en los principales países importadores de Palta. Europa 2016

IMPACTO DE ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE PALTA ORGÁNICA (Persea americana), DE LA REGIÓN JUNÍN A ESTADOS UNIDOS” (2016). Recuperado desde:

<http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2828/E71-N8-T.pdf?Sequence=1&isallowed=y>

Introducción de la producción de palta en la economía de las familias campesinas de Ivin y Huantaro, distrito de Chinchaypujio, provincia de anta 2014 - 2018” cusco (2018). Recuperado desde:

http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2403/1/Ingrid_Mary_Tesis_bachiller_2018.pdf

Investigación de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia. Recuperado desde:

Http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/957/salas_h.pdf;jsessionid=E5DA118FD0F70E7F287452F2C8EFDEBD?Sequence=1

CIA. (2018). Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-worldfactbook/geos/fr.html> CIA. (s.f.). CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-worldfactbook/geos/fr.html>

ANEXOS

ANEXOS



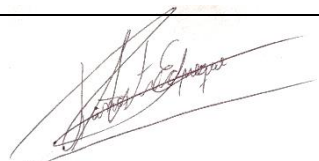
ANEXO 01: DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la DECLARACIÓN JURADA, soy alumna del Programa de Estudios de **NEGOCIOS INTERNACIONALES** la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autora del trabajo titulado:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAIGUA A NEW YORK 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, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el 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:

Ramos Eneque, Astrid Carolina	DNI: 73146357	
-------------------------------	---------------	---

Pimentel, 19 de diciembre de 2023.

ANEXO 02: ACTA DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo **ÁFRICA DEL VALLE CALANCHEZ URRIBARRI** docente del curso de **INVESTIGACIÓN II** del Programa de Estudios de **NEGOCIOS INTERNACIONALES** y revisor de la investigación de la estudiante, Ramos Eneque, Astrid Carolina, titulada:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAIGUA A NEW YORK 2023

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **17%**, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación en la Universidad Señor de Sipán S.A.C., aprobada mediante Resolución de Directorio N° 145-2022/PD-USS.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

<p>África Del Valle Calanchez Urribarrí</p>	<p>C.E.: 005774548</p>	<p>firma</p>
---	----------------------------	--------------

Pimentel, 19 de diciembre de 2023.

ANEXO 03: ACTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo **DR. ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB** quien suscribe como asesor designado mediante Resolución de Facultad N° **0296-2023-FACEM-USS**, del proyecto de investigación titulado **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAIGUA A NEW YORK PARA LA EMPRESA ACRE SAC., 2023**, desarrollado por la estudiante: **Ramos Eneque, Astrid Carolina** del programa de estudios de **Negocios Internacionales**, acredito haber revisado, realizado observaciones y recomendaciones pertinentes, encontrándose expedito para su revisión por parte del docente del curso.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

DR. ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB	DNI: número	firma
Ramos Eneque, Astrid Carolina	DNI: 73146357	Firma

Pimentel, 19 de diciembre de 2023

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
----------	-----------------------	------------------------	-------------	-------------	--------------

CUADRO DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variable Plan de Negocios

Según Kotler (2017), el plan de marketing es un "manuscrito en el cual se hace síntesis de lo que el experto de marketing a estudiado sobre la plaza, que señala como la compañía que sueña con llegar a cumplir todos los objetivos de marketing y que posibilita, direcciona y organiza los esfuerzos de marketing

Definición operacional: dentro de esta variable se tendrán en cuenta 5 dimensiones las cuales a través de análisis de contenido brindado por la empresa se hará la toma o recolección de datos.

Plan de negocios	Según Kotler (2017), el plan de marketing es un "manuscrito en el cual se hace síntesis de lo que el experto de marketing a estudiado sobre la plaza, que señala como la compañía que sueña con llegar a cumplir todos los objetivos de marketing y que posibilita, direcciona y organiza los esfuerzos de marketing	Dentro de esta variable se tendrán en cuenta 5 dimensiones las cuales a través de análisis de contenido brindado por la empresa se hará la toma o recolección de datos.	Análisis de mercado	Crecimiento de la demanda	Entrevistas
				Poner primero al mercado	Revisión documentaria
				Competencia directa e indirecta	
				Aumento de las exportaciones en la región	
				Crecimiento de la producción de caigua	
			Mix del marketing	Precio	Revisión documentaria
				Plaza	
				Producto	
				Promoción	
			Planeamiento estratégico	Misión	Entrevistas
Visión					
Objetivos					
Plan de operaciones	Infraestructura	Entrevistas			
	proceso de produccion				
	costo para la producción de la caigua				
Plan financiero	Periodo de recuperación				

Variable Exportación

Definición conceptual:

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2016), determina que no es más que el envío de un producto o servicio desde un país A hacia un país B con la finalidad de ser usado, transformado o consumido.

Definición operacional: dentro de esto se tomará una dimensión la cual es concisa la cual cuenta con 3 indicadores que nos ayudara a ver cuáles son las restricciones que nos pondría el país de destino en este caso Estados Unidos, tenemos también la Distribución Física Internacional y por último la oferta y demanda.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Exportación	Superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria (2016), determina que no es más que el envío de un producto o servicio desde un país a hacia un país b con la finalidad de ser usado, transformado o consumido.	Dentro de esto se tomará una dimensión la cual es concisa la cual cuenta con 3 indicadores que nos ayudara a ver cuáles son las restricciones que nos pondría el país de destino en este caso estados unidos, tenemos también la distribución física internacional y por último la oferta y demanda.	Gestión exportadora	Restricciones al mercado de estados unidos DFI Oferta y demanda	Revisión documental / entrevistas

Carta de autorización de recojo de información



AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Lambayeque, 1 de mayo del 2023

Señores,
Universidad Señor de Sipán
Lambayeque

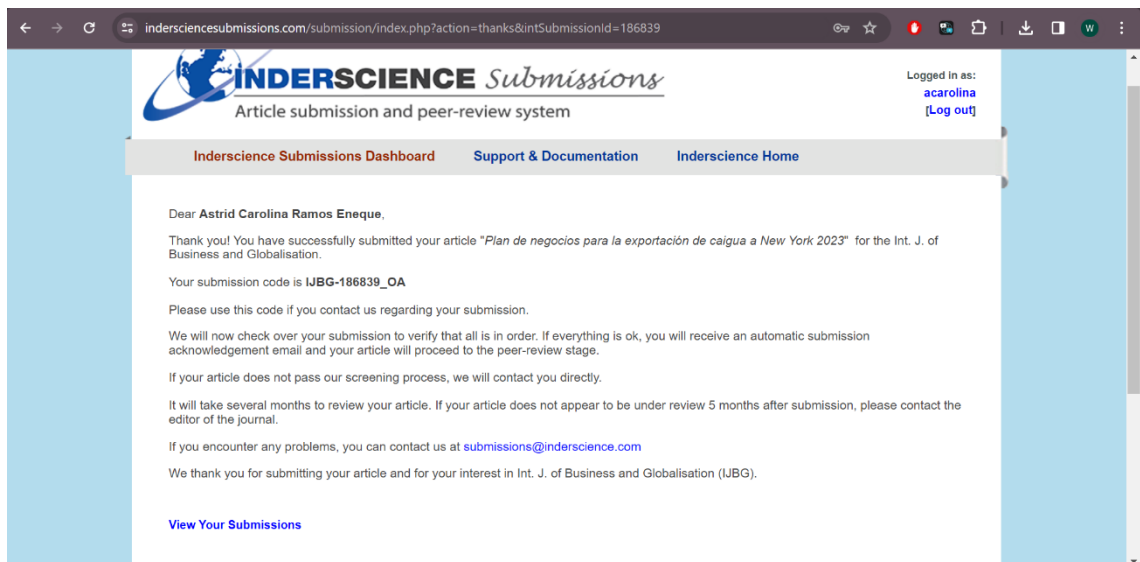
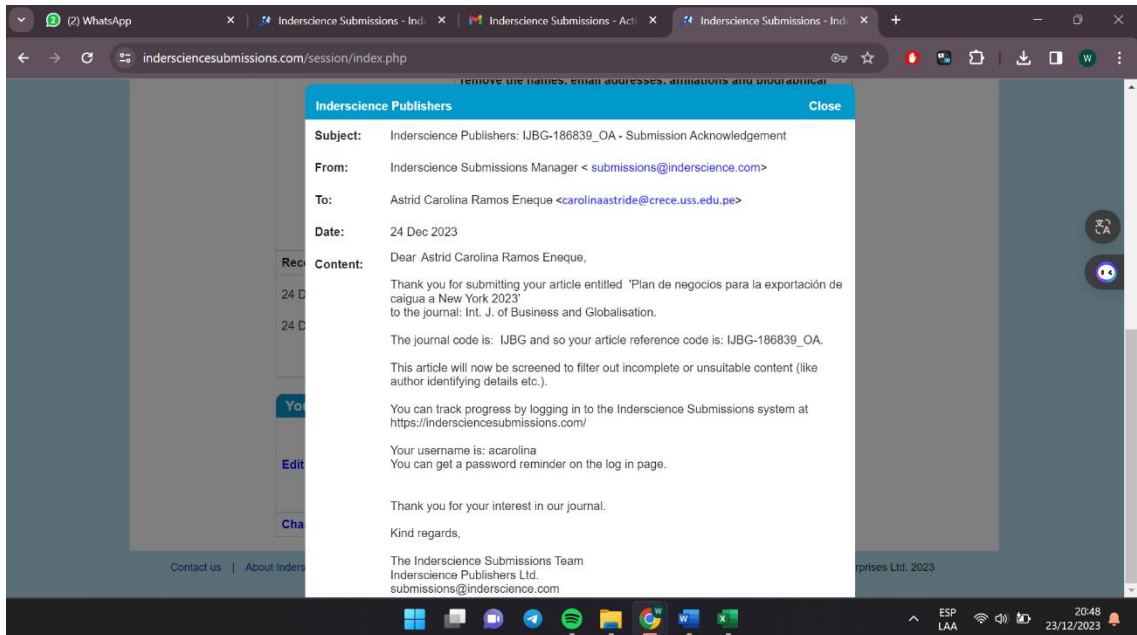
Ref.- Autoriza permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación presentado a la Universidad Señor de Sipán.

Por el presente documento, la empresa ACRE, con RUC N° 10036132600, representada por su gerente general, Segundo José García Jiménez, autoriza a la alumna **ASTRID RAMOS ENEQUE**, con DNI N° 73146357 alumna de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, al uso de la información que conforma el expediente técnico y otros documentos, como hojas de memorias, cálculos, planos, etc. con fines exclusivamente académicos para la elaboración de su tesis de pregrado, respetando en todo momento la absoluta confidencialidad de la información que se le proporcione.

Atentamente,

Segundo José García Jiménez
DNI No. 02606566
Gerente General

Prueba del envío de archivo a la revista INDERSCIENCE





CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

MIGUEL SALDAÑA URRUTIA		
1.	PROFESION DEL JUEZ: Delgado Vega, Oscar	Mg. Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD	Exportaciones
	GRADO ACADEMICO	Magister
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	6 años
	CARGO	Gerente
TITULO DE LA INVESTIGACION: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAIGUA A NEW YORK 2023		
2. DATOS DEL TESISTA		
2.1. NOMBRE Y APELLIDO		Astrid Carolina Ramos Eneque
3. INSTRUMENTO EVALUADO		
4. OBJETIVOS		
<p>GENERAL: Proponer un plan para facilitar del ingreso de la caigua a New York atreves del plan de negocios exportación</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <p>a. Realizar un diagnóstico situacional de la Empresa ACRE S.A.C</p> <p>b. Diseñar una propuesta de plan de negocio para la exportación de la caigua a New York</p>		
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
N°	Indicador: Crecimiento De La Demanda	
01	¿Cuáles son los factores clave que están impulsando el aumento en la demanda internacional de caigua y cómo está nuestra empresa preparada para capitalizar estas oportunidades de crecimiento en el mercado de exportación?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Poner Primero Al Mercado	
02	¿Cuál es el país o región específica que presenta el mayor potencial de demanda y rentabilidad para nuestros productos de caigua en el mercado internacional, y cuáles son las estrategias clave que debemos implementar para entrar con éxito en ese mercado	A (X) D () SUGERENCIA:

N°	Indicador: Competencia Directa E Indirecta	
03	¿Quiénes son nuestros competidores directos en el mercado internacional de la caigua, cuáles son sus estrategias actuales y cuál es nuestra ventaja competitiva en comparación con ellos? Además, ¿cómo influyen los competidores indirectos o sustitutos en nuestro sector y cómo podemos diferenciarnos de ellos?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Aumento De Las Exportaciones De Cigua	
04	¿Cuáles son las medidas específicas que podemos implementar para aumentar nuestras exportaciones de caigua, ya sea explorando nuevos mercados, diversificando nuestros productos o mejorando nuestra cadena de suministro, y cuál es el plan estratégico a corto y largo plazo para lograr un crecimiento sostenible en nuestras ventas internacionales de caigua?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Crecimiento De La Producción De Cigua	
05	¿Cuáles son las estrategias y recursos necesarios para aumentar nuestra capacidad de producción de caigua y satisfacer la creciente demanda internacional sin comprometer la calidad y sostenibilidad de nuestro producto? Además, ¿cómo planeamos optimizar nuestros procesos de cultivo, cosecha y procesamiento para garantizar un crecimiento sostenible en la producción?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Precio	
06	¿Cómo debemos ajustar nuestra estrategia de precios en el mercado internacional para ser competitivos y rentables a la vez? ¿Qué factores, como costos de producción, competencia y valor percibido por el cliente, deben considerarse al establecer los precios de nuestros productos de caigua en el extranjero?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Plaza	
07	¿Cuál es nuestra estrategia de distribución óptima para asegurar que nuestros productos de caigua lleguen de manera eficiente y efectiva a los mercados internacionales? ¿Debemos considerar canales de distribución directos o intermediarios, y cómo planeamos gestionar la logística y el almacenamiento de nuestros productos en el extranjero?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Producto	
08	¿Cómo podemos mejorar y diversificar nuestros productos de caigua para	A (X) D() SUGERENCIA:

	satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes internacionales? ¿Debemos considerar la introducción de nuevas variedades, presentaciones o procesos de envasado para diferenciarnos en el mercado global y ofrecer un valor agregado a nuestros clientes?	
N°	Indicador: Promoción	
09	¿Cuál es nuestra estrategia de promoción para aumentar la visibilidad y el conocimiento de nuestros productos de caigua en los mercados internacionales? ¿Debemos enfocarnos en publicidad, marketing digital, ferias comerciales u otros canales de promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Misión	
10	¿Cuál es nuestra misión como empresa exportadora de caigua y cómo planeamos contribuir al bienestar de los consumidores internacionales a través de la calidad y sostenibilidad de nuestros productos, al tiempo que generamos un impacto positivo en las comunidades locales y fomentamos el desarrollo económico en la región?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Proceso De Produccion	
11	¿Cómo podemos mejorar y optimizar nuestro proceso de producción de caigua para cumplir con los estándares internacionales de calidad, eficiencia y sostenibilidad? ¿Qué mejoras específicas planeamos implementar en las etapas de cultivo, cosecha, selección, procesamiento y envasado para garantizar la excelencia en nuestros productos y maximizar nuestra competitividad en los mercados internacionales?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Costo Para La Producción De La Caigua	
12	¿Cómo podemos identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción de caigua, desde la adquisición de insumos hasta la distribución, sin comprometer la calidad de nuestros productos? ¿Cuáles son las estrategias que implementaremos para mejorar la eficiencia operativa y garantizar que nuestros márgenes de beneficio sean competitivos en el mercado internacional?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Periodo De Recuperación	

13	¿Cuál es nuestro plan estratégico para determinar y acelerar el período de recuperación del capital en nuestras inversiones y operaciones relacionadas con la exportación de caigua? ¿Qué estrategias financieras y de gestión implementaremos para minimizar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial y comenzar a generar beneficios sostenibles en el mercado internacional?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Restricciones Al Mercado De Estados Unidos	
14	¿Cuáles son las restricciones y regulaciones específicas que debemos considerar al exportar caigua al mercado de Estados Unidos, como requisitos de calidad, etiquetado, normativas fitosanitarias y aranceles? ¿Cuál es nuestra estrategia para cumplir con estas regulaciones y garantizar un acceso exitoso y sostenible a este mercado?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Distribución Física Internacional	
15	¿Cómo planificamos optimizar nuestra distribución física internacional de productos de caigua para garantizar una entrega oportuna y eficiente a nuestros clientes en el extranjero? ¿Qué estrategias de logística, transporte y almacenamiento implementaremos para minimizar costos y maximizar la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Oferta Y Demanda	
16	¿Cómo evaluamos la relación entre la oferta y la demanda de caigua en los mercados internacionales? ¿Qué estrategias estamos implementando para mantener un equilibrio entre la producción y la capacidad de satisfacer la demanda de manera eficiente, aprovechando las oportunidades de crecimiento y minimizando posibles excesos o faltantes en el suministro?	A (X) D () SUGERENCIA:



miguel soldana
Cruzeta



CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ: Mónica Diaz Linarez		
2.	PROFESION	Mg. Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD	Exportaciones
	GRADO ACADEMICO	Magister
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	6 años
	CARGO	General en Corporación Estela
TITULO DE LA INVESTIGACION: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAIGUA A NEW YORK 2023		
3. DATOS DEL TESISTA		
3.1. NOMBRE Y APELLIDO	Astrid Carolina Ramos Eneque	
4. INSTRUMENTO EVALUADO		
5. OBJETIVOS	<p>GENERAL: Proponer un plan para facilitar del ingreso de la caigua a New York atreves del plan de negocios exportación</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <p>a. Realizar un diagnóstico situacional de la Empresa ACRE S.A.C</p> <p>b. Diseñar una propuesta de plan de negocio para la exportación de la caigua a New York</p>	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
N°	Indicador: Crecimiento De La Demanda	
01	<p>¿Cuáles son los factores clave que están impulsando el aumento en la demanda internacional de caigua y cómo está nuestra empresa preparada para capitalizar estas oportunidades de crecimiento en el mercado de exportación?</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Poner Primero Al Mercado	
02	<p>¿Cuál es el país o región específica que presenta el mayor potencial de demanda y rentabilidad para nuestros productos de caigua en el mercado internacional, y cuáles son las estrategias clave que debemos implementar para entrar con éxito en ese mercado</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Competencia Directa E Indirecta	
03	<p>¿Quiénes son nuestros competidores</p> <p>A (X) D()</p>	

	directos en el mercado internacional de la caigua, cuáles son sus estrategias actuales y cuál es nuestra ventaja competitiva en comparación con ellos? Además, ¿cómo influyen los competidores indirectos o sustitutos en nuestro sector y cómo podemos diferenciarnos de ellos?	SUGERENCIA:
N°	Indicador: Aumento De Las Exportaciones De Cigua	
04	¿Cuáles son las medidas específicas que podemos implementar para aumentar nuestras exportaciones de caigua, ya sea explorando nuevos mercados, diversificando nuestros productos o mejorando nuestra cadena de suministro, y cuál es el plan estratégico a corto y largo plazo para lograr un crecimiento sostenible en nuestras ventas internacionales de caigua?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Crecimiento De La Producción De Cigua	
05	¿Cuáles son las estrategias y recursos necesarios para aumentar nuestra capacidad de producción de caigua y satisfacer la creciente demanda internacional sin comprometer la calidad y sostenibilidad de nuestro producto? Además, ¿cómo planeamos optimizar nuestros procesos de cultivo, cosecha y procesamiento para garantizar un crecimiento sostenible en la producción?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Precio	
06	¿Cómo debemos ajustar nuestra estrategia de precios en el mercado internacional para ser competitivos y rentables a la vez? ¿Qué factores, como costos de producción, competencia y valor percibido por el cliente, deben considerarse al establecer los precios de nuestros productos de caigua en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Plaza	
07	¿Cuál es nuestra estrategia de distribución óptima para asegurar que nuestros productos de caigua lleguen de manera eficiente y efectiva a los mercados internacionales? ¿Debemos considerar canales de distribución directos o intermediarios, y cómo planeamos gestionar la logística y el almacenamiento de nuestros productos en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Producto	
08	¿Cómo podemos mejorar y diversificar nuestros productos de caigua para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes	A (X) D () SUGERENCIA:

	internacionales? ¿Debemos considerar la introducción de nuevas variedades, presentaciones o procesos de envasado para diferenciarnos en el mercado global y ofrecer un valor agregado a nuestros clientes?	
N°	Indicador: Promoción	
09	¿Cuál es nuestra estrategia de promoción para aumentar la visibilidad y el conocimiento de nuestros productos de caigua en los mercados internacionales? ¿Debemos enfocarnos en publicidad, marketing digital, ferias comerciales u otros canales de promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes en el extranjero?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Misión	
10	¿Cuál es nuestra misión como empresa exportadora de caigua y cómo planeamos contribuir al bienestar de los consumidores internacionales a través de la calidad y sostenibilidad de nuestros productos, al tiempo que generamos un impacto positivo en las comunidades locales y fomentamos el desarrollo económico en la región?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Proceso De Produccion	
11	¿Cómo podemos mejorar y optimizar nuestro proceso de producción de caigua para cumplir con los estándares internacionales de calidad, eficiencia y sostenibilidad? ¿Qué mejoras específicas planeamos implementar en las etapas de cultivo, cosecha, selección, procesamiento y envasado para garantizar la excelencia en nuestros productos y maximizar nuestra competitividad en los mercados internacionales?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Costo Para La Producción De La Caigua	
12	¿Cómo podemos identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción de caigua, desde la adquisición de insumos hasta la distribución, sin comprometer la calidad de nuestros productos? ¿Cuáles son las estrategias que implementaremos para mejorar la eficiencia operativa y garantizar que nuestros márgenes de beneficio sean competitivos en el mercado internacional?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Periodo De Recuperación	
13	¿Cuál es nuestro plan estratégico para determinar y acelerar el período de	A (X) D() SUGERENCIA:

	recuperación del capital en nuestras inversiones y operaciones relacionadas con la exportación de caigua? ¿Qué estrategias financieras y de gestión implementaremos para minimizar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial y comenzar a generar beneficios sostenibles en el mercado internacional?	
N°	Indicador: Restricciones Al Mercado De Estados Unidos	
14	¿Cuáles son las restricciones y regulaciones específicas que debemos considerar al exportar caigua al mercado de Estados Unidos, como requisitos de calidad, etiquetado, normativas fitosanitarias y aranceles? ¿Cuál es nuestra estrategia para cumplir con estas regulaciones y garantizar un acceso exitoso y sostenible a este mercado?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Distribución Física Internacional	
15	¿Cómo planificamos optimizar nuestra distribución física internacional de productos de caigua para garantizar una entrega oportuna y eficiente a nuestros clientes en el extranjero? ¿Qué estrategias de logística, transporte y almacenamiento implementaremos para minimizar costos y maximizar la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Oferta Y Demanda	
16	¿Cómo evaluamos la relación entre la oferta y la demanda de caigua en los mercados internacionales? ¿Qué estrategias estamos implementando para mantener un equilibrio entre la producción y la capacidad de satisfacer la demanda de manera eficiente, aprovechando las oportunidades de crecimiento y minimizando posibles excesos o faltantes en el suministro?	A (X) D() SUGERENCIA:



Monica Díaz



CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ: LESLIE CHUQUINVALQUI TIMOICO		
2.	PROFESION	Mg. Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD	Exportaciones
	GRADO ACADEMICO	Magister
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	6 años
	CARGO	Asesora del área de importación en Automotores Pakanatmu
TITULO DE LA INVESTIGACION: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAIGUA A NEW YORK 2023		
3. DATOS DEL TESISTA		
3.1. NOMBRE Y APELLIDO	Astrid Carolina Ramos Eneque	
4. INSTRUMENTO EVALUADO		
5. OBJETIVOS	<p>GENERAL: Proponer un plan para facilitar del ingreso de la caigua a New York atreves del plan de negocios exportación</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <p>a. Realizar un diagnóstico situacional de la Empresa ACRE S.A.C</p> <p>b. Diseñar una propuesta de plan de negocio para la exportación de la caigua a New York</p>	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
N°	Indicador: Crecimiento De La Demanda	
01	<p>¿Cuáles son los factores clave que están impulsando el aumento en la demanda internacional de caigua y cómo está nuestra empresa preparada para capitalizar estas oportunidades de crecimiento en el mercado de exportación?</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Poner Primero Al Mercado	
02	<p>¿Cuál es el país o región específica que presenta el mayor potencial de demanda y rentabilidad para nuestros productos de caigua en el mercado internacional, y cuáles son las estrategias clave que debemos implementar para entrar con éxito en ese mercado</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Competencia Directa E Indirecta	

03	¿Quiénes son nuestros competidores directos en el mercado internacional de la caigua, cuáles son sus estrategias actuales y cuál es nuestra ventaja competitiva en comparación con ellos? Además, ¿cómo influyen los competidores indirectos o sustitutos en nuestro sector y cómo podemos diferenciarnos de ellos?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Aumento De Las Exportaciones De Cigua	
04	¿Cuáles son las medidas específicas que podemos implementar para aumentar nuestras exportaciones de caigua, ya sea explorando nuevos mercados, diversificando nuestros productos o mejorando nuestra cadena de suministro, y cuál es el plan estratégico a corto y largo plazo para lograr un crecimiento sostenible en nuestras ventas internacionales de caigua?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Crecimiento De La Producción De Cigua	
05	¿Cuáles son las estrategias y recursos necesarios para aumentar nuestra capacidad de producción de caigua y satisfacer la creciente demanda internacional sin comprometer la calidad y sostenibilidad de nuestro producto? Además, ¿cómo planeamos optimizar nuestros procesos de cultivo, cosecha y procesamiento para garantizar un crecimiento sostenible en la producción?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Precio	
06	¿Cómo debemos ajustar nuestra estrategia de precios en el mercado internacional para ser competitivos y rentables a la vez? ¿Qué factores, como costos de producción, competencia y valor percibido por el cliente, deben considerarse al establecer los precios de nuestros productos de caigua en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Plaza	
07	¿Cuál es nuestra estrategia de distribución óptima para asegurar que nuestros productos de caigua lleguen de manera eficiente y efectiva a los mercados internacionales? ¿Debemos considerar canales de distribución directos o intermediarios, y cómo planeamos gestionar la logística y el almacenamiento de nuestros productos en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Producto	
08	¿Cómo podemos mejorar y diversificar nuestros productos de caigua para satisfacer las necesidades y	A (X) D () SUGERENCIA:

	preferencias de los clientes internacionales? ¿Debemos considerar la introducción de nuevas variedades, presentaciones o procesos de envasado para diferenciarnos en el mercado global y ofrecer un valor agregado a nuestros clientes?	
N°	Indicador: Promoción	
09	¿Cuál es nuestra estrategia de promoción para aumentar la visibilidad y el conocimiento de nuestros productos de caigua en los mercados internacionales? ¿Debemos enfocarnos en publicidad, marketing digital, ferias comerciales u otros canales de promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes en el extranjero?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Misión	
10	¿Cuál es nuestra misión como empresa exportadora de caigua y cómo planeamos contribuir al bienestar de los consumidores internacionales a través de la calidad y sostenibilidad de nuestros productos, al tiempo que generamos un impacto positivo en las comunidades locales y fomentamos el desarrollo económico en la región?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Proceso De Produccion	
11	¿Cómo podemos mejorar y optimizar nuestro proceso de producción de caigua para cumplir con los estándares internacionales de calidad, eficiencia y sostenibilidad? ¿Qué mejoras específicas planeamos implementar en las etapas de cultivo, cosecha, selección, procesamiento y envasado para garantizar la excelencia en nuestros productos y maximizar nuestra competitividad en los mercados internacionales?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Costo Para La Producción De La Caigua	
12	¿Cómo podemos identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción de caigua, desde la adquisición de insumos hasta la distribución, sin comprometer la calidad de nuestros productos? ¿Cuáles son las estrategias que implementaremos para mejorar la eficiencia operativa y garantizar que nuestros márgenes de beneficio sean competitivos en el mercado internacional?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Periodo De Recuperación	
13	¿Cuál es nuestro plan estratégico para	A (X) D()

	determinar y acelerar el período de recuperación del capital en nuestras inversiones y operaciones relacionadas con la exportación de caigua? ¿Qué estrategias financieras y de gestión implementaremos para minimizar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial y comenzar a generar beneficios sostenibles en el mercado internacional?	SUGERENCIA:
N°	Indicador: Restricciones Al Mercado De Estados Unidos	
14	¿Cuáles son las restricciones y regulaciones específicas que debemos considerar al exportar caigua al mercado de Estados Unidos, como requisitos de calidad, etiquetado, normativas fitosanitarias y aranceles? ¿Cuál es nuestra estrategia para cumplir con estas regulaciones y garantizar un acceso exitoso y sostenible a este mercado?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Distribución Física Internacional	
15	¿Cómo planificamos optimizar nuestra distribución física internacional de productos de caigua para garantizar una entrega oportuna y eficiente a nuestros clientes en el extranjero? ¿Qué estrategias de logística, transporte y almacenamiento implementaremos para minimizar costos y maximizar la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Oferta Y Demanda	
16	¿Cómo evaluamos la relación entre la oferta y la demanda de caigua en los mercados internacionales? ¿Qué estrategias estamos implementando para mantener un equilibrio entre la producción y la capacidad de satisfacer la demanda de manera eficiente, aprovechando las oportunidades de crecimiento y minimizando posibles excesos o faltantes en el suministro?	A (X) D() SUGERENCIA:

Leslie

LESLIE CHUQUIN YALQUI
TIMOICO



CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ: Fabian Eduardo Chininin		
2.	PROFESION	Mg. Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD	Exportaciones
	GRADO ACADEMICO	MBA
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	23 años
	CARGO	Manager · Right Way Multiservices Corp
TITULO DE LA INVESTIGACION: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAIGUA A NEW YORK 2023		
3. DATOS DEL TESISTA		
3.1. NOMBRE Y APELLIDO	Astrid Carolina Ramos Eneque	
4. INSTRUMENTO EVALUADO		
5. OBJETIVOS	<p>GENERAL: Proponer un plan para facilitar del ingreso de la caigua a New York atreves del plan de negocios exportación</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <p>a. Realizar un diagnóstico situacional de la Empresa ACRE S.A.C</p> <p>b. Diseñar una propuesta de plan de negocio para la exportación de la caigua a New York</p>	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
N°	Indicador: Crecimiento De La Demanda	
01	<p>¿Cuáles son los factores clave que están impulsando el aumento en la demanda internacional de caigua y cómo está nuestra empresa preparada para capitalizar estas oportunidades de crecimiento en el mercado de exportación?</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Poner Primero Al Mercado	
02	<p>¿Cuál es el país o región específica que presenta el mayor potencial de demanda y rentabilidad para nuestros productos de caigua en el mercado internacional, y cuáles son las estrategias clave que debemos implementar para entrar con éxito en ese mercado</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Competencia Directa E Indirecta	
03	<p>¿Quiénes son nuestros competidores</p> <p>A (X) D()</p>	

	directos en el mercado internacional de la caigua, cuáles son sus estrategias actuales y cuál es nuestra ventaja competitiva en comparación con ellos? Además, ¿cómo influyen los competidores indirectos o sustitutos en nuestro sector y cómo podemos diferenciarnos de ellos?	SUGERENCIA:
N°	Indicador: Aumento De Las Exportaciones De Cigua	
04	¿Cuáles son las medidas específicas que podemos implementar para aumentar nuestras exportaciones de caigua, ya sea explorando nuevos mercados, diversificando nuestros productos o mejorando nuestra cadena de suministro, y cuál es el plan estratégico a corto y largo plazo para lograr un crecimiento sostenible en nuestras ventas internacionales de caigua?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Crecimiento De La Producción De Cigua	
05	¿Cuáles son las estrategias y recursos necesarios para aumentar nuestra capacidad de producción de caigua y satisfacer la creciente demanda internacional sin comprometer la calidad y sostenibilidad de nuestro producto? Además, ¿cómo planeamos optimizar nuestros procesos de cultivo, cosecha y procesamiento para garantizar un crecimiento sostenible en la producción?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Precio	
06	¿Cómo debemos ajustar nuestra estrategia de precios en el mercado internacional para ser competitivos y rentables a la vez? ¿Qué factores, como costos de producción, competencia y valor percibido por el cliente, deben considerarse al establecer los precios de nuestros productos de caigua en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Plaza	
07	¿Cuál es nuestra estrategia de distribución óptima para asegurar que nuestros productos de caigua lleguen de manera eficiente y efectiva a los mercados internacionales? ¿Debemos considerar canales de distribución directos o intermediarios, y cómo planeamos gestionar la logística y el almacenamiento de nuestros productos en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Producto	
08	¿Cómo podemos mejorar y diversificar nuestros productos de caigua para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes	A (X) D () SUGERENCIA:

	internacionales? ¿Debemos considerar la introducción de nuevas variedades, presentaciones o procesos de envasado para diferenciarnos en el mercado global y ofrecer un valor agregado a nuestros clientes?	
N°	Indicador: Promoción	
09	¿Cuál es nuestra estrategia de promoción para aumentar la visibilidad y el conocimiento de nuestros productos de caigua en los mercados internacionales? ¿Debemos enfocarnos en publicidad, marketing digital, ferias comerciales u otros canales de promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes en el extranjero?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Misión	
10	¿Cuál es nuestra misión como empresa exportadora de caigua y cómo planeamos contribuir al bienestar de los consumidores internacionales a través de la calidad y sostenibilidad de nuestros productos, al tiempo que generamos un impacto positivo en las comunidades locales y fomentamos el desarrollo económico en la región?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Proceso De Produccion	
11	¿Cómo podemos mejorar y optimizar nuestro proceso de producción de caigua para cumplir con los estándares internacionales de calidad, eficiencia y sostenibilidad? ¿Qué mejoras específicas planeamos implementar en las etapas de cultivo, cosecha, selección, procesamiento y envasado para garantizar la excelencia en nuestros productos y maximizar nuestra competitividad en los mercados internacionales?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Costo Para La Producción De La Caigua	
12	¿Cómo podemos identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción de caigua, desde la adquisición de insumos hasta la distribución, sin comprometer la calidad de nuestros productos? ¿Cuáles son las estrategias que implementaremos para mejorar la eficiencia operativa y garantizar que nuestros márgenes de beneficio sean competitivos en el mercado internacional?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Periodo De Recuperación	
13	¿Cuál es nuestro plan estratégico para determinar y acelerar el período de	A (X) D() SUGERENCIA:

	recuperación del capital en nuestras inversiones y operaciones relacionadas con la exportación de caigua? ¿Qué estrategias financieras y de gestión implementaremos para minimizar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial y comenzar a generar beneficios sostenibles en el mercado internacional?	
N°	Indicador: Restricciones Al Mercado De Estados Unidos	
14	¿Cuáles son las restricciones y regulaciones específicas que debemos considerar al exportar caigua al mercado de Estados Unidos, como requisitos de calidad, etiquetado, normativas fitosanitarias y aranceles? ¿Cuál es nuestra estrategia para cumplir con estas regulaciones y garantizar un acceso exitoso y sostenible a este mercado?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Distribución Física Internacional	
15	¿Cómo planificamos optimizar nuestra distribución física internacional de productos de caigua para garantizar una entrega oportuna y eficiente a nuestros clientes en el extranjero? ¿Qué estrategias de logística, transporte y almacenamiento implementaremos para minimizar costos y maximizar la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Oferta Y Demanda	
16	¿Cómo evaluamos la relación entre la oferta y la demanda de caigua en los mercados internacionales? ¿Qué estrategias estamos implementando para mantener un equilibrio entre la producción y la capacidad de satisfacer la demanda de manera eficiente, aprovechando las oportunidades de crecimiento y minimizando posibles excesos o faltantes en el suministro?	A (X) D() SUGERENCIA:

Fabiane Chinini

FABIAN EDUARDO CHINININ



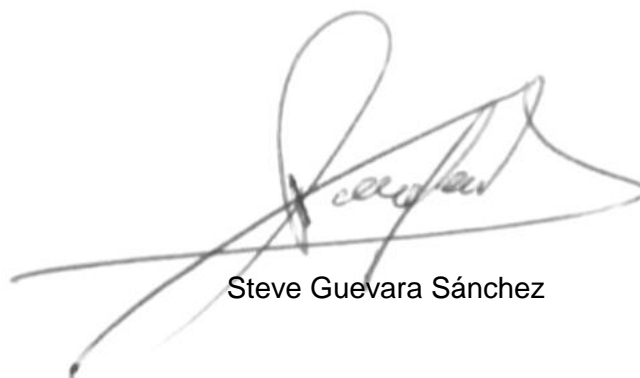
CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ: Steve Guevara Sánchez		
2.	PROFESION	Mg. Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD	Importaciones
	GRADO ACADEMICO	Magister
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	15 años
	CARGO	Asistente
TITULO DE LA INVESTIGACION: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAIGUA A NEW YORK 2023		
3. DATOS DEL TESISTA		
3.1. NOMBRE Y APELLIDO	Astrid Carolina Ramos Eneque	
4. INSTRUMENTO EVALUADO		
5. OBJETIVOS	<p>GENERAL: Proponer un plan para facilitar del ingreso de la caigua a New York atreves del plan de negocios exportación</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <p>a. Realizar un diagnóstico situacional de la Empresa ACRE S.A.C</p> <p>b. Diseñar una propuesta de plan de negocio para la exportación de la caigua a New York</p>	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
N°	Indicador: Crecimiento De La Demanda	
01	<p>¿Cuáles son los factores clave que están impulsando el aumento en la demanda internacional de caigua y cómo está nuestra empresa preparada para capitalizar estas oportunidades de crecimiento en el mercado de exportación?</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Poner Primero Al Mercado	
02	<p>¿Cuál es el país o región específica que presenta el mayor potencial de demanda y rentabilidad para nuestros productos de caigua en el mercado internacional, y cuáles son las estrategias clave que debemos implementar para entrar con éxito en ese mercado</p> <p>A (X) D()</p> <p>SUGERENCIA:</p>	
N°	Indicador: Competencia Directa E Indirecta	
03	<p>¿Quiénes son nuestros competidores</p> <p>A (X) D()</p>	

	directos en el mercado internacional de la caigua, cuáles son sus estrategias actuales y cuál es nuestra ventaja competitiva en comparación con ellos? Además, ¿cómo influyen los competidores indirectos o sustitutos en nuestro sector y cómo podemos diferenciarnos de ellos?	SUGERENCIA:
N°	Indicador: Aumento De Las Exportaciones De Cigua	
04	¿Cuáles son las medidas específicas que podemos implementar para aumentar nuestras exportaciones de caigua, ya sea explorando nuevos mercados, diversificando nuestros productos o mejorando nuestra cadena de suministro, y cuál es el plan estratégico a corto y largo plazo para lograr un crecimiento sostenible en nuestras ventas internacionales de caigua?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Crecimiento De La Producción De Caigua	
05	¿Cuáles son las estrategias y recursos necesarios para aumentar nuestra capacidad de producción de caigua y satisfacer la creciente demanda internacional sin comprometer la calidad y sostenibilidad de nuestro producto? Además, ¿cómo planeamos optimizar nuestros procesos de cultivo, cosecha y procesamiento para garantizar un crecimiento sostenible en la producción?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Precio	
06	¿Cómo debemos ajustar nuestra estrategia de precios en el mercado internacional para ser competitivos y rentables a la vez? ¿Qué factores, como costos de producción, competencia y valor percibido por el cliente, deben considerarse al establecer los precios de nuestros productos de caigua en el extranjero?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Plaza	
07	¿Cuál es nuestra estrategia de distribución óptima para asegurar que nuestros productos de caigua lleguen de manera eficiente y efectiva a los mercados internacionales? ¿Debemos considerar canales de distribución directos o intermediarios, y cómo planeamos gestionar la logística y el almacenamiento de nuestros productos en el extranjero?	A (X) D() SUGERENCIA:
N°	Indicador: Producto	
08	¿Cómo podemos mejorar y diversificar nuestros productos de caigua para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes	A (X) D() SUGERENCIA:

	internacionales? ¿Debemos considerar la introducción de nuevas variedades, presentaciones o procesos de envasado para diferenciarnos en el mercado global y ofrecer un valor agregado a nuestros clientes?	
N°	Indicador: Promoción	
09	¿Cuál es nuestra estrategia de promoción para aumentar la visibilidad y el conocimiento de nuestros productos de caigua en los mercados internacionales? ¿Debemos enfocarnos en publicidad, marketing digital, ferias comerciales u otros canales de promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes en el extranjero?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Misión	
10	¿Cuál es nuestra misión como empresa exportadora de caigua y cómo planeamos contribuir al bienestar de los consumidores internacionales a través de la calidad y sostenibilidad de nuestros productos, al tiempo que generamos un impacto positivo en las comunidades locales y fomentamos el desarrollo económico en la región?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Proceso De Produccion	
11	¿Cómo podemos mejorar y optimizar nuestro proceso de producción de caigua para cumplir con los estándares internacionales de calidad, eficiencia y sostenibilidad? ¿Qué mejoras específicas planeamos implementar en las etapas de cultivo, cosecha, selección, procesamiento y envasado para garantizar la excelencia en nuestros productos y maximizar nuestra competitividad en los mercados internacionales?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Costo Para La Producción De La Caigua	
12	¿Cómo podemos identificar oportunidades de reducción de costos en el proceso de producción de caigua, desde la adquisición de insumos hasta la distribución, sin comprometer la calidad de nuestros productos? ¿Cuáles son las estrategias que implementaremos para mejorar la eficiencia operativa y garantizar que nuestros márgenes de beneficio sean competitivos en el mercado internacional?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Periodo De Recuperación	
13	¿Cuál es nuestro plan estratégico para determinar y acelerar el período de	A (X) D () SUGERENCIA:

	recuperación del capital en nuestras inversiones y operaciones relacionadas con la exportación de caigua? ¿Qué estrategias financieras y de gestión implementaremos para minimizar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial y comenzar a generar beneficios sostenibles en el mercado internacional?	
N°	Indicador: Restricciones Al Mercado De Estados Unidos	
14	¿Cuáles son las restricciones y regulaciones específicas que debemos considerar al exportar caigua al mercado de Estados Unidos, como requisitos de calidad, etiquetado, normativas fitosanitarias y aranceles? ¿Cuál es nuestra estrategia para cumplir con estas regulaciones y garantizar un acceso exitoso y sostenible a este mercado?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Distribución Física Internacional	
15	¿Cómo planificamos optimizar nuestra distribución física internacional de productos de caigua para garantizar una entrega oportuna y eficiente a nuestros clientes en el extranjero? ¿Qué estrategias de logística, transporte y almacenamiento implementaremos para minimizar costos y maximizar la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?	A (X) D () SUGERENCIA:
N°	Indicador: Oferta Y Demanda	
16	¿Cómo evaluamos la relación entre la oferta y la demanda de caigua en los mercados internacionales? ¿Qué estrategias estamos implementando para mantener un equilibrio entre la producción y la capacidad de satisfacer la demanda de manera eficiente, aprovechando las oportunidades de crecimiento y minimizando posibles excesos o faltantes en el suministro?	A (X) D () SUGERENCIA:



Steve Guevara Sánchez

NOMBRE DEL TRABAJO

INFORME FINAL (1).docx

AUTOR

Astrid Carolina Ramos Eneque

RECUESTO DE PALABRAS

11680 Words

RECUESTO DE CARACTERES

66903 Characters

RECUESTO DE PÁGINAS

52 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.9MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 30, 2024 2:53 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 30, 2024 2:54 PM GMT-5

● **12% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado



**ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE REVISIÓN DE
SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN**

Código:	F3.PP2-PR.02
Versión:	02
Fecha:	18/04/2024
Hoja:	1 de 1

Yo, Cesar Ricardo Rocero Salazar, coordinador de investigación del Programa de Estudios de Negocios Internacionales, he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de Pregrado según la Directiva de similitud vigente en USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAIGUA A NEW YORK 2023, elaborado por el estudiante(s) A)Ramos Eneque, Astrid Carolina.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 12%, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación vigente.

Pimentel, 30 de abril de 2024.

Dr. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Coordinador de Investigación

DNI N° 44308266