



**FACULTAD DE INGENIERÍA,
ARQUITECTURA Y URBANISMO**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA
INDUSTRIAL**

**“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
KING KONG A LOS E.E.U.U. DE LA EMPRESA EVOCADORA –
LAMBAYEQUE”**

Tesis para Optar el Título Profesional de
INGENIERO INDUSTRIAL

AUTOR:

Bach. Huambo Gómez Enrique

ASESOR:

Ing. Dante Supo Rojas

PIMENTEL 2012

RESUMEN

El presente Trabajo plantea el “Diseño de un Plan de Negocios para la Exportación de King Kong a los EEUU de la Empresa Evocadora Lambayeque”, con la finalidad de generar beneficios económicos para la organización.

En primer lugar se realizó un análisis de la problemática del contexto a nivel mundial, Nacional y Local, del tema en mención.

Después, nos referimos a las herramientas metodológicas empleadas en la elaboración de este proyecto, planteando la hipótesis general e identificando las variables y su operacionalización.

Luego, se realizó la presentación de la empresa y se expone la misión, visión y la estructura de la Empresa. Además, se describe el tipo de organización, así como los principales productos, procesos, instalaciones, maquinaria y equipos que intervienen en la realización del producto.

Se Realizó el análisis e interpretación de los resultados del nivel de exportación del King Kong, podemos concluir que tienen un bajo nivel de exportación y no justifica una gran producción para ajustarse a las proyecciones analizadas. Para ello, la empresa evocadora deberá realizar un estudio de mercado para estimar el mercado objetivo de la población del mercado norteamericano que estaría disponible en adquirir un King Kong por semestre.

Se hizo el estudio de mercado y se encontró que la empresa deberá cubrir el 10% del mercado disponible (25% de la población peruana) para consumir el King Kong en los estados de Florida, New Yersey y New York, lo que significa una población de 7000 peruanos, y un nivel de venta de 14,000 unidades por año.

Podemos concluir que el nivel de gasto para el rubro de panadería equivale al 8% de sus ingresos en EEUU, mientras que en el Perú no supera el 4% de los ingresos. Con este indicador deducimos que si el consumidor peruano tiene contacto con el producto en los principales canales minoristas de su zona, entonces su comportamiento de compra emotiva será concretizada.

Se realizó un diagnóstico situacional de la empresa y se encontró que, en los últimos años la Empresa Evocadora Lambayeque, ha observado una creciente evolución en el tema de Organización e infraestructura, mano de obra calificada, calidad de sus productos y una buena atención a sus clientes.

Constantemente está renovando su maquinaria y equipos de producción con tecnología de punta, actualmente ha ampliado su capacidad de producción por la creciente demanda de los productos que elabora, en especial el King Kong, que en comparación con la galleta San Roque, es menos dura y mas crocante. A nivel nacional tiene una buena aceptación.

Luego se Desarrolló un Plan de Negocios para la exportación del King Kong, con respecto a la estrategia del producto, se ha fijado un horizonte de comercialización de 5 años, para ello se va a contar con una nueva línea de producción solo para fabricar el King Kong de exportación.

La empresa Evocadora, quiere incursionar con un producto de calidad cumpliendo los estándares de inocuidad y preservación del alimento pero a un precio de mercado menor. En la estrategia de Distribución, se ha considerado desarrollar canales minoristas y no depender de importadores con poca cobertura horizontal, tal como lo demuestra la empresa San Roque.

Para las Estrategias de Comunicación se ha desarrollado un mensaje típico para los diferentes canales que van a distribuir este producto.

Finalmente se Realizó la evaluación del beneficio costo del proyecto. En donde la evaluación financiera del proyecto arrojó: VANF = US \$19,736.73, TIRF = 92.5% y un B/C = US \$2.90 dólares, La evaluación Económica fue: VANE = US\$ 8,505.87, TIRE = 34.5% y un B/C = US \$1.16 dólares, mayor a 1 por lo que se concluye que el proyecto es viable.

ABSTRACT

This paper presents the "Designing a Business Plan for King Kong Export to U.S. Company Lambayeque Evocative", in order to generate economic benefits for the organization

First, an analysis of the problem of context globally, nationally and locally, the issue in question.

Then, we refer to the methodological tools used in the development of this project, raising the general hypothesis and identifying the variables and their operationalization.

Then, there was a presentation of the company and outlines the mission, vision and structure of the Company. It also describes the type of organization, and the main products, processes, facilities, machinery and equipment involved in product realization.

Performed the analysis and interpretation of the results of the export level of King Kong, we can conclude that they have a low level of exports and does not justify a big production to meet the projections analyzed. For this, the company must conduct a study reminiscent market to estimate the target market of the population of the U.S. market that would be available to acquire a King Kong a semester.

They did market research and found that the company will cover 10% of the available market (25% of the Peruvian population) to consume the King Kong in the states of Florida, New Jersey and New York, which means a population Peruvian 7000, and a sales level of 14,000 units per year.

We conclude that the level of spending for the bakery category equivalent to 8% of their income in the U.S., while in Peru does not exceed 4% of revenue. With this indicator we deduce that if the Peruvian consumer has contact with the product in major retail channels in your area, then your emotional buying behavior will be enacted.

We conducted a situational analysis of the company and found that, in recent years the Company Evocative Lambayeque, has observed a growing trend in the field of organization and infrastructure, skilled workforce, quality products and good service to their customers.

He is constantly renewing its machinery and production equipment with advanced technology, currently has expanded its production capacity by the growing demand for the products they manufacture, especially King Kong, which compared with cookie San Roque, is less harsh and more crispy. Nationwide is well accepted.

Then developed a business plan for export of King Kong, with respect to the product strategy, has set a marketing horizon of 5 years, it will have a new production line to manufacture only the King Kong export

The company Evocative, wants dabble with a quality product to meet the standards of food safety and preservation, but at a lower market price.

In the distribution strategy, has considered developing retail channels and not rely on importing underinsured horizontal, as shown by the company San Roque.

For Communication Strategies has developed a typical message for different channels to distribute the product.

Finally realized the cost-benefit assessment of the project. Where the financial evaluation of the project showed: FNPV = U.S. \$ 19,736.73, TIRF = 92.5% and B / C = U.S. \$ 2.90 dollars, the economic evaluation was: VANE = U.S. \$ 8505.87, EIRR = 34.5% and B / C = U.S. \$ 1.16 dollars higher than 1 for which concluded that the project is viable.