



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

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE
FRIJOL CANARIO AL MERCADO DE REINO
UNIDO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE
S.A.C. – 2021**

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

Autor (es):

Bach. Correa Martínez Andony Smith

ORCID: (0000-0002-4088-5873)

Bach. Díaz Herrera Julio Javier Aarom

ORCID: (0000-0001-5157-4061)

Asesor:

Mg. Vera Calmet Manuel Fernando

ORCID: (0000-0002-3262-7962)

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2022

APROBACION DEL JURADO

TESIS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO AL MERCADO DE REINO UNIDO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. – 2021

Aprobación del Informe de investigación

Asesor (a)

Mg, Villanueva Calderón Juan Amilcar

Presidente (a)

Nombres Completos Firma

Secretario (a)

Nombres Completos Firma

Vocal

Nombres Completos Firma

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a DIOS quien nos guía por la senda del bien y nos brinda los conocimientos necesarios para poder realizar nuestros sueños, a las personas que más han influenciado en mi vida con todo el amor y respeto que ellos merecen, a la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN por las herramientas necesarias para poder guiar nuestro trabajo. Por último, a nuestros docentes por las exigencias en formar profesionales competitivos que ayudaran al desarrollo de la sociedad.

Andony Correa Martínez

A mis padres por su amor y enseñanza incondicional. A los docentes que han venido inculcando conocimiento en todo este camino largo de enseñanzas y a las personas que me han apoyado y han estado brindándome su apoyo y amor incondicional.

Aarom Díaz Herrera

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a DIOS por permitirme seguir en este camino universitario, a mis padres por su infinito amor desinteresado y mi esposa que me he ayudado con mi hija para poder dedicar tiempo de calidad para mi investigación , a nuestros profesores por su confianza e inculcarnos buenos valores , a cada uno de los integrantes de este proyecto por su dedicación y esfuerzo, a nuestra maestro VILLANUEVA CALDERON JUAN AMILCAR por su carisma y sus sabias enseñanzas que alimentan y nutren nuestros conocimientos lo cual nos inspiran a ser cada día mejor. A Dios por haberme permitido nacer en el seno de una familia con principios y valores

Andony Correa Martínez

A las autoridades de la Universidad Señor de Sipán por haberme apoyado en desarrollar este proyecto de investigación en esta casa superior de estudios.

A los docentes que han venido compartiendo sus conocimientos y su altruismo académico.

Aarom Díaz Herrera

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es obtener mayores conocimientos sobre las tendencias y el crecimiento que viene obteniendo el frijol canario en el mundo, su proceso y las aplicaciones de producción, así como los gastos a incurrir en la exportación del producto. Por motivo de la oferta que encontramos en el mercado de distintos países del frijol canario, es importante resaltar que el lugar de origen más frecuente de este producto es de la parte sur de nuestro país, esto debido principalmente a la influencia creciente de estos cultivos y a los precios elevados de sus productos en los mercados locales. El sector de productos orgánicos es uno de los nuevos sectores en la canasta de exportación peruana, que viene mostrando crecimiento tanto en la diversidad de productos, sus usos, así como en el número de mercados a los que se dirige, principalmente al mercado de Reino Unido quien se ubica como el país de mayor exportación de frijol canario del Perú.

En conclusión, afirmamos que el mercado a quien nos dirigimos es apropiado para la exportación de productos orgánicos. Gracias al crecimiento de las exportaciones del país, su elevado per capital, el tratado firmado con nuestro país y su amplio territorio otorgan los beneficios de desarrollar el proceso de exportación del frijol canario a través de las diferentes propiedades del producto que cumplen con las tendencias del consumidor inglés.

Palabras claves: *Incoterms, partida arancelaria, proceso logístico*

ABSTRAC

The objective of this research is to obtain greater knowledge about the trends and growth that the canary bean has been obtaining in the world, its process and production applications, as well as the expenses to be incurred in the export of the product. Due to the offer that we find in the market of different countries of Canarian beans, it is important to highlight that the most frequent place of origin of this product is in the southern part of our country, this mainly due to the growing influence of these crops already the high prices of their products in local markets. The organic products sector is one of the new sectors in the Peruvian export basket, which has been showing growth both in the diversity of products, their uses, as well as in the number of markets it is targeting, mainly the UK market. United who ranks as the country with the highest export of Canarian beans from Peru.

In conclusion, we affirm that the market we are targeting is appropriate for the export of organic products. Thanks to the growth of the country's exports, its high per capital, the treaty signed with our country and its wide territory, provide the benefits of developing the export process of the Canarian bean through the different properties of the product that comply with the trends of the English consumer.

Keywords: *Incoterms, harmonized system, logistics process*

APROBACION DEL JURADO	ii
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Planteamiento del problema.....	11
1.2. Antecedentes de estudio.....	14
1.3. Abordaje teórico	17
1.4. Formulación del problema.....	20
1.5. Justificación e importancia del estudio	20
1.6. Objetivos.....	21
1.6.1. Objetivo General	21
1.6.2. Objetivos Específicos:	21
1.7. Limitaciones	21
II. MATERÍAL Y MÉTODO	22
2.1. Fundamento y diseño de investigación seleccionado.....	22
2.2. Escenario de estudio.....	23
2.3. Caracterización de sujetos	23
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
2.5. Procedimientos para la recolección de datos	26
2.6. Procedimientos de análisis de datos.....	26
2.7. Criterios éticos.....	28
2.8. Criterios de rigor científico.....	29
III. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	29
3.1. Recursos, presupuestos y recursos humanos	29
3.1.1. Materiales	29
3.1.2. Servicios	30
3.1.3. Resumen.....	30
3.2. Financiamiento.....	30
3.3. Cronograma de ejecución.....	30
IV. RESULTADOS	32
4.1. Discusión de resultados.....	56
4.2. Plan de Mejora – Aporte Científico	62
V. CONCLUSIONES	127
VI. RECOMENDACIONES	128
REFERENCIAS	129
ANEXOS	134

TABLA 1: POBLACIÓN	24
TABLA 2: MUESTRA	25
TABLA 3: MATERIALES	29
TABLA 4: SERVICIOS	30
TABLA 5: RESUMEN DE LOS ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	30
TABLA 6: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	31
TABLA 7: ENTREVISTA	32
TABLA 8: PREGUNTA 1	36
TABLA 9: PREGUNTA 2	37
TABLA 10: PREGUNTA 3	39
TABLA 11: PREGUNTA 4	40
TABLA 12: PREGUNTA 5	42
TABLA 13: PREGUNTA 6	43
TABLA 14: PREGUNTA 7	45
TABLA 15: PREGUNTA 8	46
TABLA 16: PREGUNTA 9	47
TABLA 17: PREGUNTA 10	48
TABLA 18: PREGUNTA 11	49
TABLA 19: PREGUNTA 12	50
TABLA 20: PREGUNTA 13	51
TABLA 21: PREGUNTA 14	52
TABLA 22: EXPORTACIONES 2016 - 2020	54
TABLA 23: CRECIMIENTO DURANTE LOS 5 ÚLTIMOS AÑOS	54
TABLA 24: EXPORTACIÓN DE FRIJOL AL REINO UNIDO 2020 ADEX	58
TABLA 25: CONTENIDO DE LA PROPUESTA	62
TABLA 26: INDICADORES DE LOS IMPORTADORES - 071333	70
TABLA 27: PRINCIPALES IMPORTADORES	70
TABLA 28: POBLACIÓN – CRIBAS	74
TABLA 29: PBI	74
TABLA 30: PARTICIPACIÓN EN IMPORTACIÓN	75
TABLA 31: PARTICIPACIÓN EN EXPORTACIÓN	75
TABLA 32: POBLACIÓN	75
TABLA 33: PBI PER CÁPITA	76
TABLA 34: FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	76

I. INTRODUCCIÓN

El proceso de la Globalización ha traído consigo cambios en las diferentes áreas de desarrollo socio económico y por ende en las relaciones internacionales para los tratados de libre comercio.

Como es de conocimiento, Perú ha logrado situarse en el mercado internacional pese a la competencia que existe, conllevando que productores y comercializadores de los diferentes productos agrícolas procesados como las legumbres, por ejemplo, logren exportar sus productos.

La FAO indica que la producción global de menestras aumentó más del 20% en la última década, mientras que, en las naciones desarrolladas, las menestras forman el 75 % de la dieta media, en relatividad con el 25 % en las regiones industrializadas.

El Perú es un productor de diversas tipologías de frijoles lo cual le permite abastecer al mercado mundial, por ello Sierra Exportadora señala que las remesas de legumbres aumentaron en 44.2% en enero del 2018, ya que se realizó ventas por 4.7 millones de dólares, considerando que internacionalmente la adquisición per cápita de menestras es de 12 kilos. Aduanas indicó en enero del 2016, que las menestras de nuestro país llegaron a 29 países, siendo los más importantes: Colombia, EE. UU, Italia, Canadá, Ecuador, España, Reino Unido, Portugal y Bélgica, además que los productos que tienen mayor preferencia para la exportación son: el frijol castilla, pallar y el frijol canario.

Si hablamos de la producción agrícola en la región Lambayeque, diremos que es la zona que ha sido muy afectada en el proceso de exportación debido a la pandemia del COVID 19 en este año 2020, pero pese a ello, las empresas que exportan productos alimenticios, han dado inicio a sus procesos y ya están recuperando su nivel de

producción gracias a la intervención del Estado. El mercado internacional está requiriendo al Perú, productos alimenticios, siendo el frijol considerado como un superalimento orgánico y requerido por éstos.

Por ello, a través de la presente investigación queremos dar a conocer como un Plan de Negocios permitirá a Food Export posicionar el frijol canario en el mercado del Reino Unido, a fin de generar una gran demanda que conlleve al desarrollo productivo y por ende la generación de empleo.

1.1. Planteamiento del problema

El proceso de exportación e importación de productos aumentó en la última década. En el 2020, la sociedad global se ha visto afectada por el COVID 19 trayendo consigo una disminución en sus exportaciones afectando la economía mundial.

El Reino Unido es uno de los países involucrados en el proceso de exportación de productos peruanos, pero ante su separación de la Unión Europea sus medidas arancelarias sufrirán cambios.

El aumento de las exportaciones que realizan los diversos países a nivel internacional, se ha visto gratamente favorecidas por las Alianzas estratégicas que se realizan con el fin de favorecer el Comercio Exterior por medio de los TLC y los beneficios que se tiene por pertenecer a la Unión Europea. A pesar de la separación del Reino Unido de la UE los beneficios siguen siendo los mismos. RPP (2019) Suscribieron el TLC entre Perú y Reino Unido el 15 de mayo del 2019 con el fin de que las exportaciones peruanas, junto con las colombianas y ecuatorianas sigan contando con preferencias arancelarias al ingresar los productos a dicho país a pesar de su separación de la Unión Europea. Estos diferentes puntos importantes que hemos desarrollado nos permiten observar oportunidades en los países desarrollados como destino mercantil de nuestro proyecto.

Nuestro mercado objetivo se encuentra en Reino Unido y es el tercer país que más importa frijol. El hecho de pertenecer a las mismas Alianzas Internacionales con nosotros, abre un mercado estratégico para la exportación de frijol canario por ser un país con avances tecnológicos, por el aumento de su economía, por la nueva tendencia saludable de sus consumidores, por el desarrollo sostenible de que muestra, por las proyecciones económicas que desea alcanzar y el pago de arancel 0 por el ingreso de las exportaciones.

Nivel internacional

SIICEX (2020) manifiesta que La División de Comercio Internacional de Reino Unido está preparando la primera política arancelaria independiente, la cual entrará en vigencia el 31 de enero de 2021.

El aumento de las exportaciones que realizan los diversos países a nivel internacional, se ha visto gratamente favorecidas por las Alianzas estratégicas que se realizan con el fin de favorecer el Comercio Exterior por medio de los TLC y los beneficios que implican estos tratados. Los diferentes puntos analizados de inteligencia comercial nos permiten observar oportunidades en los países desarrollados como destino mercantil de nuestro proyecto.

Nuestro mercado objetivo se encuentra en Reino Unido como uno de los países con alta demanda en pedido de frijol de acuerdo a TradeMap. El hecho de pertenecer a las mismas Alianzas Internacionales que nosotros abre un mercado estratégico para la exportación de frijol canario por ser un país con avances tecnológicos, por el aumento de su economía, por la nueva tendencia saludable de sus consumidores, por el desarrollo sostenible que muestra, por las proyecciones económicas que desea alcanzar y el pago de arancel 0 para el ingreso de las exportaciones.

En conclusión, los países desarrollados han adoptado la costumbre en sus cambios de dieta al demandar productos orgánicos saludables que cumplan con los requisitos y certificaciones impuestos para su consumo, es por ellos que Perú surge como un país adecuado para el comercio internacional por la variedad de sus productos agrícolas.

Nivel nacional

Promperú (2020), señala que nuestro país, de enero a julio de 2020, alcanzó un total de US\$19 837 millones, disminuyendo un 24.4% respecto al similar periodo del 2019. Respecto a las exportaciones no tradicionales, refiere que Perú ha registrado un valor de US\$

6,207 millones, con lo cual decreció en 19.8%, es decir, disminuyó US\$ 1,529 millones en comparación al ciclo anterior y representando el 31% del total de envíos, siendo Estados Unidos el principal destino de exportación alcanzando un valor de US\$ 1,798 millones, decreciendo un 13.2%, siguiéndole otros mercados como: Países Bajos (US\$ 635 millones / +1.5%), Chile (US\$ 361 millones / -25.6%), España (US\$ 341 millones / -13.6%), Ecuador (US\$ 328 millones / -20.8%). Estos cinco mercados representaron el 56% del total exportado.

MINCETUR (2020) a través de una nota de prensa (de fecha 8 de septiembre) señala, que a pesar del peligro sanitario que ocasionó el COVID 19 que ha afectado a la sociedad mundial, diez regiones del Perú han logrado exportar e incrementar sus cifras en productos agrícolas siendo estas: Loreto (+122%), Pasco (+38%), Puno (+30%), San Martín (+20%), Huancavelica (+29%), Ucayali (+13%), Madre de Dios, (+8%), Apurímac (+5%), Junín (4%) y Lambayeque (+4%).

Koo, W. (2020) manifiesta que el Perú incrementó un 1,100% sus exportaciones en frijol canario, alcanzando los US\$ 5.5 millones. Los países donde Perú exportó la legumbre son: Estados Unidos con 53%, Ecuador 27%, Chile 6%, España 4%, Japón 2% y otros países que alcanzaron un 9%.

Nivel local

Respecto a Lambayeque, PROMPERU (2020) manifiesta que esta región aumentó sus exportaciones, siendo julio el mes con más envíos creciendo por tercera vez (+8% en mayo; +21% en junio; +34% en julio), restituyendo su baja del tercer y cuarto mes del año, teniendo un incremento del 4% (US\$ 325,6 millones) de enero a julio del 2020. Los productos de agro exportaciones que alcanzaron un mayor número de ventas, son: mango (+34%), uva y espárrago (+22% cada uno), palta (+14%) y arándano (+7%).

Finalmente, a pesar del crecimiento en la exportación de productos agrícolas, en Lambayeque, no se encuentra un reporte sobre la exportación del frijol canario. Así mismo, no hay datos que reflejen la exportación de la legumbre al mercado de Reino Unido.

1.2. Antecedentes de estudio

Nivel internacional

Sancán (2015), estableció un plan de negocios a fin de cumplir con los patrones de eficacia establecidos por las normas internacionales enfocándose en personas que les guste cuidar de su salud y belleza, con una buena aceptación en los consumidores adquiriendo y otorgando una excelente calidad a bajos precios, por sus beneficios nutricionales y alimenticios a la sociedad. Se concluye que los planes de negocios no orientan a seguir la guía correcta para satisfacer el nicho demandante.

VILLAMAR (2016) en su investigación tuvo como objetivo exportar productos de alto grado nutritivo que poseen nutrientes que son considerados como Superfoods por sus altos índices de demanda. Con su propuesta fomenta un plan de exportación para la distribución a nivel internacional de este tipo de producto. Se concluyó que el proyecto pretende dejar constancia en su investigación que los consumidores de los países desarrollados están adquiriendo de manera constante estos productos considerados Legumbres que cumplen con los patrones de eficacia requerido para la exportación.

León (2017), refiere que su objetivo es abarcar el mercado del Reino Unido, debido que sus productos procesados y terminados puede comercializarse a países extranjeros, esto de acuerdo a los resultados obtenidos en su investigación, la cual le permitió observar la necesidad de exportar estos productos a un país desarrollado por la creciente demanda que viene obteniendo. Se puede asegurar que con la exportación de mango se pretende abarcar el mercado con el objetivo de posicionarse en el Reino Unido.

Por otra parte, Sánchez (2015) se concentró en analizar las oportunidades de mercado por los altos estándares de calidad que se deben de cumplir con el objetivo de crear un plan de negocios a fin de satisfacer al mercado americano. A través de la exportación de trufas frescas realizadas de forma orgánica a un mercado con estabilidad política y económica para la exportación.

Nivel nacional

Chupillon (2017) en su investigación, se centra en describir la evolución de exportación del frijol de castilla de la firma Alisur S.A.C. al mercado de Estados Unidos. La conclusión obtenida, demuestra que la exportación de los productos agrícolas de la empresa ALISUR S.A.C al mercado de E.E.UU. 2015, había mejorado en un 80%; esto contrasta con el crecimiento del sector en las exportaciones del Perú.

Calderón (2016) en su investigación determina que el incremento de las remesas de mercancía agraria, se evidenciarán en la demanda del producto realizado a través de un estudio de mercado al país de Estados Unidos, el cual refleja una demanda insatisfecha por abarcar. Por medio de ello se pretende exportar de manera constante el frijol castilla al mercado americano.

Huayhua, Lino, Rossi, (2016), refiere que la finalidad principal de la pesquisa es comprobar la viabilidad de introducir al mercado estadounidense en el estado de Florida, las exportaciones de los productos agrícolas enfocadas en el sector hispano/latino de 20 a 59 años de edad entre hombres y mujeres esta manera se puede afirmar que la demanda del sector agrícola ha ido creciendo de forma constante.

Lavaggi, Mora, Rosa (2020) demostró como un plan de negocio puede establecer una viabilidad para la correcta exportación de cacao al mercado objetivo. Los productos considerados de alto valor nutricional siguen en constante crecimiento en su demanda por los consumidores

de los países desarrollados porque se caracterizan por valorar los beneficios saludables.

Vizcarra (2015), se centra en la creación de un plan de negocios por medio de un describir los beneficios que trae este producto para su comercialización, a través del trabajo de las estrategias propuestas se quiere lograr posicionar en el mercado sueco por las características naturales del producto, generando un proyecto capaz de ser sostenible en el tiempo.

Nivel local

Chanta (2018) en su tesis pretende establecer como un correcto plan de investigación ayudará a la compañía Molisam a enviar la menestra caupi a Norteamérica. La viabilidad de dicho proyecto se basará en un plan que nos admita disminuir costos y riesgos en las exportaciones.

Carpio. Y, López. (2020) en su investigación se planteó como objetivo crear un plan de negocios centrado en exportar frijol palo de alta calidad, cumpliendo con los requisitos y certificaciones necesarios que son solicitados por los clientes, así mismo en enviar una cosecha que tenga los altos estándares de calidad. De esta manera se concluye que, implementar un plan de negocios para que la empresa Alpes Chiclayo S.A.C para mejorar sus exportaciones al mercado americano.

Regalado (2018) en su tesis concluye que las implementaciones de estrategias influyen de forma positiva en las exportaciones al mercado americano teniendo como base fundamental implementar métodos que permitan generar mayor rentabilidad en el frijol palo por ser considerado el producto de mayor demanda en el Perú.

Alarcón (2018) en su investigación desarrollada consta en la elaboración de un plan de negocios para la exportación de café grano verde al mercado de Alemania, donde se explicará las formas las

formas y maneras para realizar un proyecto que cumpla con los objetivos propuestos. Debido a que cumple con los estándares de calidad que los estados avanzados exigen para su exportación.

1.3. Abordaje teórico

Análisis de exportación

Muñiz, R (2014) Se define como el estudio para el ingreso a nuevos mercados a través de tendencias, gustos, regulaciones, certificados y preferencias que las empresas aplican para ingresar a un nuevo mercado, considerando sus costos a largo, mediano y corto plazo. De esta manera se pretende penetrar al mercado con el comercio internacional seleccionando un mercado que permitan disminuir los riesgos en la toma de decisiones de al desarrollar el correcto análisis de mercado permite a las empresas expandirse internacionalmente en base al estudio de 4 etapas que logran crear planes y estrategias para los informes que se deban realizar.

- Debemos seleccionar el mercado de mayor potencial.
- Analizar el nicho de mercado.
- Analizar el mercado de forma general.
- Testear los productos a través del marketing y las herramientas tecnológicas.

Guías de mercado

Bello, L.; Vázquez, R. y Trespalacios, J.A (2005) definen estas guías como pautas para construir un estudio de mercado y el recojo de metodología más frecuentes de exploración de clientes, así como un conjunto de adjuntos donde se recopila fuentes secundarias, bibliografía y de diccionarios de los términos técnicos para el correcto desarrollo del estudio de mercado. Permitiendo desarrollar métodos seguros de investigación para las empresas que se desarrollen dichos métodos.

Medidas arancelarias

Gaspar (2013) las medidas arancelarias tienen el objetivo de proteger el comercio internacional a través de barreras para salvaguardar los productos de los países a través de la OMC estos beneficios impulsan la justicia entre los exportadores e importadores con el objetivo que los gobiernos apoyen las políticas del comercio. Los países que cumplen con estas normas generan el crecimiento de sus economías y el desarrollo de sus producciones reflejándose en el beneficio para sus ciudadanos.

Medidas no arancelarias

Gaspar (2013) la define como normas decretadas sobre las salidas de un negocio que no sea una disposición arancelaria. Algunas de estas normas pueden componerse en murallas no arancelarias. La Organización Mundial del Comercio admite a los gobiernos el uso de medidas para preservar sus utilidades, siempre y cuando no sean arbitrarias o establezcan deslealtad en el comercio. La mayoría de las medidas se utilizan en cuanto a salud, fitosanitarias, defensa de la humanidad y la conservación de sus flora y fauna.

Las medidas no arancelarias declaran con periodicidad a inquietudes de políticas públicas cuyo objeto es proteger las rentas frecuentes de los clientes más que las preocupaciones de los productores.

Proceso de exportación

Páramo, L (2017) Lo define como el proceso de enviar un bien o servicio a otro país, con propósitos comerciales la mayoría de veces para construir un negocio internacional. Estas operaciones de exportación e importación se deben llevar un orden en la elaboración de los pasos que compone la cadena logística con el objetivo de tener una operación con resultado en la reducción de tiempos y costos.

Plan de negocios

Según Gil (2015), lo referencia como “la realización trazada y metódica de la idea. La escritura admite la deliberación sobre la idea originaria, organizándola y ajustándola al objetivo para minimizar los conflictos” (p.1)

CONACYT (2014), la define como un instrumento de observaciones con información sistemática para la toma de decisiones y trasladar a la práctica la actividad del negocio, así como la consideración de pasos fundamentales para la demostración de la viabilidad del proyecto para ejecutarlo en el área correspondiente a través de evidenciar los bajos riesgos que puede tener y la rentabilidad que se debe tener.

De acuerdo a la siguiente definición un plan de negocios es llevar a cabo una idea por medio de procesos de implementación que nos ayude a trabajarla y mejorarla con el objetivo de generar las mayores ganancias posibles, esto permitirá a la empresa enfocar el producto en un mercado específico disminuyendo los riesgos que trae consigo la creación de dicho trabajo.

Según Weinberger (2009) hace referencia a esta estructura para una organización, tales como se describen a continuación:

- Resumen ejecutivo
- Diseño de la empresa o formulación de la idea de negocio
- Estudio de mercado
- Análisis de la industria
- Plan estratégico de la empresa
- Plan de marketing
- Diseño de estructura y plan de recursos humanos
- Plan financiero

1.4. Formulación del problema

¿De qué manera un plan de negocios beneficiara a la empresa FoodExport con la exportación de frijol canario al Reino Unido-2021?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Justificación metodológica

La investigación se desarrollará bajo una metodología descriptiva, basada en el estudio de mercado para la exportación de frijol canario al Reino Unido, el cual ayudará a la empresa FoodExport tomar decisiones sobre futuras exportaciones bajo una base científica y comprobada. Para ello, se recolectarán datos de forma cualitativa a través de entrevistas y análisis de planes de exportación para tener una perspectiva más amplia del problema apoyándonos en enfoques de exportación. Así mismo, marcará un antecedente para futuras investigaciones.

Justificación teórica

La presente investigación tiene justificación teórica, porque se ha considerado teorías de exportación y negociación que permiten mejorar la realidad problemática así como las variables de estudios; así mismo, proporciona el conocimiento científico para explicar la variación en las exportaciones de Frijol canario en el mundo, lo cual es de suma importancia para aquellas personas que están relacionados con todo el proceso de exportación, que va desde los productores, exportadores, hasta la entrega final a los consumidores.

Justificación práctica

La presente investigación se justifica porque existe la necesidad de identificar nuevos mercados para las exportaciones del frijol canario en la empresa FoodExport a través de la propuesta de un plan de negocio al Reino Unido que ayudará al crecimiento de las exportaciones de la empresa teniendo en cuenta las barreras arancelarias y no arancelarias.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

PROPONER UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO AL MERCADO DE REINO UNIDO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. – 2021.

1.6.2. Objetivos Específicos:

- Describir Diagnosticar la situación actual de la empresa Food Export Norte S.A.C.
- Analizar las exportaciones de legumbres del Perú en el año 2020.
- Elaborar un plan de negocios al Reino Unido para la empresa Food Export Norte S.A.C.

1.7. Limitaciones

- La empresa Food Export es un centro de acopio.
- Acceso a fuente primaria: por tema de pandemia no se puede ingresar al centro sin previo aviso, lo cual contamos con dos días de acceso que son los martes y jueves.
- Limitaciones teóricas: debido a la poca data que se puede recolectar de estudios específicos nacionales e internacional de exportación de frijol canario al Reino Unido se presenta como una limitación considerable para algunos análisis y antecedentes del proyecto. Es por ello que se tomara información de diferentes fuentes confiables que tengan correlación con las variables de estudio.
- La empresa no conoce el mercado objetivo y no tiene contactos en Reino Unido para usarlo como apoyo en su comercialización.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Fundamento y diseño de investigación seleccionado

La presente investigación se desarrollará con enfoque de investigación cualitativa propositiva. Según Quecedo y Castaño (2002) los define como la recolección de datos, a través de la observación empírica, y edifica sus teorías a partir de las correlaciones publicadas, sus categorías y propuestas teóricas, de esta forma proyectan revelar teorías que evidencien la información. A través del estudio de los fenómenos semejantes y diferentes analizados, desarrolla una teoría explicativa, estas explicaciones permitirán evaluar el mercado a través de la investigación que ayudará a construir un informe de forma teórica y por medio de explicaciones que conduzcan a solucionar el problema con teorías fundadas que permiten sacar conclusiones de dicha investigación.

Diseño de investigación

La investigación será no experimental, debido que los hechos son observados de manera tal y como sucede en su contexto sin que interfiera en su desarrollo y su nivel transversal descriptivo.

Hernández, Fernández, María del Pilar (2010) Esta investigación es definida porque se realizarán sin manipular las variables. Son estudios donde las variables no se manipulan de forma intencional con el objetivo de observar su resultado sobre otras variables. Una investigación no experimental se concentra en estudiar los fenómenos en su forma natural, después de ello se analizarán dichas observaciones.

Jiménez (1998) Estos estudios descriptivos se segmentan en base a conocimientos sólidos a diferencia de las investigaciones exploratorias. Este tipo de investigación tienden a alcanzar ciertos grados de claridad en sus estudios, pero de la misma forma precisan información verídica para clarificar relaciones causales. Los problemas que se muestran en estas investigaciones serán

mayormente de naturaleza práctica, y se logrará solucionar en encontrar las causas, estas suposiciones causales se inician solamente a través del diseño completo y profundo de los estudios. Algo importante a recalcar es que la investigación descriptiva se encuentra basada en explicativa a la vez no se puede formular la hipótesis sino se describe el problema de manera profunda.

Hernández Fernández María del Pilar (2010) la define como el diseño de investigación transeccional o transversal porque recolectan información en un solo momento, en un tiempo único. El más importante propósito que tiene es especificar variables y examinar su acontecimiento y relación en un momento dado. Trabaja con varios equipos, indicadores; así también con comunidades heterogéneas, contextos o sucesos.

2.2. Escenario de estudio

Elegimos como escenario para realizar nuestra tesis, la empresa exportadora FoodExport S.A.C, en la ciudad de Chiclayo; debido que es un lugar donde podemos contar con la información específica a través del personal administrativo para el proyecto que se viene realizando con el objetivo de cumplir con los propósitos de este estudio. FoodExport S.A.C es una empresa que se viene abriendo mercado internacional para el crecimiento que se requiere obtener y significativo para el perfeccionamiento competitivo de los estudiantes de Negocios Internacionales que pueden realizar futuras investigaciones o prácticas en el centro mencionado.

2.3. Caracterización de sujetos

La siguiente investigación se desarrollará a través de información obtenida de entrevistas realizadas al personal administrativo de la empresa, conformados por tres personas quienes brindarán todo lo necesario de forma voluntaria. Los administrativos de la empresa tienen el objetivo de expandir la empresa FoodExport al mercado del

Reino Unido, es por ello que otorgan las facilidades para el recojo de información que sirva a la pesquisa.

Se realizará entrevista a expertos en la materia que tengan experiencia en el estudio del mercado internacional con la finalidad de contrastar la información obtenida de la empresa y de las fichas de cotejo.

Las entrevistas a aplicar serán estructuradas, es decir el entrevistador tiene la finalidad de responder preguntas específicas, pero a la vez pueden añadir información. Así mismo contarán con preguntas abiertas. Se decidió contar solamente con el personal administrativo y expertos en comercio internacional debido que se precisara información puntual.

Tabla 1: Población

Colaboradores	Sub Total
Población 1: Gerente General, Food Export Norte S.A.C.	3
Población 2: Expertos en comercio Exterior	7
Total	10

Elaboración: Propia

Tabla 2: Muestra

Colaboradores	Sub Total
Empresa: Food export Norte S.A.C. Wilder Quiroz Solís (Gerente General)	3
Exp 1: Doc. Francisco Morales Bermúdez (Propietario de CECOFRA, ASESOR DE SIPESA en CECOFRA, Consultor de las PYMES - consejero Económico Comercial 2002 - 2008)	1
Exp 2: Mg. Alberto Luis Pantaleón Santa María (Especialista en planes de negocio - Docente universitario)	1
Exp 3: MBA. Víctor Joel Altamirano Fernández (Especialista en planes de negocio)	1
Exp 4: Doc. Danna Giménez Bouggio (Directora de GENCETUR)	1
Exp 5: Doc. Juan Carlos Mathews Salazar (Director General de la Escuela de Postgrado USIL y vicepresidente del WTC Perú - Vice Ministro de MYPE e Industria - Ministro de la Producción - Director de Maestría Negocios Globales - Director del Centro de Educación Ejecutiva, entre otros)	1
Exp 6: Doc. Lucía Rodríguez Zunino y Miembro del sector Agro (Gerente de Servicios e Industrias Extractivas ADEX)	2
Total	10

Elaboración: Propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos establecidas que se usará es la entrevista la cual estará dirigida al personal administrativo y expertos quienes son conocedores sobre las exportaciones de dichos productos a diferentes partes del mundo. Esta técnica permitirá comprender las situaciones externas e internas de la empresa con el

objetivo de comprender la situación problemática por medio de las personas involucradas en el tema, esto conllevará a encontrar las informaciones necesarias para la investigación.

Esta información se obtendrá a través de la entrevista a los administrativos de Food Export y a los expertos para conocer sobre las exportaciones realizadas por la empresa e información necesaria del conocimiento del comercio exterior.

Como segundo instrumento se utilizará el análisis documental, que permitirá recolectar información precisa y verídica sobre los reportes necesarios para el nuevo mercado de exportación establecido por la empresa, se analizará a través de fuentes externas que registran la data de exportación del frijol canario a los principales destinos del mundo.

2.5. Procedimientos para la recolección de datos

El primer instrumento que se empleará es la guía de preguntas donde se formularon preguntas abiertas y concisas para obtener la información necesaria sobre la problemática existente de la empresa la cual será aplicada a los profesionales del tema y al área administrativa con la finalidad de llegar a la solución de la problemática.

También se utilizará el instrumento de la hoja de cotejo para la obtención de información y así analizar los indicadores de exportación que permitirán la obtención de información relevante e importante para la elaboración del proyecto.

2.6. Procedimientos de análisis de datos

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

Las entrevistas, nos ayudarán a realizar conclusiones sobre el proceso de exportaciones que viene realizando y el conocimiento de la empresa, de acuerdo a la información que recolectaremos describiremos la problemática y nos enfocaremos en buscar una solución a dicha a lo descrito por los administradores.

La entrevista con los especialistas nos aportará información precisa sobre todo lo relacionado con la exportación e investigación de mercado.

En el análisis documental bajo la premisa que nuestra investigación es Descriptiva se trabajará con hojas de cotejo para la recolección de datos e información de las diferentes herramientas logísticas que se precise para dar solución a la problemática, de acuerdo a lo investigado se procederá con el análisis de lo obtenido para describir los procedimientos necesarios para la entrada de la mercancía al nuevo mercado.

Esta información será detallada y plasmada en el proyecto de investigación para el uso por parte de la empresa FoodExport.

Desarrollaremos el siguiente método para un uso correcto de la recolección de datos.

Método analítico

Observaremos la información de las entrevistas y hojas de cotejo que permitan conocer las causas y dar una solución a las contrariedades diseñadas en la investigación.

Según Rodríguez y Pérez (2017), es una táctica metódica que permite desagregar la información permitiendo analizar el procedimiento de cada parte de la investigación. (Pág. 9)

Método inductivo

Este método permite llegar a ciertas conclusiones generales, por medio de los análisis de las informaciones que se vayan recolectando. Para Rodríguez y Pérez (2017) La inducción es una manera de razonar donde se pasa del discernimiento de casos específicos a un conocimiento más universal, demostrando lo usual en los fenómenos, basándose en la reproducción de hechos y fenómenos del contexto, hallando los atributos frecuentes en un conjunto determinado a fin de llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. (Pág. 10)

Método deductivo

Este método se deriva de la recopilación de información o de ciertas investigaciones que se llegaran analizar con el objetivo de deducir la veracidad de la información.

De acuerdo a Rodríguez y Pérez (2017) esta técnica permite organizar sucesos destacados y se adquiere soluciones a través de un conjunto de enunciados, acreditados como consecuencias, que perciben antecedentes y conclusiones. (Pág. 11)

2.7. Criterios éticos

Veracidad

La investigación se basará en el contenido de información verídica, por lo cual se afirma la confiabilidad en los datos descritos.

Resguardo de los documentos de estudio

Los autores de la presente investigación serán responsables de resguardar todos los documentos del estudio realizado, información como las entrevistas y las hojas de cotejo del análisis documentario, esta data fue analizada y revisada minuciosamente para luego ser registrada en la investigación.

Consentimiento por parte de los involucrados

Las personas que participarán de las entrevistas conocerán el fin de la información que se estaba brindando.

2.8. Criterios de rigor científico

Fiabilidad

Se comunicará con semanas de antelación que se solicitará información con evidencias para la realización de las entrevistas, con el objeto de registrar esta información como argumentos que sustente su fiabilidad.

Validez

Las presentes entrevistas serán analizadas, evaluadas por tres expertos en comercio internacional, con la finalidad de obtener datos evidentes a las variables de estudio.

Objetividad

La información que se obtendrá a través de los datos del análisis documental y las entrevistas serán descritas de forma clara, sin alterar su contenido para no perder la objetividad de la investigación.

III. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1. Recursos, presupuestos y recursos humanos

3.1.1. Materiales

Tabla 3: Materiales

Detalle	Cantidad	Valor S/.	Total, S/.
Computadora (Ensamblada)	1	3000.0	3000.00
Impresora Epson L4150	1	750.00	750.00
Un millar de papel bond A4 Xerox 80g.	1	12.00	12.00
Sub Total			S/. 3,762.00

Elaboración: Propia

3.1.2. Servicios

Tabla 4: Servicios

Detalle	Cantidad/Meses	Valor S/.	Total, S/.
Internet Claro 150 Mbs	3	140.00	420.00
Luz	3	120.00	360.00
Teléfono Celular	3	65.00	195.00
Sub Total			S/. 651.00

Elaboración: Propia

3.1.3. Resumen

Tabla 5: Resumen de los aspectos administrativos

Detalles	Total, S/.
Materiales	S/. 3,770.00
Servicios	S/. 651.00
Total General: S/	S/. 4,413.00

Elaboración: Propia

3.2. Financiamiento

Será financiado por medio de los alumnos Correa Martínez Andony Smith y Díaz Herrera Julio Javier Aarom, debido que este proyecto será realizado con el objetivo de solucionar una realidad problemática.

3.3. Cronograma de ejecución

Este proyecto de investigación tendrá una duración aproximada de 3 meses, teniendo como fecha de inicio el 24 de septiembre y teniendo como fecha tentativa para su culminación el 19 de diciembre.

Tabla 6: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Elección y análisis del tema de investigación de acuerdo a un análisis realizado en la empresa	X	X														
Presentación de la matriz del Proyecto de investigación			X													
Investigación de antecedentes y elaboración del primer capítulo del proyecto				X	X	X	X									
Elaboración del Material y método								X	X	X						
Presentación del primer avance del proyecto de investigación											X	X				
Elaborar Aspectos Administrativos y Referencias													X			
Validación de Instrumentos														X		
Levantar observaciones.															X	
Presentación y exposición final del proyecto de investigación.																X

Elaboración: Propia

IV. RESULTADOS

Entrevista al Gerente General de Food Export Norte S.A.C.:

Tabla 7: Entrevista

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Cuántos proveedores cuenta la empresa y dónde se encuentran?	Proveedores, acopiadores y agricultores, contamos con un listado de todos ellos de los Departamentos de Lambayeque y Piura para la respectiva compra de frejoles.
2. ¿Cuánto es su capacidad de acopio?	468,000,000 kilos, tener en cuenta que por cada contenedor embarcamos para USA, 18,000 kilos Centro América 24,948 kilos, Europa 23,000 kilos.
3. ¿Por qué exportar frijol canario?	Por la tendencia al consumidor que hay este nicho de mercado
4. ¿Por qué la empresa tiene como objetivo exportar al Reino Unido?	Es un mercado muy llamativo, por la alta demanda de comer saludable, teniendo en cuenta que el frijol canario es un producto con una alta calidad nutritiva.
5. ¿Cuáles son las expectativas que tienen con el frijol canario?	Que se convierta en el producto de mayor demanda a nivel internacional en nuestra variedad de legumbres.
6. ¿Cuál es la misión, Visión, objetivos y	<p>Misión: Somos una empresa que procesa, empaqueta y comercializa productos agroindustriales inocuos con alto valor nutricional y funcional, creando confianza y bienestar con nuestros colaboradores y clientes internacionales.</p>

valores de la empresa? **Visión:** Ser una empresa líder y reconocidos en mercados internacionales con productos naturales inocuos y precios justos.

Valores: Empresa socialmente responsable, trabajo en equipo, compromiso con la Calidad, desarrollo de cadenas productivas, orientación al cliente, orientación a resultados.

7. Explicar el Fortalezas:

análisis FODA y la estructura de la empresa

- ❖ Frejoles reconocidos y producidos en la región de Lambayeque y Piura.
- ❖ Contamos con certificación de SENASA, autorización sanitaria y certificación Kosher.
- ❖ Sólida organización teniendo como socios a los productores de la región Lambayeque y Piura.
- ❖ Contamos con personal calificado y capacitado en el manejo del proceso de Producción, comercio y exportación.

OPORTUNIDADES:

- ❖ Tratados de libre comercio.
- ❖ Gran demanda en el mercado internacional.
- ❖ Cultivo de frijol todo el año.
- ❖ Convenios con agricultores de Lambayeque, Piura y agencias de promoción y exportación.
- ❖ Promoción de ferias nacionales e Internacionales.

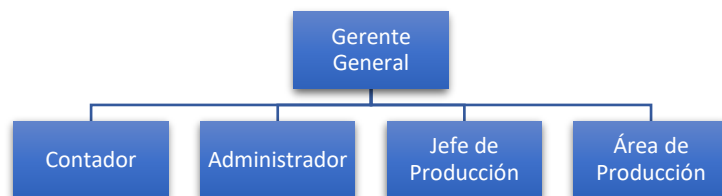
DEBILIDADES:

- ❖ No contamos con mercado definido y canal de comercialización.
 - ❖ No realizamos estudios en mercados Internacionales.
-

-
- ❖ Limitados recursos de promoción para participar en ferias internacionales.

AMENAZAS:

- ❖ Cambios climáticos.
- ❖ Fenómenos naturales.
- ❖ Competencia de empresas posicionadas en el Mercado.
- ❖ Alta producción en países más desarrollados.
- ❖ Posibles caídas de principales competidores.



8. ¿Posee un plan de recursos humanos? ¿De qué manera funciona?

Nuestra área de RRHH de manera interna se encarga de estructurar nuestro organigrama y el perfil de cada trabajador.

9. ¿Posee conocimiento sobre los principales requisitos técnicos que exige Reino Unido para exportar frijol canario? ¿De qué tipo son (Calidad, etiquetado, etc.)?

Desconocemos el tema de exportación al mercado de Reino Unido, es por ello que mediante proyecto se espera la proposición de dicha información.

10. ¿Han asistido a alguna feria o qué ferias conoce?	Expo alimentaria en Lima (todas las ediciones), Misión comercial a Centro América 2019, Ruedas de negocios virtuales con Promperú (2020)
--	--

Elaboración: Propia

FOODEXPORT es una empresa acopiadora y procesadora que trabaja con distintas clases de menestras que ha venido explorando nuevos mercados en estos últimos años, empresa dedicada exportación de menestras y que busca crecer en demanda y oferta internacional por medio de estudios estratégicos internacionales, debido que ha visto una caída considerable en su demanda por el COVID 19 y la implementación de nuevas normas y estándares internacionales a través del análisis de la data obtenida proponemos un plan de negocios al Reino Unido con el objetivo de crear estrategias que permitan a la empresa extenderse a nuevos mercados con la implementación de sistemas gestión ambiental que permitan garantizar la inocuidad de sus productos con el objeto abarcar la demanda insatisfecha que los países extranjero vienen abasteciendo a los grandes mercados. Este estudio de mercado tiene como base fundamental proponer certificados internacionales y la ruta de comercialización de acuerdo a investigación científica que garantizara observar los resultados de la viabilidad del producto.

Entrevista a expertos en comercio exterior:

Tabla 8: Pregunta 1

¿Sabe si Lambayeque cuenta con una oferta exportable de frijol canario que haga sostenible la creación de un plan de negocios?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Frejol canario muy buen tema, si produce Lambayeque y claro coloca en Google potencial del frejol canario en La Región Lambayeque y listo.
EXP 2	No tiene oferta exportable porque no produce, el mejor frijol canario es el frijol camanejo de Arequipa.
EXP 3	En la región Lambayeque no se produce el frijol canario.
EXP 4	Las exportaciones de la región Lambayeque se están caracterizando en los últimos 2 años en las exportaciones de productos frescos como frutas frescas, sin embargo las legumbres donde se encuentra los frijoles es un producto que se ha venido notándose año tras año como un producto dentro de nuestra canasta exportadora, definitivamente si es importante desarrollar un plan de negocios, años anteriores este producto representaba mucho más potencial del que tiene actualmente, sin embargo con un plan de negocio con una estructura de una investigación, esto se puede revertir y puede ir en crecimiento, no ha sido eliminado de nuestra canasta exportadora, sigue vigente pero solo falta hacerlo más competitivo.
EXP 5	Si hay producción en Lambayeque del cual se puede justificar un plan y tener acopiar de distintas zonas (regiones).
EXP 6 - 7	Sí, se sabe que la producción de frejoles se realiza en gran parte en la costa norte. También, al cierre del 2020, se observó que el 66% del frejol canario en volumen exportado provenía del departamento de Lambayeque. EL 28% provenía de Lima y el 5% de Piura.

Elaboración: Propia

Se respondió que la oferta exportable de Lambayeque ha venido creciendo por que las exportaciones en los últimos 2 años de las legumbres donde se encuentra los frijoles es un producto que se ha venido notándose año tras año como un producto dentro de nuestra canasta exportadora, el incremento de las empresas acopiadoras y procesadoras han permitido que Lambayeque sea considerado una región fuerte en cuanto a la exportación de frijol.

Tabla 9: Pregunta 2

¿Tiene conocimiento de cuáles son las empresas exportadoras de frijol canario en la región Lambayeque?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Ojo pones SIICEX Frejol Canario página de Promperú y pones SIICEX Lambayeque ahí salen las 10 primeras empresas exportadoras.
EXP 2	Sé que la empresa Sun Packer Food export, pero trae de otro lugar del país.
EXP 3	Desconozco si actualmente existe una empresa en Lambayeque que exporte frijol canario, pero a nivel nacional las principales empresas exportadoras son: Apex Trading S.A.C., Interloom S.A.C., Natur Foods Export E.I.R.L. y Andes Alimentos y Bebidas S.A.C..
EXP 4	En la dirección de comercio exterior tenemos mapeado, pero no exactamente como frijol canario tal cual, pero si como frijoles, existen 12 empresas que se encuentran identificadas por la exportación de legumbres y dentro de ellos están los frijoles.
EXP 5	Procesadoras S.A.C. (Alfonso Velasquez - Ex Presidente de Cierra Exportadora), Gandules (Juan Barilias - Ex presidente de ADEX).
EXP 6 - 7	Dentro del grupo de empresas exportadoras de frejol canario, hay un grupo ubicadas en el norte del país, pero muchas están registradas en Lima, aunque tienen operaciones en el norte y en el sur. Por lo cual, la ubicación es estratégica según las operaciones de la empresa. A abril 2021, la relación de las 10

primeras empresas exportadoras de frijol canario son las siguientes:

- ❖ ANDES ALIMENTOS & BEBIDAS S.A.C.
 - ❖ COMPROIMPEX SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
 - ❖ S & M FOODS S.R.L.
 - ❖ V & F S.A.C.
 - ❖ AGRO PERÚ ANDINO FOODS S.A.C.
 - ❖ AGRO MI PERÚ FOODS S.A.C.
 - ❖ AGRO FERGI S.A.C.
 - ❖ INTERLOOM S.A.C.
 - ❖ MIRANDA – LANGA AGRO EXPORT S.A.C. – MIRANDA – LANGA S.A.C.
 - ❖ CORPORACIÓN LON SOCIEDAD ANONIMA CERRADA – CORPOLON S.A.C.
-

Elaboración: Propia

Los entrevistados mencionaron que existen diversas empresas de exportación con distintas clases de menestras exportables tanto en granos secos como enlatados, entre ellos se encuentran FOODEXPORT, en su mayoría son empresas acopiadoras que obtienen el producto por medio financiamiento a los agricultores. Entre los especialistas se puede destacar que existe una oferta por la capacidad de las empresas de acopiar el producto que no se produce directamente en la región.

Es por ello que esta oferta de acuerdo a los especialistas entrevistados puede extenderse a países como el Reino Unido por la calidad del producto y por el aumento de la demanda de los productos orgánicos que cumplen con los estándares de calidad.

Tabla 10: Pregunta 3

¿Qué opinión tiene sobre el Reino Unido como mercado potencial para la exportación de frijol canario?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Buen Mercado en el año 2019 se colocó al mercado del Reino Unido el 8% del frejol canario del Perú, se debe vender más, es un buen Mercado.
EXP 2	Muy bueno, pero es exigente en calidad del producto.
EXP 3	Reino Unido es uno de los mercados más importantes a los que Perú exporta frijol, ocupando el séptimo lugar de destino de las exportaciones de este producto.
EXP 4	Si existe un consumo de estas legumbres en Reino Unido, pero hablando de otros indicadores macroeconómicos el Reino Unido es uno de los países más fuertes, si bien es cierto salió de la Unión Europea, sin embargo, Perú cuenta con un tratado directamente con este país, eso quiere decir que las preferencias arancelarias se siguen dando con este país, el ingreso per cápita de los pobladores es bastante bueno, si es un país atractivo para el consumo de los productos peruanos.
EXP 5	Reino Unido es un mercado potencial a pesar de que en particular el frijol canario lo consume la población latina.
EXP 6 - 7	Según la data 2020 y 2019, sí se observan exportaciones de frejol canario a Reyno Unido. El 2019, este país fue el tercer destino más importante para esta menestra y en el 2020 ocupó el segundo lugar. En ese sentido, es interesante ver como las exportaciones en volumen a dicho país va en aumento. El hecho de que Reino Unido ocupe el top cinco en países de destino para este frejol indica que hay un interés por el consumo de este y que existen requisitos establecidos para el ingreso a dicho país.

Elaboración: Propia

En su gran mayoría los entrevistados coincidieron que es un buen mercado por su alta demanda de productos orgánicos altos en nutrición, pero a la vez un mercado exigente, disciplinado y con una alta participación en las exportaciones peruanas. De acuerdo a la data obtenida en Trademap menciona que el año 2020 dicho país obtuvo el segundo lugar en importaciones de menestras a nivel mundial ubicándose solo por detrás de la gigante potencia mundial EE. UU, acreditándose un lugar de destino para las exportaciones de frijol canario para nuestro país.

De la misma forma por ser un país en el cual se debe cumplir con todas las certificaciones impuestas para tener un producto capaz de captar al consumidor, un factor fundamental para lograr el ingreso de los productos al Reino Unido es el TLC firmado por el Perú y RU el 15 de mayo del 2019 en la ciudad de Quito, Ecuador. El cual al entrar en vigencia permitió exportar con arancel 0 toda clase de menestras, abriendo nuevas ventanas de oportunidades a las empresas para direccionar sus productos a este mercado.

Todos los especialistas concordaron que el TLC permite tener al Reino Unido como un mercado potencial por las ventajas que ofrece este tratado.

Tabla 11: Pregunta 4

¿Conoce usted que documentación se precisa para el acceso de menestras al Reino Unido?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Son requisitos que se requieren para ingresar al Reino Unido: Certificado del SENASA, segundo de la contraparte del Reino Unido, ojo Reino Unido se ha salido de la Unión Europea. Entrar a Promperu.gob.pe buscas al lado izquierdo y dice requisitos ahí debe estar. De lo contrario pones requisitos de ingreso del frejol canario al Reino Unido, ojo para exportar se requiere un agente de aduanas donde tienes que presentarle toda la documentación para exportar como conocimiento de embarque etc. Certificado del SENASA, etc. Pones Promperú documentos para la exportación.

EXP 2	Regularmente te pide el Fitosanitario de SENASA. Pero si tienes Global GAP o TESCO, se va a validar mejor tu producto, otro es el certificado de calidad del producto para ver los LMR.
EXP 3	Por lo general el mercado europeo se comporta de la misma manera, teniendo como principal tendencia el consumo de productos orgánicos con el fin de preservar su salud física, para lo cual es necesario presentar un requisito Fitosanitario emitido por parte de SENASA en Perú, adicional si se cuenta con una certificación adicional como Global GAP se va a validar mejor tu producto.
EXP 4	Dentro de los documentos comerciales tenemos los generales que es para todos los destinos, factura comercial, certificado de origen (ya que hay un tratado de libre comercio entre Perú y Reino Unido) un packinglist, constancia de fumigación (emitida por SGS) luego si es necesitaría un certificado fitosanitario, el resto de documentos serán de acuerdo a los requerimientos especiales que pida el importador y/o cliente que puede ser certificado de peso, certificado de calidad.
EXP 5	Factura comercial, certificación de origen, packinglist, certificaciones fitosanitarias, documentos que pida el importador.
EXP 6 - 7	La exportación del frejol canario está bajo la dirección del SENASA y se realiza con la partida arancelaria 0713339200. Los requisitos fitosanitarios que establece el SENASA para la exportación de frejol canario en grano para consumo humano son principalmente contar con un certificado fitosanitario emitido por dicha entidad y estar dentro de los límites máximos de residuo de plaguicidas como Abemactin, Carbendazin, Glifosato, entre otros. La lista detallada de LMR está en la sección requisitos de la página web del SENASA. Los requisitos adicionales son a solicitud del comprador en dicho país.

Elaboración: Propia

Todos los especialistas mencionaron que los certificados básicos serían los siguientes HACCP, certificado Fitosanitario de SENASA, Global GAP o TESCO, factura comercial, certificado de origen, certificado de calidad del producto para ver los LMR (Límites Máximos de Residuos de pesticidas), un packinglist, constancia de fumigación (emitida por SGS) y los requisitos adicionales son a solicitud del comprador en dicho país.

En algunos de los casos el Fair Trade y los ISO 22000, ISO 14000 Y EL ISO 14001, también mencionaron como complementario se puede exigir prácticas de almacenaje del exportador, como se maneja la trazabilidad y las técnicas de envases y embalajes. Todas estas informaciones son básicas para la exportación, pero como recomendación fundamental de todos nuestros expertos se debe conversar con los importadores y saber cuáles son los certificados necesarios para dicha comercialización.

Tabla 12: Pregunta 5

¿Conoce usted algún tipo de presentación de menestras en el Reino Unido?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Puede ser también procesados.
EXP 2	La presentación normal es a granel en sacos de 50 kg. Si deseas presentar en bolsas de 1 kg o medio kg te van a pedir mínimo certificación HACCP o Buenas Prácticas de Manufactura como mínimo.
EXP 3	La presentación más común es a granel envasado en secos de 50kg, aunque también existen presentaciones pequeñas de 1kg debidamente etiquetadas y envasadas para su comercialización.
EXP 4	Regularmente se tiene en estado fresco sería el grano en saco, en conserva lo que exporta Gandules, B&F, A&B, luego tienes congelados, hay tres presentaciones de las cuales se están exportando actualmente, pero depende también de la tendencia del mercado que se va a enviar.
EXP 5	Fresco y en conserva.

EXP 6 - 7 Solo conozco la presentación en grano para consumo como menestra.

Elaboración: Propia

Todos los especialistas coincidieron que la mejor presentación son los sacos de polipropileno para la exportación de menestras secas de acuerdo a lo solicitado de los importadores, también pueden ser en latas como conservas y de forma congelados. Los entrevistados mencionaron que todo depende íntegramente de la capacidad de la empresa y el pedido del consumidor final.

Tabla 13: Pregunta 6

**¿Sabes cuáles son las tendencias de consumo que tiene Reino Unido?
¿Cuáles son?**

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Pones tendencia del consumidor baby boomers (Son los viejos), colocas tendencia del consumidor millennialls (ojo comen más saludable), pones en Google tendencia del consumidor centennialls en el Reino Unido y pones en Google tendencias del consumidor en el Reino Unido.
EXP 2	A raíz de la pandemia os mercados quieren comer sano, dentro de los cuales están las menestras, por ello exigen el certificado de calidad (LMR).
EXP 3	Las tendencias a nivel mundial están orientadas a la alimentación sana y saludable, libre de químicos perjudiciales para la salud, por lo que actualmente se está prefiriendo el consumo de productos que cuenten con certificación orgánica.
EXP 4	Reino Unido es un país que tiene una gran preocupación por su salud, por ello es que aumentó su consumo de frutas y vegetales, es por eso que se espera que en los próximos años siga aumentando este consumo, porque brinda mucha información en los beneficios que le dan a sus consumidores, hay una tendencia

por el consumo de los superfoods, estos alimentos tienen propiedades para el sistema inmunológico para fortalecer en si la salud de los consumidores de Reino Unido.

Los consumidores de Reino Unido tienen un rol bastante importante respecto al estilo de vida, entonces en ese caso existen muchísimas oportunidades para todos los alimentos que son naturales, sanos como también productos orgánicos, existe una tendencia para el cuidado de la salud y verifican mucho lo que son la trazabilidad de los productos, su partida de origen, tienen preocupaciones éticas y es por ello que se necesita contar con certificaciones FARTRADE y Global GAP.

Otra de las tendencias es que tiene en Reino Unido son los alimentos "ready to eat" (listos para comer) esto es por el tiempo por ello prefieren porciones individuales o comida casi preparada, ellos toman en cuenta el sabor y los productos dietéticos.

EXP 5 Su tendencia de los consumidores de Reino Unido es más que todo comer saludable y adquirir productos orgánicos.

EXP 6 - 7 La tendencia del consumidor en el Reino Unido ha cambiado en dirección a consumir productos orgánicos en sus dietas en estos últimos años.

Elaboración: Propia

Los especialistas afirmaron que conocen las tendencias de consumo del Reino Unido, y dijeron que es un país que tiene una gran preocupación por su salud, por ello es que aumentó su consumo de frutas y vegetales, es por eso que se espera que en los próximos años siga aumentando este consumo, porque brinda mucha información en los beneficios que le dan a sus consumidores, hay una tendencia por el consumo de los superfoods, estos alimentos tienen propiedades para el sistema inmunológico para fortalecer en si la salud de los consumidores de Reino Unido.

Los consumidores de Reino Unido tienen un rol bastante importante respecto al estilo de vida, entonces en ese caso existen muchísimas oportunidades para todos los alimentos que son naturales, sanos como también productos

orgánicos, existe una tendencia para el cuidado de la salud y verifican mucho lo que son la trazabilidad de los productos, su partida de origen y tienen a tener preocupaciones éticas.

Hubo alguno entrevistados que mencionaron que otra de las tendencias que tiene en el Reino Unido son los alimentos "ready to eat" (listos para comer) esto es por el tiempo por ello prefieren porciones individuales o comida casi preparada, ellos toman en cuenta el sabor y los productos dietéticos. De acuerdo a esto se resalta que la población entera está dispuesta a consumir productos orgánicos y con tendencia al cuidado al sistema ambiental por su inocuidad alimentaria.

Tabla 14: Pregunta 7

¿Cuáles son los envases más recomendados para la exportación de menestras secas al mercado del Reino Unido?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Envases Ecológicos, envases sostenibles y básico.
EXP 2	Lo ideal son los sacos de yute, pero son demasiado caro. Ahora se utilizan los sacos de polipropileno.
EXP 3	Por lo general se utiliza sacos de polipropileno debido a que son muchos más económicos, aunque es recomendable usar sacos de yute.
EXP 4	Sacos, regularmente va en sacos, esto puede ser sacos de polietileno y sacos de papel, pero mayormente se usa sacos de polietileno.
EXP 5	Sacos de yute o de polietileno.
EXP 6 - 7	Sacos.

Elaboración: Propia

De forma unánime nuestros entrevistados mencionaron que se utiliza sacos de polipropileno debido a que son muchos más económicos, aunque también es recomendable usar sacos de yute o en otros casos sacos de papel. Dependerá

del pedido de envase que el comprador solicite al vendedor y puede variar hasta a envases ecológicos por el cuidado que tiene el Reino Unido al ingresar productos a su población.

Tabla 15: Pregunta 8

¿Cuál sería el mejor medio de transporte más adecuado y de mayor rentabilidad? ¿Por qué?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Marítimo, porque si lo hago por otra vía me salen mis costos más altos.
EXP 2	Vía marítima, por el tema de los costos y el peso que demanda el producto.
EXP 3	Lo recomendable sería utilizar el transporte marítimo, ya que ayudaría a reducir costos debido a que el flete es mucho más económico que el aéreo.
EXP 4	Definitivamente el mejor es el transporte marítimo, ya que si se trata de Reino Unido es la manera más adecuada, tiene disponibilidad todas las semanas y porque es uno de los medios de transportes más rentables en el comercio exterior además porque da perfectamente para el tipo y naturaleza del producto que es seco.
EXP 5	Transporte fundamentalmente marítimo, el flete aéreo cuesta 7 veces más que la marítima y no tiene sentido enviar vía aérea a menos que haya un despacho de urgencia.
EXP 6 - 7	Transporte marítimo por ser más rentable.

Elaboración: Propia

Todos los especialistas respondieron de forma unánime que el medio de transporte más adecuado por las grandes distancias de Perú a Reino Unido es el transporte marítimo, por los bajos precios del flete y siendo adaptable para la carga.

Tabla 16: Pregunta 9

¿Qué incoterm sería el más recomendado para la exportación de menestras al mercado de Reino Unido?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Siempre recomiendo FOB, de lo contrario CIF.
EXP 2	El más usado es el CFR o CIF, es lo que está pidiendo el cliente.
EXP 3	Lo más recomendable sería utilizar el incitar CIF ya que es el más utilizado para las exportaciones peruanas.
EXP 4	El FOB es el más utilizado, en las comercializaciones sería el más conveniente, definitivamente por el hecho que el exportador no tenga como responsabilidad el pago del flete internacional es un gran alivio en liquidez para él.
EXP 5	Se puede usar cualquier incoterm, dependiendo si uno recién comienza se puede cotizar con EXW o FOB, pero progresivamente los compradores quieren que los exportadores les dejen su mercancía en su país de origen (CFR - CIF o DDP).
EXP 6 - 7	Los incoterms se negocian entre el comprador y el expedidor.

Elaboración: Propia

Todos en su gran mayoría mencionaron que el incoterm más usado para este tipo de producto por la distancia y por el riesgo que implica, sería el FOB porque permite minimizar el riesgo de los exportadores por la implicancia que tiene perder esa gran cantidad de producto.

A la vez tres especialistas mencionaron que muchos clientes a nivel internacional están solicitando la utilización del incoterm CIF como requisito indispensable para entablar tratos con los exportadores. De la misma forma un especialista respondió que la mejor manera de ganar clientes y acercarse a ellos es trabajando con el incoterm DDP con el objetivo de mostrar interés de trabajar con ellos.

Tabla 17: Pregunta 10

¿Qué tipo de modalidad de pago es la que más recomienda para Reino Unido?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Carta de crédito.
EXP 2	Modalidad de pago es mediante transferencia bancaria, forma de pago contra documentos, a la vista, casi nunca te pagan adelantado.
EXP 3	Se recomendaría usar una carta de crédito irrevocable, pagadero a la vista.
EXP 4	Regularmente se habla de una cobranza contra documentos, pero al iniciar operaciones carta de crédito.
EXP 5	Carta de crédito.
EXP 6 - 7	La modalidad de pago se negocia entre el comprador y el expedidor.

Elaboración: Propia

Se respondió que la mejor modalidad de pago es mediante transferencia bancaria, forma de pago contra documentos, a la vista porque casi nunca te pagan adelantado y sobre todo hicieron hincapié en usar una carta de crédito irrevocable, pagadero a la vista.

Debido que esto permitirá no ser estafados y realizar una exportación con la seguridad que todo el producto será pagado hasta el último dinero del trato

Tabla 18: Pregunta 11

¿Qué canal de comercialización recomendaría utilizar para la exportación de menestras al Reino Unido?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Yo recomiendo Distribuidoras de alimentos en el Reino Unido. De acuerdo al Estudio de Mercado que haces ellos te pueden colocar el frejol canario en cualquier Región del Reino Unido y le pagas una comisión.
EXP 2	Lo recomendable es un importador mayorista directo, los pedidos son de 21 TM. O a través de un bróker.
EXP 3	Se recomendaría sería a través de un bróker que se encargue de distribuir la mercadería o por medio de una empresa mayorista.
EXP 4	A través de distribuidores intermediarios, con contacto directo a supermercados.
EXP 5	Intermediarios.
EXP 6 - 7	Importador y/o distribuidor.

Elaboración: Propia

Todos respondieron de forma unánime que el mejor canal de comercialización para realizar una primera exportación sería a través de intermediarios o un bróker que se encargue de distribuir la mercadería o por medio de una empresa mayorista.

Esto permite conocer el mercado y generar confianza en los importadores para extender los productos por medio de otros canales de comercialización que logran abrir por la confianza generada.

Tabla 19: Pregunta 12

¿Conoce la situación de algunas empresas exportadoras de frijol? ¿Qué piensa que deben implementar?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	No sabe, no opina.
EXP 2	Regularmente las empresas tienen control de calidad, pero no tienen sistema de control de calidad, o sistema de control de gestión de calidad, se preocupan por el producto y nada más, no tienen certificación de gestión de calidad empresarial (ISO14000 - ISO 9000 - HACCAP). No manejan el tema de producción, solo compran en mercados mayoristas porque son acopiadores y eso se mezcla y no se sabe en cuanto la calidad de producción.
EXP 3	Desconozco la situación de las empresas
EXP 4	Se debe fortalecer la cadena de suministros empezando con mejorar la calidad y rendimientos en producción de la materia prima o el establecimiento de alianzas estratégicas con los productores asimismo se debe realizar un estudio de la competencia internacional ya que la demanda del producto seco no ha tenido un gran crecimiento debido a que está siendo reemplazado por otros proveedores internacionales.
EXP 5	Una propuesta que pueden tener las empresas de este sector puede ser asociarse, establecer un consorcio de exportación, porque las menestras son básicamente un negocio volumen, no es rubro para vender un contenedor, si no son volúmenes más grandes.
EXP 6 - 7	Se adjunta documento estadístico.

Elaboración: Propia

En su mayoría respondieron que regularmente las empresas tienen control de calidad, pero no tienen un sistema de control de calidad, o sistema de control de gestión de calidad, se preocupan por el producto y nada más, no tienen

certificación de gestión de calidad empresarial (ISO14000 - ISO 9000 - HACCAP). No manejan el tema de producción, solo compran en mercados mayoristas porque son acopiadores y eso se mezcla y no se sabe en cuanto la calidad de producción.

A la vez se mencionó que debe fortalecer la cadena de suministros empezando con mejorar la calidad y rendimientos en producción de la materia prima o el establecimiento de alianzas estratégicas con los productores asimismo se debe realizar un estudio de la competencia internacional ya que la demanda del producto seco no ha tenido un gran crecimiento debido a que está siendo reemplazado por otros proveedores internacionales.

Esto nos permite proponer un plan de negocios con la implementación estrategias necesarias que servirán de guía para una exportación futura y segmentar el mercado escogido.

Tabla 20: Pregunta 13

¿Conoce si es posible si la exportación de menestras se puede acoger al DRAWBACK?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Lógico.
EXP 2	A través de los sacos de polipropileno, se usan pastillas para fumigar que se sueltan en unas cámaras de fumigación, emiten un gas y se mezclan con el ambiente cerrado y así elimina a los gorgojos, esta pastilla oxytocin.
EXP 3	Si aplica.
EXP 4	Claro que sí bajo la importación de los envases o etiquetas.
EXP 5	Aplica siempre y cuando tu tengas un insumo importado (puede ser el empaque) y ese insumo importado tiene que ser afecto a aranceles, tiene que cumplirse las dos cosas.
EXP 6 - 7	El frejol canario sí se acoge a DRAWBACK.

Elaboración: Propia

Todos respondieron que si se acoge siempre y cuando se tenga un insumo importado (puede ser el envase o etiqueta) y ese insumo importado tiene que ser afecto a aranceles, esto permitirá recuperar el dinero que se pagó en aranceles en la importación al momento de exportar el producto generando beneficios para las empresas acopiadoras.

A la vez es muy importante demostrar que los insumos importados están siendo utilizados para el fin específico.

Tabla 21: Pregunta 14

¿Conoce dónde y cómo se puede entablar contactos con futuros clientes?

N° EXP	RESPUESTA
EXP 1	Ferias de alimentos y distribuidoras en el Reino Unido, hay ferias de alimentos que son las mejores y van de toda Europa y del Reino Unido.
EXP 2	Promperú, páginas de TradeMap, SUNAT (manifiesto de carga) y participar en ferias internacionales como participante, Marketplace (Promperú), Kompass,
EXP 3	A través de las ferias internacionales, guía de mercados de SIICEX, directorios de Promperú, TradeMap, Kompass, SUNAT a través de los manifiestos de carga.
EXP 4	Ferias de alimentos (internacionales), utilizando las diferentes plataformas como Promperú, SUNAT a través de manifiestos de carga.
EXP 5	Las fuentes para conseguir información de contactos son muchas, pero las principales y la más asequible PROMPERÚ y la red de OCEX (Oficina de Comercio Exterior).
EXP 6 - 7	Los contactos con los clientes se pueden establecer con la participación en ferias internacionales como la EXPOALIMENTARIA y otras. También se puede lograr a través de las plataformas de inteligencia comercial, a solicitud con algún encargado de la OCEX o embajada.

Elaboración: Propia

Todos respondieron que se encontrarían nuevos clientes a través de las ferias internacionales, guía de mercados de SIICEX, directorios de Promperú, TradeMap, Kompass, SUNAT a través de los manifiestos de carga.

Análisis Documentario:

1. ¿Cuál es la oferta y demanda del frijol canario?

La demanda de los productos orgánicos debido a la creciente enfermedad del COVID 19 en el mundo, trae consigo la oferta y demanda por la necesidad de consumir productos ricos en vitaminas, orgánicos y con valor nutricional que permita salvaguardar el sistema inmunológico de las personas. Uno de los productos más destacado a nivel nacional e internacional es la creciente demanda de las menestras en todo tipo de variedades de acuerdo a AGENCIA AGRARIA DE NOTICIAS (2020) el Perú ha logrado un crecimiento de 1,100 % en exportaciones de frijol canario siendo Estados Unidos el principal importador seguido por el Reino Unido como los países que han tenido mayor participación en la compra de dicha menestra, esta demanda ha crecido porque el frijol canario camanejo arequipeño es exclusivo y singular por su fina cascara y por su rapidez al cocinarse, trayendo grandes beneficios como el hierro y el combatimiento de la anemia.

De acuerdo a la FAO (2020) define que el frijol es la menestra más demanda a nivel mundial para su consumo directo, es por ello que los grandes países desarrollados los han implementado en sus dietas por el su alto valor nutricional, debido a los diversos tratados que permiten exportar estos productos con Arancel 0, se tiene en cuenta para el aumento de la demanda que sean productos orgánicos que cumplan con las certificaciones requeridas impuestas por los grandes países exportadores.

2. ¿Cuál es el crecimiento que ha tenido el frijol canario en estos últimos 5 años?

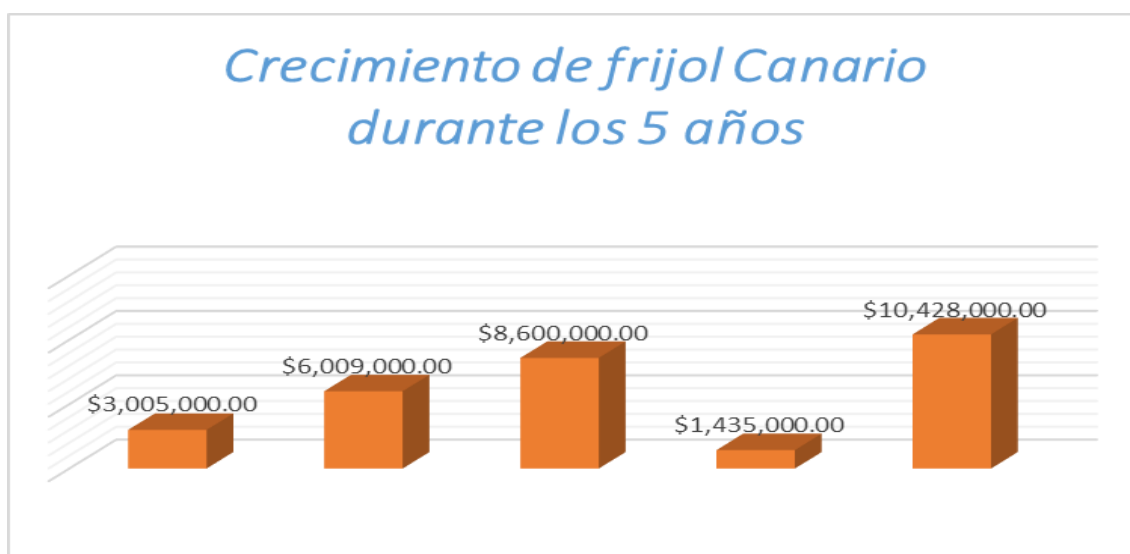
Tabla 22: Exportaciones 2016 - 2020

Años	Indicadores comerciales			
	Valor importado en 2019 (millones de USD)	Cantidad importada en 2019	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/toneladas)
2020	S/ 3,005.000	2,251	Toneladas	1.335
2019	S/ 6.009.000	4.715	Toneladas	1.274
2018	S/ 8.600.000	6.337	Toneladas	1.357
2017	S/ 1.438.000	922	Toneladas	1.560
2016	S/ 10.428.00	8.468	Toneladas	1.231

Fuente: Trade Map, 2021

Elaboración: Propia

Tabla 23: Crecimiento durante los 5 últimos años



Fuente: Trade Map, 2021

Elaboración: Propia

De acuerdo a la data recolectada de las fuentes de Trade Map se puede visualizar un constante crecimiento por la demanda que viene obtenido por ser considerado un SuperFood, que viene siendo parte de la dieta de los países más desarrollados por su alto valor nutricional. El grafico realizado podemos entender que venía en crecimiento continuo que se vio afectada por la pandemia al igual que el resto de las exportaciones a nivel mundial, abriendo ventanas para el comercio exterior, lo cual nos permite ver que a pesar de la situación tan compleja que se viene desarrollando las menestras en general han logrado resurgir por los diversos sistemas de calidad que ha permitido que generar grandes ganancias a este sector por la demanda obtenida gracias a las certificaciones que estas emiten.

3. ¿Qué acuerdos hay entre Perú y Reino Unido? ¿Estos acuerdos benefician a la exportación entre estos dos países?

El Reino Unido perteneciente a la unión europea hasta el año 2020 es un socio comercial atractivo para todo producto que tenga constancia de certificados orgánicos que permitan constar su calidad y cuidado de la gestión ambiental, de acuerdo Mincetur (2021) lo define como un país directo para la realización de negocios rígidos y formales al entablar un trato por primera vez, para entablar acuerdo con el reino se debe ser puntual, Cortez y disciplinadas claves del éxito para entablar lasos que nos permitan futuras exportaciones al gran país Europeo, consumidores de productos de primera calidad, excelentes realizando negocios siguen reglas y prácticas tradicionales, a la vez para tomar decisiones siguen su enfoque lógico pero con cuidado a la hora de comprometerse con las empresas.

El Perú tiene un TLC firmado desde el 15 de mayo del 2019, (Gestion,2019) y beneficio al Perú con lo siguiente permite exportar con arancel 0 todo producto de orgánico, el cual también genero el aumento del 2 % de exportaciones el 2020, las exportaciones peruanas llegaron a

147 millones de dólares y el 86% de las exportaciones no tradicionales tuvieron como destino el Reino Unido.

4. ¿Con qué certificaciones debería contar el producto al llegar a Reino Unido?

- ❖ SQF SAFE QUALITY FOOD
- ❖ ISO 22000 (HACCP)
- ❖ GLOBAL GAP
- ❖ KHOSER
- ❖ HALAL
- ❖ NATURES CHOICE
- ❖ AIB
- ❖ BRC
- ❖ GFSI
- ❖ ISO 14001
- ❖ ISO 14000
- ❖ IFS

5. ¿Cuál es la partida arancelaria del frijol canario?

0713339200

4.1. Discusión de resultados

De acuerdo al Objetivo específico 1: Diagnosticar la situación actual de la empresa Food Export Norte S.A.C.

Los resultados de la investigación evidencian que la empresa FOODEXPORT NORTE S.A.C, dedicada al rubro del acopio de menestras para la exportación teniendo como principales proveedores agricultores, todos ellos de la región de Lambayeque y Piura para la respectiva compra de frejoles, teniendo como capacidad de acopio de 468,000,000 kilos, se debe tener en cuenta que por cada contenedor se embarca para USA, 18,000 kilos, Centro América 24,948 kilos y Europa 23,000 kilos en sacos de polietileno de 50kg.

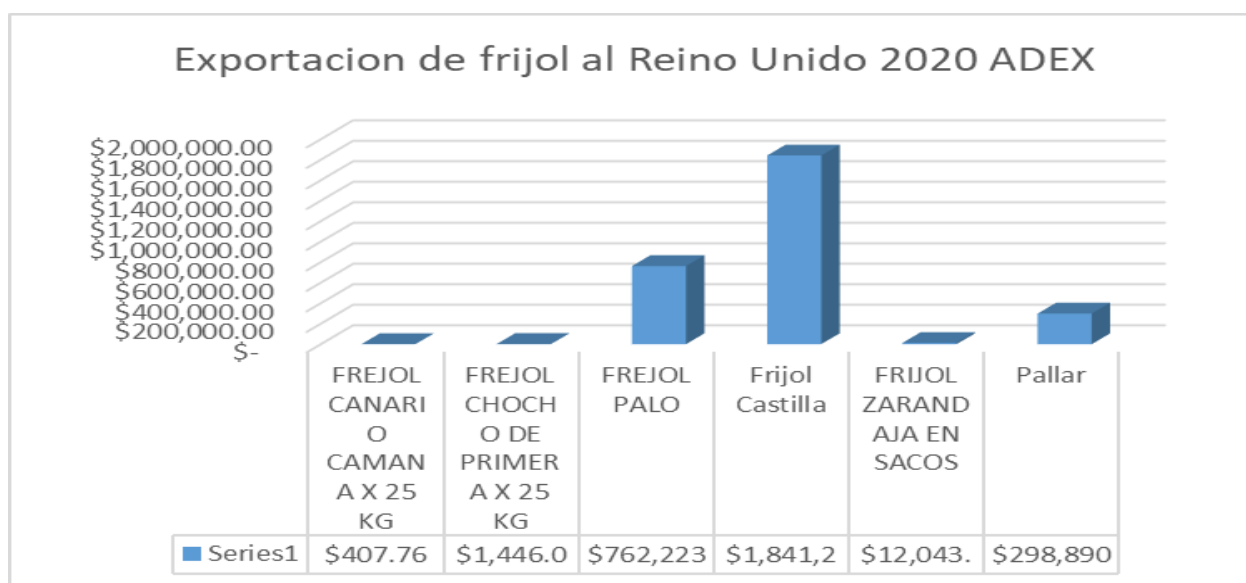
Por las tendencias de consumo que hay en estos nichos de mercado las menestras son atractivas por su alto beneficio para el sistema inmunológico, de la misma manera VILLAMAR (2016) en su investigación “PLAN DE EXPORTACIÓN DE SEMILLAS DE CHÍA AL MERCADODE LONDRES, REINO UNIDO” afirma que las empresas que tienen como objetivo exportar productos de alto grado nutritivo que poseen nutrientes que son considerados como Superfoods por sus altos índices de demanda. Con su propuesta fomenta un plan de exportación para la distribución a nivel internacional de este tipo de producto. Se concluyó que el proyecto pretende dejar constancia en su investigación que los consumidores de los países desarrollados están adquiriendo de manera constante estos productos considerados Legumbres porque cumplen con los patrones de eficacia requerido para la exportación.

La empresa FOODEXPORT NORTE S.A.C cuenta con certificaciones que avalan sus productos como la certificación de SENASA, autorización sanitaria, certificación Kosher y Haccp, estos resultados contrastan con los resultado de Sancán (2015),En su tesis titulada *“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE DERIVADOS DE ALMENDRA HACIA EL MERCADO ARGENTINO.”*estableció que para realizar un plan de negocios se debe cumplir con los patrones de eficacia establecidos por las normas internacionales enfocándose en personas que les guste cuidar de su salud y belleza, con una buena aceptación en los consumidores adquiriendo y otorgando una excelente calidad a bajos precios, por sus beneficios nutricionales y sus certificaciones que garanticen que dicho producto cumple con cada requisito establecido.

Y cuenta con una infraestructura empresarial medianamente grande, que consta de tres personas que integran la parte administrativa, y el personal operativo es variado.

De acuerdo al objetivo específico: 2 Analizar las exportaciones de legumbres del Perú en el año 2020.

Tabla 24: Exportación de frijol al Reino Unido 2020 ADEX



Fuente: ADEX

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información de ADEX (2020) tenemos como resultado las exportaciones de legumbres que fueron afectadas por las circunstancias actuales (Covid 19), no permitiendo el crecimiento de esta a pesar de su alta demanda en el mercado, esta información se puede avalar mediante la investigación realizada por Promperú (2020), donde señala que nuestro país, de enero a julio de 2020, alcanzó un total de US\$19 837 millones, disminuyendo un 24.4% respecto al similar periodo del 2019. Respecto a las exportaciones no tradicionales, refiere que Perú ha registrado un valor de US\$ 6,207 millones, con lo cual decreció en 19.8%, es decir, disminuyó US\$ 1,529 millones en comparación al ciclo anterior y representando el 31% del total de envíos. Teniendo una recuperación en mes de Julio tal como lo indica PROMPERU (2020) manifiesta que nuestra región Lambayeque aumentó sus exportaciones, siendo julio el mes con más envíos creciendo por tercera vez (+8% en mayo; +21% en junio; +34% en julio), restituyendo su baja del tercer y cuarto mes del año, teniendo un incremento del 4% (US\$ 325,6 millones) de enero a julio del 2020, de acuerdo a las bases científicas mostradas se puede afirmar que los productos peruano vienen creciendo a través de los meses

por la alta demanda que vienen teniendo por sus grandes estándares nutritivos que viene teniendo entre ellos las legumbres considerado en el mundo como un superfood necesario para la dieta de los países desarrollados donde en un 75% de su población ha cambiado sus hábitos de consumo con el fin de salvaguardar su salud y cuidado es por ello que las exportaciones de este producto se han incrementado de forma notoria estos años a pesar de las crisis vividas, estos resultados contrastan con lo dicho por Chupillon (2017) *“Exportación del frijol castilla de la empresa ALISUR S.A al mercado de Estados Unidos”* en su investigación, se centra en describir la evolución de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C. al mercado de Estados Unidos. La conclusión obtenida, demuestra que la exportación de los productos agrícolas de la empresa ALISUR S.A.C a los mercados extranjeros han ido incrementando de forma notoria y mejorado en un 80%; esto contrasta con el crecimiento del sector en las exportaciones del Perú.

De acuerdo al objetivo específico: 3 Elaborar un plan de negocios al Reino Unido para la empresa Food Export Norte S.A.C.

De acuerdo a los resultados se logró determinar que el Reino Unido es un mercado adecuado para exportar frijol por el cambio de tendencias que vienen teniendo en sus dietas respecto al consumo de productos certificados como orgánicos, a la vez la FAO indica que la producción global de menestras aumentó más del 20% en la última década, mientras que, en las naciones desarrolladas, las menestras forman el 75 % de la dieta media en los cuales se encuentra el Reino Unido, dentro de ello el frijol canario que la empresa busca impulsar extenderlo de forma internacional por ser uno de los mejores alimentos que existen. Resultados que contrastan con los informes que brindaron nuestros especialistas en las entrevistas donde se afirma que los frijoles es un producto que ha venido notándose año tras año como un producto dentro de nuestra canasta exportadora, definitivamente si es importante desarrollar un plan de negocios para identificar si es factible la capacidad exportadora de las empresas a países europeos, que guarda relación con los resultados de Alarcón

(2018) en su tesis *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAFE GRANO VERDE AL MERCADO DE ALEMANIA DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA JUAN ALBACETE LTDA, 2017-2022*. donde plantea la elaboración de un plan de negocios para la exportación de café grano verde al mercado de Alemania, que tuvo como objetivo realizar un proyecto que cumpla con los objetivos propuestos. Que este estructurado de acuerdo a los estándares de calidad que los estados avanzados exigen para su exportación. Años anteriores este producto representaba mucho más potencial del que tiene actualmente, sin embargo, con un buen plan de negocios se puede revertir y puede mejorar el crecimiento, teniendo relación con los resultados sobre la importancia de planes de negocio que tiene, concordando con Carpio. Y, López. (2020) en su tesis *PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL DE PALO A LOS ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA ALPES CHICLAYO S.A.C.* donde afirman que la creación de un plan de negocios centrado en exportar frijol palo de alta calidad, que cumpla con los requisitos y certificaciones necesarios que son solicitados por los clientes, así mismo en enviar una cosecha que tenga los altos estándares de calidad. Permitirá que la empresa Alpes Chiclayo S.A.C mejore sus exportaciones al mercado americano.

Un fundamento muy importante para elección del mercado al Reino Unido es el TLC firmado entre Perú-Reino Unido el 15 de mayo del 2019, que permite ingresar los frijoles con arancel 0 con partida arancelaria (HS) 0713339200 relacionado a esto los especialistas mencionan que las implementaciones de estrategias de innovación son sumamente importantes para posicionar el mercado meta, y se debe fortalecer la cadena de suministros empezando con mejorar la calidad y rendimientos en producción de la materia prima o el establecimiento de alianzas estratégicas con los productores asimismo se debe realizar un estudio de la competencia internacional ya que la demanda del producto seco no ha tenido un gran crecimiento debido a que está siendo reemplazado por otros proveedores internacionales con el objetivo de aprovechar estos tratados

internacionales y a la vez las empresas regularmente tienen control de calidad, pero no tienen sistema de control de calidad, o sistema de control de gestión de calidad, se preocupan por el producto y nada más, no tienen certificación de gestión de calidad empresarial (ISO14000 –ISO 140001- ISO 9000 – HACCAP etc). No manejan el tema de producción, solo compran en mercados mayoristas porque son acopiadores y eso se mezcla y no se sabe en cuanto la calidad de producción, estos resultados guardan relación con la tesis de Regalado (2018) ESTRATEGIAS DE GESTIÓN COMERCIAL PARA MEJORAR LA EXPORTACIÓN DEL FRIJOL DE PALO A ESTADOS UNIDOS PARA LA EMPRESA “ALPES CHICLAYO SAC”, PERIODO 2018-2020. que concluye que las implementaciones de estrategias influyen de forma positiva en las exportaciones al mercado americano teniendo como base fundamental implementar métodos que permitan generar mayor rentabilidad en el frijol palo por ser considerado el producto de mayor demanda en el Perú.

4.2. Plan de Mejora – Aporte Científico

Tabla 25: Contenido de la propuesta

Estrategias	Objetivos	Actividades	Recursos	Fecha	Hora	Lugar	Responsables	Presupuesto
N° 01 Aplicación de conocimientos para la expansión a nuevos mercados	Realizar un estudio de mercado internacional	1. Analizar las exportaciones e importaciones mundiales (TradeMap)				Remoto		
		2. Revisar guías de mercado para estudiar la tendencia del consumidor (SIICEX)	Computador e internet - Diapositivas	21 de Julio del 2021	4:00 p.m a 6:00 p.m		Correa Martínez Andony Smith	S/. 0.00
		3. Analizar las barreras arancelarias y no arancelarias (SIICEX)					Díaz Herrera Julio Javier Aarom	
		4. Recopilar información del mercado objetivo						

N° 02 Inducción de conocimientos a los colaboradores sobre procesos logísticos	Diseñar el proceso logístico para la exportación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Detallar los procesos de exportación 2. Buscar la documentación requerida 	Computador e internet - Diapositivas	21 de Julio del 2021	4:00 p.m a 6:00 p.m	Remoto	Correa Martínez Andony Smith Díaz Herrera Julio Javier Aarom	S/. 0.00
N° 03 Introducción en conocimiento sobre la importancia del marketing	Establecer estrategias para innovar la imagen de la empresa	Describir estrategias marketing	Computador e internet - Diapositivas	21 de Julio del 2021	4:00 p.m a 6:00 p.m	Remoto	Correa Martínez Andony Smith Díaz Herrera Julio Javier Aarom	S/. 0.00
N° 04 Implementación de mejoras en la mercadotecnia de la empresa para una mejor comercialización de sus productos	Implementar estrategias de marketing comunicativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describir el marketing de la empresa 2. Especificar las estrategias de marketing a emplear 	Computador e internet - Diapositivas	21 de Julio del 2021	4:00 p.m a 6:00 p.m	Remoto	Correa Martínez Andony Smith Díaz Herrera Julio Javier Aarom	S/. 0.00

N° 05 Captación de clientes y/o consumidores a través de la propuesta	Diseñar propuesta de marketing	Presentar propuesta del plan de mejora	Computador e internet - Diapositivas	21 de Julio del 2021	4:00 p.m a 6:00 p.m	Remoto	Correa Martínez Andony Smith Díaz Herrera Julio Javier Aarom	S/. 0.00
N° 06 Verificación de la viabilidad de la propuesta	Elaborar un plan financiero	Elaborar un VA y TIR	Computador e internet - Diapositivas	21 de Julio del 2021	4:00 p.m a 6:00 p.m	Remoto	Correa Martínez Andony Smith Díaz Herrera Julio Javier Aarom	S/. 100.00

Elaboración: Propia

I. INTRODUCCIÓN

La propuesta que vamos a presentar de acuerdo a los indicios del problema en las empresas FOOD EXPORT NORTE S.A.C se identificó las siguientes problemáticas que limitan el desarrollo empresarial. Debido que se ve afectada la producción porque se dedican al acopio del producto y no a la cosecha para sus exportaciones, incluso con certificaciones el problema radica en que la producción no se abastece para completar sus pedidos debido que al no tener el control de la producción se retrasa en escoger la calidad del producto, con el objeto de cumplir con los requerimientos mínimos de los países internacionales es así que los frijoles son abarcados por otros países que al no satisfacer la demanda compran en otros lugares para cumplir con los requerimientos del mercado. Esto conllevará que el plan de negocios para la exportación de frijol canario se pueda estructurar con nuevas estrategias tecnológicas y de innovación en el empaque, las cuales serían más eficientes y agilizarían el proceso por la alta demanda. Al analizar la empresa se puede encontrar que la producción se ve afectada por el poco abastecimiento de materia prima de los países de origen por falta de conocimiento de procesos logístico y establecer un plan de negocios que será vital para permitir agilizar los procesos, disminuir costos y proveer a las empresas compradoras, para satisfacer sus demandas con el propósito de expandirse en el mercado intencional.

II. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

2.1. Rubro

La empresa Food Export Norte S.A.C. pertenece al rubro agroindustrial que se ocupa de la exportación de menestras a diferentes mercados internacionales.

2.2. Razón Social

Food Export Norte S.A.C

2.3. RUC

20480274157

2.4. Giro de Negocio

Food Export Norte S.A.C. es una empresa que se encuentra en el sector de Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos, el cuál ellos ejecutan labores de comercio exterior.

III. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

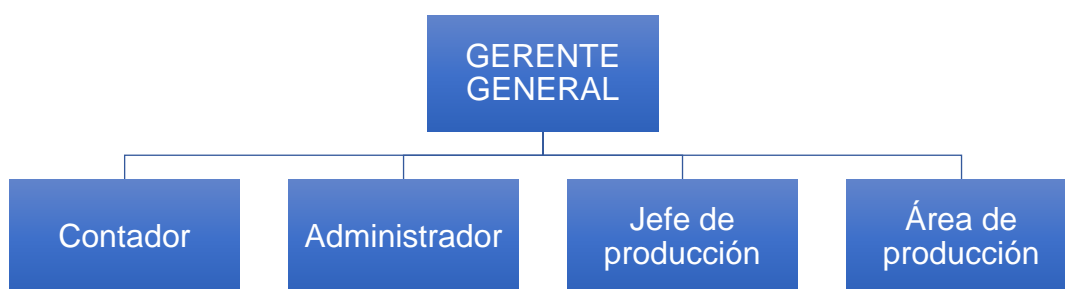
3.1. Reseña histórica

Empresa familiar ubicada en la ciudad de Chiclayo, especializada en el acopio, comercialización desde los años 80 y desde el año 2000 brinda el servicio de procesamiento de legumbres y frijoles de la mejor calidad para la exportación.

Para cumplir con esta meta se invirtió en una moderna planta equipada con la mejor maquinaria disponible Agrobeans S.R.L. En la ciudad de Chiclayo, esto nos convirtió rápidamente en una empresa líder del norte del Perú en empaque y distribución de legumbres en el Perú, la cual se invirtió en una nueva planta Agrowaquir del Chira E.I.R.L. En la ciudad de Piura, atendiendo así a las principales empresas exportadoras a nivel nacional.

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

3.2. Organigrama



Fuente: Food Export Norte S.A.C

Elaboración: Propia

3.3. Misión

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

3.4. Visión

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

3.5. Realidad Problemática

La empresa Food Export Norte S.A.C. cuenta con problemáticas que impiden el crecimiento homogéneo de la sociedad, una problemática identificada es la falta de expansión a nuevos mercados, esto es causado por no tener implementado un área específica de comercio exterior donde se realicen estudios de mercados que permitan hallar nuevos potenciales clientes para la expansión comercial, esta problemática que se basa en no tener un área de comercio

exterior conlleva a otra problemática que es el no control de gastos en todo el proceso de exportación, donde la empresa detalla que tiene indicios de que en alguno de los puntos del proceso de exportación se hacen gastos excesivos, creyendo que al detectar y controlar los gastos sería beneficioso económicamente para la empresa, este informe tiene el objetivo de elaborar una propuesta de estudio de mercado para la ampliación comercial de la empresa, diseñar un plan logístico para el control y supervisión de todos los procesos de exportación, además de realizar un pequeño estudio de marketing para el reconocimiento de sus productos.

IV. DENOMINACIÓN

Propuesta de plan de exportación para la expansión hacia mercados internacionales y utilización de las estrategias de marketing para el conocimiento de sus productos en la empresa Food Export Norte S.A.C.

V. JUSTIFICACIÓN

En el presente trabajo se propone un de plan de exportación para el conocimiento de nuevos mercados y así poder expandirse internacionalmente y a la vez brindar un plan de mejora utilizando las estrategias de marketing para una mejora tanto de imagen como en el conocimiento de los productos que se tiene hacia sus consumidores y/o clientes.

VI. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

Elaborar un plan de exportación y plan de mejora con el fin de implementar una línea de comercialización y mejorar la oferta exportable para la empresa Food Export Norte S.A.C.

6.2. Objetivo Específico

- Realizar un estudio de mercado internacional.
- Diseñar el proceso logístico para la exportación.

- Establecer estrategias para innovar la imagen de la empresa.
- Implementar estrategias de marketing comunicativo
- Diseñar propuesta de marketing.
- Elaborar un plan financiero.

VII. ALANCE DE LA PROPUESTA

Dicha propuesta será aprovechada por la firma Food Export Norte S.A.C. que se encuentra en la Calle Arequipa Norte Nro. 254 Urb. Patazca – Lambayeque / Chiclayo / Chiclayo.

Para responder a nuestra primera estrategia “Aplicación de conocimientos para la expansión a nuevos mercados” se realizará la etapa uno que consta de las siguientes actividades.

Fase I:

1. Analizar las exportaciones e importaciones mundiales (TradeMap).

Esta actividad se realizó usando la herramienta TradeMap (www.trademap.org) con la finalidad de poder analizar las importaciones de los primeros 5 mercados que han exportado frijol en los últimos 5 años (2016 – 2020) reconociendo así cuál sería el mercado objetivo.

En los siguientes cuadros y se mostrará en unidad de dólar americano y las tablas dinámicas en porcentaje, resaltando en la importación nuestro mercado objetivo.

Producto: 071333 judías “porotos, alubias, frijoles, fréjoles” común “Phaseolus vulgaris”, seca y desvainada, aunque estén mondada o partida

Tabla 26: Indicadores de los importadores - 071333

Importadores	Valor importado en 2020 (miles de USD)	Cantidad importada en 2020	Unidad de cantidad	Valor Unitario (USD/Unidad)
Italia	166,212	138,207	Toneladas	1,203
México	124,264	132,537	Toneladas	938
Turquía	110,110	103,478	Toneladas	1,064
India	103,728	104,145	Toneladas	996
Reino Unido	99,879	100,358	Toneladas	995

Fuente: TradeMap, 2021

Elaboración: Propia

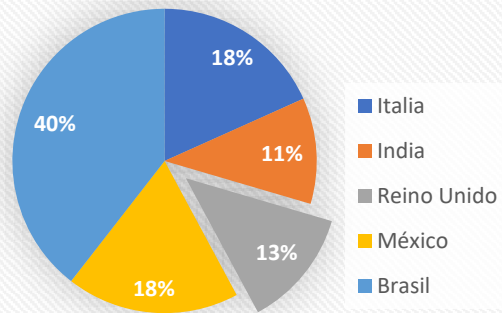
Tabla 27: Principales importadores

Importadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Italia	133,465	132,197	148,692	141,551	166,212
India	82,184	89,934	100,362	104,780	124,264
Reino Unido	91,903	97,244	88,396	95,313	110,110
México	134,172	133,681	137,790	95,274	103,728
Brasil	288,119	99,839	49,332	94,999	99,879

Fuente: TradeMap, 2021

Elaboración: Propia

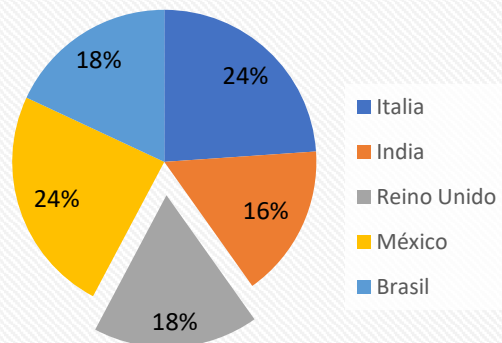
Valor importado en 2016



Fuente: TradeMap (2021)

Elaboración: Propia

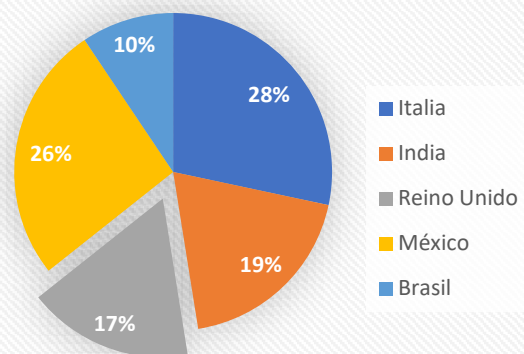
Valor importado en 2017



Fuente: TradeMap (2021)

Elaboración: Propia

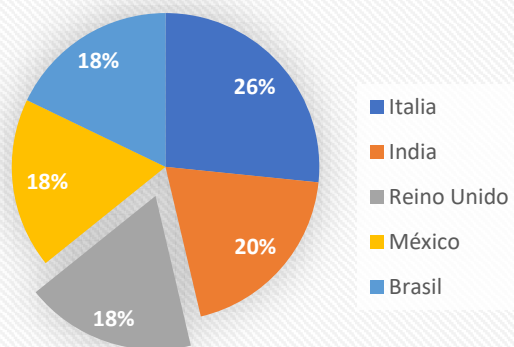
Valor importado en 2018



Fuente: TradeMap (2021)

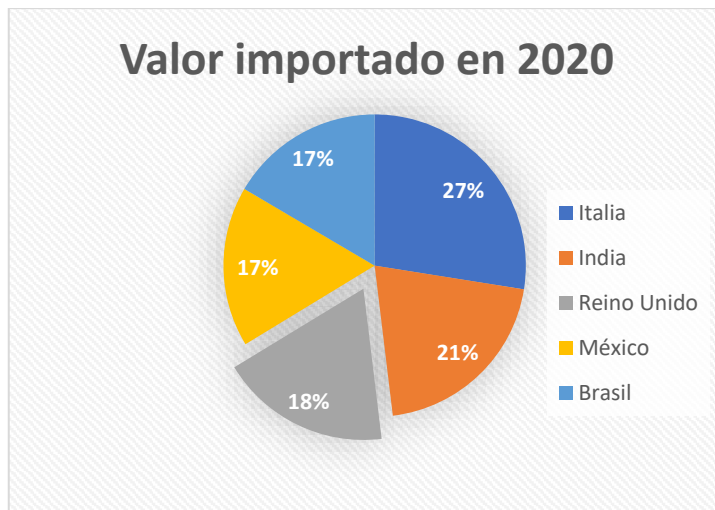
Elaboración: Propia

Valor importado en 2019



Fuente: TradeMap (2021)

Elaboración: Propia



Fuente: TradeMap (2021)

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información analizada de los países que mayor demanda tienen por estos productos algunos son potencias que se ubican como principales candidatos a importar estos alimentos, por su alto grado nutricional por diversas empresas.

Con esta data adquirida estudiaremos los países que tienen mayor tendencia a exportar estos productos y aquellos que generen mejores beneficios junto con facilidades para la comercialización de estos para la elección del mercado.

Selección de mercado según CRIBAS

- **Población**

Se buscó datos sobre la población de los cinco principales importadores del frijol, para recopilar esta información se utilizó la página web TradeMap donde se identificó que, de los cinco principales mercados, India es el país con mayor población según Datos Macro.

Tabla 28: Población – CRIBAS

País	Población
Italia	60,431,283
India	1,352,617,328
Reino Unido	66,488,991
México	126,190,788
Brasil	209,469,333

Fuente: Datos Macro (2021)

Elaboración: Propia

- **PBI**

Para obtener datos del PBI de los países que fueron seleccionados, se utilizó la página web Datos Macro en los datos que se analizaron se pudo definir que Reino Unido al ser una de las potencias mundiales su PBI es uno de las más altos en el mundo.

Tabla 29: PBI

PAÍS	PBI TOTAL 2020 MILL USD	PBI PERCAPITA 2020 MIL USD
Italia	1,884,940	33,560
India	2,708,770	2,020
Reino Unido	2,710,940	41,330
México	1,076,160	9,180
Brasil	1,434,080	9,140

Fuente: Datos Macro (2021)

Elaboración: Propia

- **Selección del Mercado Objetivo según CRIBAS**

Para determinar el mercado de destino, es decir el país al que se va a exportar, se consideraron las siguientes cribas: Principales países importadores mundiales, destino de las exportaciones mundiales, población, PBI per cápita, y rankings de facilidad para hacer negocio con los países seleccionados.

Tabla 30: Participación en importación

Países	Participación Millones (\$)	
Italia	422,878,8	4
India	371,920,0	2
Reino Unido	634,710,3	5
México	393,247,6	3
Brasil	166,276,4	1

Elaboración: Propia

Tabla 31: Participación en exportación

Países	Participación (\$)	
Italia	496,108,1	5
India	276,227,4	2
Reino Unido	403,319,4	3
México	417,670,3	4
Brasil	209,878,4	1

Elaboración: Propia

Tabla 32: Población

Países	Población	
Italia	60,431,283	1
India	1,352,617,328	5
Reino Unido	66,488,991	2
México	126,190,788	3
Brasil	209,469,333	4

Elaboración: Propia

Tabla 33: PBI Per cápita

Países	PIB (\$)	
Italia	33,560	4
India	2,020	1
Reino Unido	41,330	5
México	9,180	3
Brasil	9,140	2

Elaboración: Propia**Tabla 34: Facilidad para hacer negocios**

Países	Acuerdos Comerciales	
Italia	58	4
India	63	2
Reino Unido	8	5
México	60	3
Brasil	124	1

Elaboración: Propia**Selección De Mercado Según Cribas**

Según las cribas anteriormente mencionadas, se determinó que Reino Unido es el país que más se acerca a los requisitos que se consideró para elegir el mercado de destino al obtener un puntaje de 61. El puntaje se logró gracias a las respectivas multiplicaciones y sumas para obtener un total. Como se puede observar en la tabla Italia tuvo un resultado no tanto aproximado al país norteamericano y obtuvo una suma total de 58 puntos.

CRIBA	Valor	Italia		India		Reino Unido		México		Brasil	
Importaciones mundiales	5	4	20	2	10	5	25	3	15	1	5
Exportaciones	4	5	20	2	8	3	12	4	16	1	4
PBI	3	4	12	1	3	5	15	3	9	2	6
Población	2	1	2	5	10	2	4	3	6	4	8
Facilidad para hacer negocio	1	4	4	2	2	5	5	1	3	1	1
Total		58		33		61		49		24	

Elaboración: Propia

2. Revisar guías de mercado para estudiar la tendencia del comprador (SIICEX)

Retail Economics (2020) enfatiza varias tendencias de las adquisiciones en el Reino Unido, ya que el consumo obtuvo £ 330,240 millones en septiembre del año 2019, incrementando un 0.3%, marcando una desaceleración en el incremento del 0,5% en el segundo período, debido a que el consumo en casa (que simboliza el 26% del gasto del comprador) se desplomó a un 0.1% en el tercer periodo. El gasto del público acrecentó en un 1.1% en el tercer trimestre en colación al 2019. Respecto a las bebidas alcohólicas, disminuyó (-1.4%), comunicación (-0.7%) y educación (-2.1%). La ropa y calzado (+6.0%) continuó liderando, pero su consumo disminuyó en el aumento del 6.9% en el trimestre anterior. Se espera que los salarios reales caigan del 1.80% en el último trimestre de 2019 a 1.25% para fines de 2020. En el tercer trimestre del año 2019, las personas gastaron £ 25,322 millones incluyendo y bebidas no alcohólicas, incrementándose el 0.1% en balance con el trimestre anterior.

Cada año, el consumo de víveres y líquidos no alcoholizados creció en un 0.8%, disminuyendo con el incremento del 1.1% reportado en el segundo trimestre y es el segundo incremento más frágil en aproximadamente cuatro años.

Cabe precisar que el COVID – 19 ha ocasionada que los cálculos a nivel financiero tengan un simbólico desplome.

La tendencia aumentó de forma considerable en los productos orgánicos y que contribuyen a una vida sana e higiénica como parte de la consecuencia del COVID – 19.

3. Analizar las barreras arancelarias y no arancelarias (SIICEX)

Barreras Arancelarias

Las tasas se aplicarán a todos los productos que se importen al Reino Unido, siempre y cuando tengan una exclusión, como un pacto o una cesación tributaria. Particularmente, la valoración no se monopolizará a los productos procedentes de naciones en progreso que se favorecen del Sistema de Preferencias Generalizadas, ni a los bienes procedentes de estados con los que el Reino Unido ha pactado un acuerdo de libre comercio (TLC). El Estado indagará nivelar los propósitos de los comercios más importantes, como es la adjudicación de los intereses comerciales del Reino Unido y el TLC, con el compromiso de disminuir la pobreza mediante la comercialización. Cabe precisar que es importante que durante la etapa de la transformación que concluye el 31 de diciembre del 2020, el Estado con más ventaja de la Unión Europea por las tasas arancelarias sigue siendo el Reino Unido. Es a partir del 1 de enero de 2021, que Reino Unido empleará una valoración determinada a los productos importados, el cual reemplazará el Arancel Externo Común de la UE, que se aplicó hasta el 31 de diciembre de 2020. Al día de hoy, el Perú ha suscrito una alianza de libre comercio con el Reino Unido a fin de conservar y fortalecer las negociaciones ante su salida de la Unión Europea. La expectativa es que esta alianza entre a funcionar en el año 2021.

Reino Unido: Preferencias arancelarias para Perú para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	081040	Arándanos	2	España (23%)	4%	0%
2	080440	Paltas frescas o secas	1	Chile (21%) Israel (9%)	4%	0%
3	080610	Uvas frescas	5	Sudáfrica (24%) España (16%) Chile (8%)	8.6%	0%
4	070920	Espárragos frescos o refrigerados	1	México (20%) España (1%)	10.20%	0%
5	080529	Mandarinas frescas	3	España (84%) Países Bajos (5%)	16%	0%
6	080450	Mangos frescos o secos	3	Brasil (17%) Ghana (14%)	0%	0%
7	281700	Óxido de Zinc	-	Alemania (54%) Países Bajos (18%) Bélgica (15%)	5.50%	0%
8	220710	Alcohol etílico sin desnaturizar	4	Países Bajos (47%) Francia (29%) EE.UU. (7%)	19.2 EUR/100 l	0%
9	160414	Atunes enteros o en trozos	13	Seychelles (15%) Mauricio (13%) Ghana (11%)	24%	0%
10	070810	Alverjas	2	Guatemala (32%)	8%	0%

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, Julio 2020).

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

Medidas no arancelarias

El Reino Unido, cuenta con varias reglamentaciones iguales a los estados de la Unión Europea, que regularizan los productos y varía de acuerdo a su origen y característica. La responsabilidad del cumplimiento de la normativa que regula la sección de alimentos es participada entre el Gobierno Central y los gobiernos locales. El Gobierno Central se responsabiliza de las leyes y de su cumplimiento, es responsabilidad de las más de 400 autoridades específicas del Reino Unido y particularmente, de los encargados de la salud ambiental, quienes hacen cumplir las leyes, brindan asesoramiento, consejos y realizan auditorías a las actividades y controlan la calidad. La Unión Europea y el Reino Unido han informado que mientras se da la etapa de transición, la cual concluye el 31 de diciembre de 2020, la UE conservará las leyes, salvo ciertas excepciones restringidas las cuales continúan

estando aplicable en el Reino Unido. Se concluye que a pesar del divorcio entre el Reino Unido y la Unión Europea (establecida el 31 de enero del 2020), los tributos a cancelar y la normativa para la exportación continúa hasta el 31 diciembre del 2020. Por otro lado, el Perú tiene 20 tratados comerciales vigentes con 54 mercados y con Reino Unido firmaron un convenio que certifica la continuación de los flujos comerciales, es decir, que las tasas arancelarias se conservarán para la entrada a este país después de su retiro de la Unión Europea.

4. Recopilar información del mercado objetivo

- **Capital:** Londres
- **Idioma:** inglés
- **Forma de Gobierno:** Monarquía constitucional parlamentaria unitaria.
- **Gentilicio:** británico, -a
- **Moneda:** Libra esterlina
- **Población:** 66,488,991
- **INB per cápita (US\$):** 41,330

El Reino Unido, está constituido por un grupo de países como: Inglaterra, Gales, Escocia, Irlanda del Norte y las Islas Británicas, ubicado al noroeste de Europa, limita al norte y oeste con el Mar Atlántico, al este con el Mar de Irlanda, cuya capital es Londres y entre las ciudades más destacadas están: Birmingham, Glasgow, Liverpool, Leeds, Sheffield y Edimburgo. El 23 de junio de 2016 se realizó un sufragio para decidir su continuidad en la Unión Europea (el llamado "Brexit"). El 29 de marzo de 2017, informó al Consejo Europeo su intención de retirarse de la UE.

El portal Euromonitor, refiere que la economía del Reino Unido se acortará duramente internamente en el 2020 a causa del COVID-19, fundamentalmente el bloqueo. Externamente, estará

restringido por la disminución general de la demanda ocasionada por la crisis sanitaria, además, el Reino Unido tiene que lidiar con el Brexit. Se predice que el crecimiento sería del 4,2% en 2021. Posteriormente, la economía debería lograr un incremento del 1,5% anual para el 2027.

Indicadores Económicos	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
Crecimiento del PBI (%)	2,4	1,9	1,9	1,3	1,4	-6,5
PBI per cápita (US\$) ³	44,975	41,064	40,361	43,043	42,300	40 392*
Tasa de inflación (%)	0,1	1,2	3,0	2,3	1,4	1,0
Tasa de desempleo (%)	5,4	4,9	4,4	4,1	3,8	4,8

Fuente: FMI (Julio,2020)

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú

Las Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales

El acuerdo suscrito entre Perú y Reino unido junta por referencia el Acuerdo Comercial con la Unión Europea en el 2013, registrando cambios con la finalidad de ejecutar un nuevo acuerdo y la continuación de las preferencias que a la fecha se emplean al relacionamiento comercial entre Ecuador, Colombia y el Perú con el Reino Unido.

Cultura de negocios

- **Primer contacto:** En el Reino Unido prevalece la interrelación personal y la equidad de género. Mantienen el trato visual durante el saludo a fin de impedir se alargue. La puntualidad es una condición importante para las negociaciones. En caso de llegar 5 minutos posterior a la hora pactada, se debe realizar una llamada.

- **Presentación:** Se maneja títulos de cortesía como Señor, Señora o Señorita y su primer apellido. Se espera a ser invitado antes de utilizar el nombre de pila. Los británicos menores de 35 años realizan este cambio más rápido que los de mayor edad.
- **Las relaciones de negocios:** Los británicos son muy formales y prefieren negociar con personas o empresarios que conocen o son referidos por sus socios. Las nuevas generaciones de empresarios, no comulgan con esas tradiciones y al contrario se relacionan directamente y no necesitan intermediarios para sus negociaciones, creando redes comerciales que son clave para que sus negocios tengan frutos a largo plazo.
- **Regalos:** Suele acostumbrarse a llevar un presente en la primera reunión de trabajo.
- **Comunicación de negocios:** El proceso comunicacional que los británicos manejan, es el estilo de la fusión del entendimiento y la comunicación directa. Los empresarios de mayor edad o de la clase alta prefieren la aplicación de un protocolo determinado.
Los e-mails también son utilizados en las comunicaciones. Los británicos no utilizan el slang o las abreviaturas, formándose una opinión negativa si la nota simula ser muy familiar. Otras de las características que se debe tener en cuenta, es que la correspondencia debe ser respondida rápidamente, la comunicación usualmente es más por carta y fax que por teléfono.
- **Código de etiqueta:** El traje conservador es parte de la cultura empresarial británica, predominando el color

oscuro. Algunas empresas británicas están introduciendo el concepto de 'vestir informal' los viernes con su insignia de 'elegancia informal', aunque no es aplicado en todo el sector.

- **Tarjeta de visita:** Antes de una reunión se puede intercambiar tarjetas donde se detallan los datos de contacto.

Fase II: Inducción de conocimientos a los colaboradores sobre procesos logísticos.

1. Detallar los procesos de exportación

Es la consecuencia de acciones a realizar por la empresa exportadora del país de origen hacia la empresa importadora en país de destino, esta acción es denominada como logística de exportación, del cual optaremos por utilizar la exportación directa.

EXPORTACIÓN DIRECTA:

La exportación directa es la comercialización que se da entre el exportador y el importador, donde el exportador realiza todo el proceso con recursos propios logrando concretar la internalización de mercancías de un país a otro sin necesidad de intermediarios logrando así tener más ingresos económicos.

Buscar la documentación requerida

Una vez pactado la alianza entre los participantes, el paso a realizar es la formalización de operación, documentación internacional, lo siguiente sería enviar la documentación al socio comercial en país de destino para finiquitar el proceso a cumplir para la importación de la mercancía.

- **Contrato de compra venta internacional:** es el momento preciso donde comprador y vendedor de manera voluntaria deciden legalizar y formalizar el accionar de negociación.
- **Factura comercial:** documento elaborado por el exportador que es fundamental para las transacciones comerciales y condiciones del contrato.
- **Packing List:** Documento que detalla la información esencial de la mercancía como es peso, cantidad de bultos, contenido, etc.
- **Guía de remisión:** Documento sustentatorio para el traslado de la mercancía.
- **Instrucciones de embarque:** Documento con el que inicial el proceso de exportación, elaborado por el exportador para luego ser entregado a un agente de aduanas o al operador logístico. Además, ese documento les permite identificar la mercancía comercializada, condiciones de operación, responsabilidades según IMCOTERMS, puerto de destino, empaque y demás.
- **Carta de la temperatura:** Documento que detalle humedad, ventilación y temperatura con la cual debe ser trasladada la mercancía, emitida por el exportador y se entrega una vez recibido el Booking.
- **Ficha técnica:** Herramienta del exportador que permite detallar las características técnicas de su producto.

FASE III: Introducción en conocimiento sobre la importancia del marketing

1. Describir las estrategias de marketing

Las 4 P's

La función de esta herramienta de marketing es posicionar a la empresa mediante su producto y/o servicio dentro del mercado objetivo, la combinación de estas cuatro técnicas tiene como

finalidad dar una propuesta de valor y así satisfacer las necesidades del cliente.

- Precio
- Producto
- Plaza
- Promoción

2. Estrategias de Marketing Comunicativo

Esta herramienta permitirá que el cliente conozca las virtudes que puede tener una empresa del cuál no se da a notar de manera eficaz.

- Público dirigido
- Descripción de los resultados esperados

FASE IV: Implementación de mejoras en la mercadotecnia de la compañía para mejorar la comercialización de sus productos

1. Describir el marketing de la empresa

La empresa no cuenta con un plan de marketing concreto, Food Exporte Norte S.A.C. solo cuenta con página web y correos corporativos.

2. Especificar las estrategias de marketing a emplear

El tipo de marketing que Food Export Norte S.A.C. implementará: Revista virtual: Constará de los productos que la empresa exporta teniendo como información su ficha técnica de manera que haya una mejor interacción empresa cliente, y como valor agregado se le brindará un código QR en el cuál lleve directamente a la revista.

Público al que está dirigida: Toda herramienta dada (revista virtual) va dirigida a todo público, debido a su mayor accesibilidad para ser visitadas o encontradas en internet.

FASE V: Captación de clientes y/o consumidores a través de la propuesta

Presentar propuesta del plan de mejora.

FASE VI: Verificación de la viabilidad de la propuesta

BALANCE DEMANDA – OFERTA

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2022	2,451,270,879	218,348,714	2,232,922,164
2023	2,461,467,726	228,547,714	2,232,920,012
2024	2,471,706,990	238,746,714	2,232,960,276
2025	2,481,988,848	248,945,714	2,233,043,134
2026	2,492,313,476	259,144,714	2,233,168,762
2027	2,502,681,053	269,343,714	2,233,337,339

Elaboración: Propia

PRECIO UNITARIO DEL PRODUCTO

- Precio de venta en el mercado sin IGV en soles

UN DÓLAR =	3.89	NUEVOS SOLES
------------	-------------	--------------

- Precio de venta en el mercado sin IGV en dólares = 0.028277635 dólares americanos
- Precio de Venta En el Mercado Sin IGV en dólares = \$7.61 dólares americanos

A	2
B	3
C	5
D	3
E	5

3.6

TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE

Inversión Fija Tangible

Maquinaria

18%

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
1	Limpiadora de frijol	\$4,779.00	\$4,015.97	\$722.87	\$4,779.00
Total		\$4,779.00	\$4,015.97	\$722.87	\$4,779.00

Elaboración: Propia

Equipo

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
1	Sensor de humedad	\$50.00	\$42.02	\$7.56	\$50.00
5	Mangueras	\$19.09	\$16.04	\$2.89	\$95.45
2	Mesas de acero inoxidable	\$1,900.00	\$1,596.64	\$287.39	\$3,800.00
2	Carretillas	\$3.00	\$2.52	\$0.45	\$6.00
1	Tanque de lavado 1100 litros	\$206.06	\$173.16	\$31.17	\$206.06
Total		\$2,178.15	\$1,830.38	\$329.47	\$4,157.51

Elaboración: Propia

Equipo de seguridad

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
6	Extintores	\$35.00	\$176.47	\$31.76	\$210.00
2	Botiquin	\$5.00	\$8.40	\$1.51	\$10.00
10	Señalización de emergencia	\$10.00	\$84.03	\$15.13	\$100.00
6	Luces de Emergencia	\$50.00	\$252.10	\$45.38	\$300.00
	Total	\$100.00	\$521.01	\$93.78	\$620.00

Elaboración: Propia

Centro de computo

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
4	Computadora	\$650.00	\$546.22	\$98.32	\$2,600.00
3	Impresora	\$65.00	\$54.62	\$9.83	\$195.00
5	Calculadoras	\$10.00	\$8.40	\$1.51	\$50.00
2	Fax	\$120.00	\$100.84	\$18.15	\$240.00
2	Teléfono fijo	\$36.00	\$30.25	\$5.45	\$72.00
6	Teléfono celular	\$100.00	\$84.03	\$15.13	\$600.00
	Total	\$981.00	\$824.37	\$148.39	\$3,757.00

Elaboración: Propia

Muebles y enseres

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
2	Mesa de reunión	\$30.00	\$50.42	\$9.08	\$60.00
16	Silla de madera	\$15.00	\$201.68	\$36.30	\$240.00
5	Escritorios	\$35.00	\$147.06	\$26.47	\$175.00
8	Archivadores	\$25.00	\$168.07	\$30.25	\$200.00
4	Estantes	\$20.00	\$67.23	\$12.10	\$80.00
10	Sillas de plástico	\$2.50	\$21.01	\$3.78	\$25.00
Total		\$127.50	\$655.46	\$117.98	\$780.00

Elaboración: Propia

Inmobiliaria

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
700	Terreno m2	\$9.50	\$6,456.31	\$1,162.14	\$6,650.00
Total		\$9.50	\$6,456.31	\$1,162.14	\$6,650.00

Elaboración: Propia

SUBTOTAL DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	\$14,303.50	\$2,574.63	\$20,743.51
--	--------------------	-------------------	--------------------

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Total con IGV
OTROS (1%)	\$143.03	\$25.75	\$207.44
Total	\$143.03	\$25.75	\$207.44

Elaboración: Propia

DÓLARES

Descripción	Precio sin IGV	IGV	Total con IGV
TOTAL DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	\$14,446.53	\$2,600.38	\$20,950.95

Elaboración: Propia

DEPRECIACIÓN DE LA INVERSIÓN TANGIBLE

Rubro y Año	Total Sin IGV	TaSa SUNA T	Año 1 2022	Año 2 2023	Año 3 2024	Año 4 2025	Año 5 2026	Total	Valor Residual
Inmobiliaria	\$ 6,456.31	\$0.20	\$ 1,291.26	\$ 1,291.26	\$ 1,291.26	\$ 1,291.26	\$ 1,291.26	\$ 6,456.31	\$0.00
Equipo de Seguridad	\$ 521.01	\$0.03	\$ 15.63	\$ 15.63	\$ 15.63	\$ 15.63	\$ 15.63	\$ 78.15	\$442.86
Centro de Cómputo	\$ 824.37	\$0.25	\$ 206.09	\$ 206.09	\$ 206.09	\$ 206.09	-	\$ 824.37	\$0.00
Maquinarias	\$ 4,015.97	\$0.20	\$ 803.19	\$ 803.19	\$ 803.19	\$ 803.19	\$ 803.19	\$ 4,015.97	\$0.00
Equipos de producción	\$ 1,830.38	\$0.10	\$ 183.04	\$ 183.04	\$ 183.04	\$ 183.04	\$ 183.04	\$ 915.19	\$915.19
Muebles y enseres	\$ 655.46	\$0.10	\$65.55	\$ 65.55	\$ 65.55	\$ 65.55	\$ 65.55	\$ 327.73	\$327.73
Total	\$13,648.03		\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,358.67	\$8,274.02	\$1,685.78

Elaboración: Propia

INVERSIÓN INTANGIBLE

Un dólar = 3.89 soles

INVERSIÓN INTANGIBLE			
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
El pago por la reserva del nombre	\$ 4.49	\$0.81	\$ 5.34
Estatutos	\$ 17.46	\$3.14	\$ 20.77
MOF	\$ 374.04	\$67.33	\$ 445.10
Minuta y Acta de Constitución (MINTRA)	\$ 49.87	\$8.98	\$ 59.35
Escritura Pública	\$ 24.94	\$4.49	\$ 29.67
Inscripción en la SUNARP	\$ 1,344.54	\$242.02	\$ 1,600.00
Legalizar Libro Mayor	\$ 4.49	\$0.81	\$ 5.34
Legalizar Libro Caja	\$ 4.49	\$0.81	\$ 5.34
Licencia de Funcionamiento	\$ 12.47	\$2.24	\$ 14.84
Trámites en Defensa Civil, ESSalud, Sunat	\$ 34.91	\$6.28	\$ 41.54
Gastos de inscripción en el Ministerio de trabajo	\$ 9.97	\$1.80	\$ 11.87
Fumigación	\$ 12.47	\$2.24	\$ 14.84
Imprenta para elaborar comprobantes de pago	\$ 17.46	\$3.14	\$ 20.77
Diseño del programa informático	\$ 12.47	\$2.24	\$ 14.84
	\$ 1,924.05	\$346.33	\$ 2,289.61

Elaboración: Propia

LICENCIAS			
LICENCIAS MUNICIPALES	Precio Sin IGV	IGV	Precio Con IGV
Conformidad del Local	\$10.80	\$1.94	\$12.85
Compra de solicitud de Declaración de Anuncios	\$12.96	\$2.33	\$15.42
Declaración Jurada de Actividad Comercial	\$10.80	\$1.94	\$12.85
OTRAS LICENCIAS			
Licencias para uso del software office	\$43.20	\$7.78	\$51.41
Total	\$77.77	\$14.00	\$92.54

Elaboración: Propia

GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Instalación de la línea de Teléfono	\$6.48	\$1.17	\$7.71
Instalación del medidor de luz	\$32.40	\$5.83	\$38.56
Instalación del medidor de agua	\$32.40	\$5.83	\$38.56
Remuneraciones del personal antes del inicio de las operaciones (vigilantes, personal del proyecto)	\$25.71	\$0.00	\$25.71
GASTOS DE INAUGURACIÓN	\$64.81	\$11.67	\$77.12
Total	\$161.80	\$24.50	\$187.66

Elaboración: Propia

ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Estudio de Factibilidad	\$43.20	\$7.78	\$51.41
Total	\$43.20	\$7.78	\$51.41

Elaboración: Propia

GASTOS DE CAPACITACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO			
Descripción	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Gastos de capacitación del personal	\$82.09	\$14.78	\$97.69
Gastos de administración del proyecto	\$14,595.00	\$0.00	\$14,595.00
Total	\$14,677.09	\$14.78	\$14,692.69

Elaboración: Propia

SUB TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE	\$16,883.91	\$407.38	\$17,313.92
--	--------------------	-----------------	--------------------

	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE	\$16,883.91	\$407.38	\$17,313.92

Elaboración: Propia

1	2	3	4	5	6	7	8
\$4,426.03	2126.13	\$2,085.00	\$2085.00	\$2085.00	\$2085	\$2421.76	\$17,313.92

GASTOS DE OBTENCIÓN DEL PRÉSTAMO	US\$
TASACIÓN	\$150.00
COPIA LIBRE GRAVAMEN	\$8.46
COPIA LITERAL	\$13.79
ESCRITURA DE HIPOTECA	\$86.21
INSCRIPCIÓN EN REGISTROS PÚBLICOS	\$20.69
COSTO FIJO DEL GRAVAMEN	\$10.35
SUBTOTAL	\$289.50
OTROS GASTOS 5%	\$14.47
TOTAL	\$303.97

Elaboración: Propia

AMORTIZACIÓN POR CARGAS DIFERIDAS

Total Intangible 17,313.92

Amortización por cargas diferidas

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78

GASTOS GENERALES

LISTA DE GASTOS	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL MENSUAL EN SOLES SIN IGV	PRECIO ANUAL EN SOLES SIN IGV	PRECIO ANUAL EN \$ SIN IGV	IGV	PRECIO ANUAL EN \$ CON IGV
MANTENIMIENTO	SERVICIO	1	\$250.00	\$250.00	\$3,000.00	\$771	\$139	\$910
REPARACION	SERVICIO	1	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00	\$308	\$56	\$364
COMBUSTIBLE	GALONES	1	\$500.00	\$500.00	\$6,000.00	\$1,542	\$278	\$1,820
LUZ	KW-H	50	\$20.00	\$1,000.00	\$12,000.00	\$3,085	\$555	\$3,640
AGUA	Litros	250	\$7.50	\$1,875.00	\$22,500.00	\$5,784	\$1,041	\$6,825
UTILES DE OFICINA		22	\$81.75	\$1,798.50	\$21,582.00	\$5,548	\$999	\$6,547
EQUIPO DE SEGURIDAD		24	\$8.33	\$200.00	\$2,400.00	\$617	\$111	\$728
PUBLICIDAD	SERVICIO	1	\$80.00	\$80.00	\$960.00	\$247	\$44	\$291
SUBTOTAL				\$5,803.50	\$69,642.00	\$17,902.83	\$3,222.51	\$21,125.34
OTROS 5%					\$3,482.10	\$895.14	\$161.13	\$1,056.27
TOTAL					\$73,124.10	\$18,797.97	\$3,383.63	\$22,181.60

Elaboración: Propia

Otros costos indirectos				Gastos Administrativos				Gastos de ventas			
PRODUCCIÓN				ADMINISTRACION				VENTAS			
%	\$ SIN IGV	IGV	\$ CON IGV	%	\$ SIN IGV	IGV	\$ CON IGV	%	\$ SIN IGV	IGV	\$ CON IGV
75	\$578.41	\$104.11	\$682.52	15	\$115.68	\$20.82	\$136.50	10	\$77.12	\$13.88	\$91.00
85	\$262.21	\$47.20	\$309.41	10	\$30.85	\$5.55	\$36.40	5	\$15.42	\$2.78	\$18.20
50	\$771.21	\$138.82	\$910.03	10	\$154.24	\$27.76	\$182.01	40	\$616.97	\$111.05	\$728.02
80	\$2,467.87	\$444.22	\$2,912.08	10	\$308.48	\$55.53	\$364.01	10	\$308.48	\$55.53	\$364.01
70	\$4,048.84	\$728.79	\$4,777.63	20	\$1,156.81	\$208.23	\$1,365.04	10	\$578.41	\$104.11	\$682.52
10	\$554.81	\$99.87	\$654.67	60	\$3,328.84	\$599.19	\$3,928.03	30	\$1,664.42	\$299.60	\$1,964.02
60	\$370.18	\$66.63	\$436.81	30	\$185.09	\$33.32	\$218.41	10	\$61.70	\$11.11	\$72.80
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	100	\$246.79	\$44.42	\$291.21
	\$9,053.52	\$1,629.63	\$10,683.16		\$5,280.00	\$950.40	\$6,230.40		\$3,569.31	\$642.48	\$4,211.78
	\$452.68	\$81.48	\$534.16		\$264.00	\$47.52	\$311.52		\$178.47	\$32.12	\$210.59
	\$9,506.20	\$1,711.12	\$11,217.31		\$5,544.00	\$997.92	\$6,541.92		\$3,747.77	\$674.60	\$4,422.37

Elaboración: Propia

1 dólar = 3.89

	SIN IGV
TOTAL=	\$18,797.97

UTILES DE OFICINA				COSTO MENSUAL EN SOLES SIN IGV
		Cant. Mens	Prec. Unita	
BOLIGRAFOS	UNIDADES	5	0.50	2.50
CORRECTORES	UNIDADES	1	2.00	2.00
FOLDERS MANILA	UNIDADES	3	0.80	2.40
PAPEL BOND	UNIDADES	25	0.02	0.60
CDS	UNIDADES	1	1.20	1.20
TINTA PARA TAMPONES	UNIDADES	1	3.00	3.00
CARTUCHO DE TINTA	UNIDADES	1	80.00	80.00
SUBTOTAL				91.70
OTROS ÚTILES 5%				4.59
TOTAL				96.29

Elaboración: Propia

UTILES DE LIMPIEZA		Cant.mens	Prec. Unit	
ÁCIDO MURIÁTICO	LITRO	1	5	5.00
FRANELA	METROS	1.5	5	7.50
ESCOBILLONES	UNIDADES	2	12	24.00
CERA	GALONES	0.5	20	10.00
TRAPEADORES	UNIDADES	2	5	10.00
AMBIENTADORES	LITROS	1	8	8.00
DETERGENTE	KILOGRAMO	2	8	16.00
PAPEL HIGIÉNICO	PAQUETES	2	8	16.00
SUBTOTAL				96.50
OTROS ÚTILES 5%				4.83
TOTAL				101.3

Elaboración: Propia

COMBUSTIBLE		Cant.mens	Prec. Unit	PRECIO SIN IGV
GASOLINA	GALONES	30	12.85	385.50
PETROLEO	GALONES	25	10.87	271.75
TOTAL				657.3

Elaboración: Propia

CAPITAL DE TRABAJO

<u>Descripción</u>	<u>Precio Sin IGV</u>	<u>IGV</u>	18% Costos y Gastos	
			ANUAL	MENSUAL
			TOTAL CON IGV MENSUAL	TOTAL CON IGV TRIMESTRAL
MATERIALES INDIRECTOS	\$269	\$48	\$317	\$26
MANO DE OBRA DIRECTA	\$1,233	\$222	\$1,454	\$121
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$3,918	\$705	\$4,623	\$385
MANTENIMIENTO	\$654	\$117.64	\$771	\$64
COMBUSTIBLE	\$261	\$47	\$308	\$26
REPARACIÓN	\$1,307	\$235	\$1,542	\$129
LUZ	\$2,614	470.57	\$3,085	\$257
AGUA	\$4,902	\$882	\$5,784	\$482
UTILES DE OFICINA	\$4,702	\$846	\$5,548	\$462
EQUIPO DE SEGURIDAD	\$523	\$94	\$617	\$51
PUBLICIDAD	\$209	\$38	\$247	\$21
OTROS GASTOS GENERALES	\$18,798	\$3,384	\$22,182	\$1,848
Total Capital de trabajo	\$39,388.51	\$7,089.93	\$46,478	\$3,873.20

Elaboración: Propia

MATERIALES INDIRECTOS	Precio Unitario	Cantidad	Total
Saco de polipropileno	\$0.51	460	\$234.60
Palets americanos	\$2.57	32	\$82.24
TOTAL			\$317

Elaboración: Propia

PLANILLAS

Nº	Ocupación	Haber básico	Asignación Familiar	Remuneración Total
1	Gerente General	\$1,200.00	\$100.00	\$1,300.00
2	Jefe Administrativo	\$900.00	\$60.00	\$960.00
3	Analista auxiliar	\$270.00	\$50.00	\$320.00
4	Ingeniero químico	\$780.00	\$78.00	\$858.00
5	Jefe de producción	\$730.00	\$73.00	\$803.00
7	Asistente técnico	\$300.00	\$30.00	\$330.00
8	Personas para lavado	\$300.00	\$30.00	\$330.00
10	Trabajadores para proceso de selección	\$300.00	\$30.00	\$330.00
11	Trabajadores para proceso de empaque	\$300.00	\$30.00	\$330.00
Total		\$5,080.00	\$481.00	\$5,561.00

Elaboración: Propia

Dscts. A los Trabajadores						Neto a Pagar	Aportes de la Empresa				Sueldos
S.N.P	A.F.P			EsSalud Vida	Total Dscts.		EsSalud	SEGURO	SENATI	Total	
	Obligatorio	Seguro	Comisión								
S/. 0.00	\$4.94	\$176.80	\$130.00	-	\$311.74	\$988.26	\$117.00			\$117.00	\$1,417.00
	\$3.65	\$130.56	\$96.00	-	\$230.21	\$729.79	\$86.40			\$86.40	\$1,046.40
	\$1.22	\$43.52	\$32.00	-	\$76.74	\$243.26	\$28.80			\$28.80	\$348.80
	\$3.26	\$116.69	\$85.80	-	\$205.75	\$652.25	\$77.22			\$77.22	\$935.22
	\$3.05	\$109.21	\$80.30	-	\$192.56	\$610.44	\$72.27			\$72.27	\$875.27
	\$1.25	\$44.88	\$33.00	-	\$79.13	\$250.87	\$29.70			\$29.70	\$359.70
	\$1.25	\$44.88	\$33.00	\$3.59	\$82.72	\$247.28	\$29.70	\$13.20	\$2.48	\$45.38	\$375.38
	\$1.25	\$44.88	\$33.00	-	\$79.13	\$250.87	\$29.70			\$29.70	\$359.70
	\$1.25	\$44.88	\$33.00	-	\$79.13	\$250.87	\$29.70			\$29.70	\$359.70
S/. 0.00	\$21.13	\$756.30	\$556.10	\$3.59	\$1,337.12	\$4,223.88	\$500.49	\$13.20	\$2.48	\$516.17	\$6,077.17

Elaboración: Propia

FACTORES	REMUN. TOTAL	TOTAL APORTES	TOTAL A PAGAR ANUAL EN SOLES	TOTAL A PAGAR EN DOLARES
Planilla de Administración	\$4,241.00	\$381.69	\$73,963.04	\$19,013.63
Planilla de Producción	\$660.00	\$75.08	\$11,761.20	\$3,023.44
MANO DE OBRA DIRECTA	\$330.00	\$45.38	\$6,006.00	\$1,543.96
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$330.00	\$29.70	\$5,755.20	\$1,479.49
Planilla de Ventas	\$660.00	\$59.40	\$11,510.40	\$2,958.97
Totales	\$5,561.00	\$516.17	\$97,234.64	\$24,996.05

Elaboración: Propia

INVERSIÓN TOTAL

INVERSIONES		P.SIN IGV	IGV	P.CON IGV	
INVERSION TOTAL	INVERSION FIJA	TANGIBLE	\$14,446.53	\$2,600.38	\$20,950.95
		INTANGIBLE	\$16,883.91	\$407.38	\$17,313.92
	TOTAL DE INVERSION FIJA		\$31,330.44	\$3,007.75	\$38,264.87
	CAPITAL DE TRABAJO		\$39,388.51	\$7,089.93	\$46,478.44
	INVERSION TOTAL		\$70,718.95	\$10,097.68	\$84,743.30

Elaboración: Propia

ESTRUCTURA DE CAPITAL	Aporte	Préstamo	Total
Sub total	\$27,743.30	\$57,000.00	\$84,743
Participación	32.7%	67.3%	100%

Elaboración: Propia

FINANCIAMIENTO



TEA	3.81%
n=	5

Préstamo \$ 57,000.00

Cuota \$ 12,735.48

Periodo	Saldo inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$57,000.00
1	\$57,000.00	\$10,563.78	\$ 2,171.70	\$12,735.48	\$46,436.22
2	\$46,436.22	\$10,966.26	\$1,769.22	\$12,735.48	\$35,469.96
3	\$35,469.96	\$11,384.08	\$1,351.41	\$12,735.48	\$24,085.88
4	\$24,085.88	\$11,817.81	\$917.67	\$12,735.48	\$12,268.07
5	\$12,268.07	\$12,268.07	\$467.41	\$12,735.48	\$ 0.00

Elaboración: Propia

Banco de Crédito



TEA	4.19%
n=	5

Préstamo \$ 57,000.00

Cuota \$ 12,872.16

Periodo	Saldo inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$57,000.00
1	\$57,000.00	\$10,483.86	\$2,388.30	\$12,872.16	\$46,516.14
2	\$46,516.14	\$10,923.14	\$1,949.03	\$12,872.16	\$35,593.00
3	\$35,593.00	\$11,380.82	\$1,491.35	\$12,872.16	\$24,212.18
4	\$24,212.18	\$11,857.67	\$1,014.49	\$12,872.16	\$12,354.51
5	\$12,354.51	\$12,354.51	\$517.65	\$12,872.16	-

Elaboración: Propia

COSTO DE PRODUCCIÓN Y GASTO DE OPERACIÓN

Datos:

Sacos 50 kg

año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
460	483	507	533	559

Costo de producción (Directos e Indirectos)

CONCEPTO	Unidad de Medida	COSTO ANUAL SIN IGV EN DÓLARES	IGV	COSTO ANUAL CON IGV EN DÓLARES
MATERIA PRIMA	Kg	\$10,125.47	\$1,822.58	\$11,948.05
MOD	Tm	\$607.53	\$109.36	\$716.88
CIF (Insumos)	Unidad	\$202.51	\$36.45	\$238.96
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$10,935.51	\$1,968.39	\$12,903.90

Elaboración: Propia

COSTOS DE EXPORTACIÓN			
CONCEPTO	COSTO ANUAL SIN IGV	IGV	COSTO ANUAL CON IGV
Flete Chiclayo - Paita	\$208.63	\$37.55	\$246.18
Operador logístico	\$22.03	\$3.96	\$25.99
Agente de Aduanas	\$22.03	\$3.96	\$25.99
Aforo físico	\$15.29	\$2.75	\$18.04
Certificado de Origen	\$16.95	\$3.05	\$20.00
Certificado Fitosanitario	\$12.96	\$2.33	\$15.29
Envío de documento	\$10.98	\$4.31	\$15.29
TOTAL COSTO DE EXPORTACIÓN	\$308.85	\$57.93	\$366.78

Elaboración: Propia

Gastos de Operación			
CONCEPTO	COSTO ANUAL SIN IGV EN DÓLARES	IGV	COSTO ANUAL CON IGV EN DÓLARES
I. GASTOS DE VENTAS	\$2,542.37	\$457.63	\$3,000.00
II. GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$6,126.88	\$1,102.84	\$7,229.72
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS	\$5,150.14	\$927.03	\$6,077.17
Gastos de oficina	\$81.60	\$14.69	\$96.29
Otros	\$895.14	\$161.13	\$1,056.27
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$8,669.25	\$1,560.47	\$10,229.72

Elaboración: Propia

	US\$ por año
Arbitrios municipales	
	\$31.03
Baja Policía	\$20.69
Alumbrado	\$10.34
Serenazgo	\$12.41
	\$74.47

Elaboración: Propia

PAGO AL FISCO

AÑO 1

IGV DE LOS EGRESOS	US\$ por año
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$1,822.58
GASTOS DE VENTAS	\$457.63
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$1,102.84
TOTAL	\$3,383.05

Elaboración: Propia

PRESUPUESTO ECONÓMICO

Precio de venta	\$159.50	\$159.50	\$159.50	\$159.50	\$159.50
Cantidad por año sacos 50 kg	460.0	483.0	507.2	532.5	559.1
DÓLARES	\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5

Elaboración: Propia

Presupuesto Económico

INGRESOS					
ventas	\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
Egresos					
I.-Costos de Producción o Costos de Fabricación	\$6,443.95	\$6,443.95	\$6,443.95	\$6,443.95	\$6,443.95
I.1 Costos directos	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48
I.1.2.-Mano de Obra Directa	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48
I.2 Costos indirectos	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69
I.2.2 Mano de obra indirecta	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69
I.3 Costos de exportación	\$366.78	\$366.78	\$366.78	\$366.78	\$366.78
II.-Gastos de Operación	\$10,229.72	\$10,229.72	\$10,229.72	\$10,229.72	\$10,229.72
II,1.-Gastos de Administración	\$7,229.72	\$7,229.72	\$7,229.72	\$7,229.72	\$7,229.72
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
.-Depreciación	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,358.67
.-Amortización por Cargas diferidas	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78
IV.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	-\$274.13	\$386.20	\$11,177.23	\$11,905.24	\$12,669.66
-PARTICIPACIÓN LABORAL	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
-Impuesto a la renta	\$14,839.09	\$15,921.30	\$17,057.62	\$18,250.75	\$19,564.34
TOTAL EGRESOS	\$37,266.17	\$39,008.71	\$50,936.05	\$52,857.20	\$54,729.11
SALDO	\$36,103.83	\$38,029.79	\$29,954.37	\$32,077.74	\$34,452.58

Elaboración: Propia

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
IGV de Ventas	\$13,206.60	\$13,866.93	\$14,560.28	\$15,288.29	\$16,052.70
- IGV DE Egresos (compras, contratación de servicios, otros)	\$3,383.05	\$3,383.05	\$3,383.05	\$3,383.05	\$3,383.05
Pago de IGV de las ventas menos los egresos	\$9,823.55	\$10,483.88	\$11,177.23	\$11,905.24	\$12,669.66
- IGV DE INVERSION	\$10,097.68	\$10,097.68	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IGV A PAGAR	-\$274.13	\$386.20	\$11,177.23	\$11,905.24	\$12,669.66

Elaboración: Propia

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS ECONÓMICO

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$73,370	\$77,039	\$80,890	\$84,935	\$89,182
- COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$6,444	\$6,444	\$6,444	\$6,444	\$6,444
- COSTOS DE EXPORTACIÓN	\$367	\$367	\$367	\$367	\$367
UTILIDAD BRUTA	\$66,559	\$70,228	\$74,080	\$78,124	\$82,371
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$10,230	\$10,230	\$10,230	\$10,230	\$10,230
Gastos de Ventas	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000
Gastos Administrativos	\$7,230	\$7,230	\$7,230	\$7,230	\$7,230
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$6,028	\$6,028	\$6,028	\$6,028	\$5,821
UTILIDAD OPERATIVA	\$50,302	\$53,971	\$57,822	\$61,867	\$66,320
- GASTOS FINANCIEROS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	\$50,302	\$53,971	\$57,822	\$61,867	\$66,320
PARTICIPACION LABORAL (10%)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$50,302	\$53,971	\$57,822	\$61,867	\$66,320
- IMPUESTO A LA RENTA (29.5 %)	\$14,839	\$15,921	\$17,058	\$18,251	\$19,564
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$35,463	\$38,049	\$40,765	\$43,616	\$46,755

Elaboración: Propia

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO

RUBROS CONTABLES	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$0.00	\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
I.1 Ingresos por ventas		\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
I.2 Recupero de K Trabajo						
I.3 Valor Residual						
II. EGRESOS	-\$84,743.30	-\$31,238.62	-\$32,981.16	-\$44,908.51	-\$46,829.66	-\$48,907.66
II.1. Inversión Total	-\$84,743.30					
II.2. Costos de Producción		-\$6,443.95	-\$6,443.95	-\$6,443.95	-\$6,443.95	-\$6,443.95
II.3. Costos de Exportación						
II.4. Gastos de Operación		-\$10,229.72	-\$10,229.72	-\$10,229.72	-\$10,229.72	-\$10,229.72
II.5. Participación Laboral		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
II.6. IGV a pagar		\$274.13	-\$386.20	-\$11,177.23	-\$11,905.24	-\$12,669.66
II.7. Impuesto a la Renta		-\$14,839.09	-\$15,921.30	-\$17,057.62	-\$18,250.75	-\$19,564.34
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-\$84,743.30	\$42,131.38	\$44,057.34	\$35,981.92	\$38,105.29	\$40,274.04
APORTE DE CAPITAL 100%	\$84,743.30					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$0.00	\$42,131.38	\$44,057.34	\$35,981.92	\$38,105.29	\$40,274.04
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$0.00	\$42,131.38	\$86,188.72	\$122,170.63	\$160,275.93	\$200,549.96
PRÉSTAMO	\$57,000.00					
AMORTIZACION PRESTAMO		\$10,563.78	\$10,966.26	\$11,384.08	\$11,817.81	\$12,268.07
INTERESES		\$2,171.70	\$1,769.22	\$1,351.41	\$917.67	\$467.41
ESCUDO FISCAL POR INTERESES(30%)		\$651.51	\$530.77	\$405.42	\$275.30	\$140.22
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-\$27,743.30	\$30,047.41	\$31,852.62	\$23,651.86	\$25,645.11	\$27,678.78

Elaboración: Propia

VANE	\$93,059	TIR	38.81%
VANF	\$123,282	TIR	102.70%

Elaboración: Propia

Datos	
Tasa libre riesgo	1.32%
Beta apalancada del sector "Frutos y hortalizas"	0.53
Riesgo Sector	4.3%
Riesgo País	1.32%
Deuda	S/. 57,000.00
Capital	S/. 27,743.30
Tasa interés CONTINENTAL	4%
Impuesto a la renta	29.50%

Elaboración: Propia

COK = 4.224700%

WACC = 4.07%

EQUILIBRIO ECONÓMICO

Datos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario sin IGV(PROMEDIO)	\$159.50	\$159.50	\$159.50	\$159.50	\$159.50
Producción anual	460	483	507	533	559

Elaboración: Propia

Costos Fijos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Gastos de Administración	\$7,229.72	\$7,229.72	\$7,229.72	\$7,229.72
Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Depreciación	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,564.76	\$2,358.67
Amortización por Cargas diferidas	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78	\$3,462.78
COSTO FIJO TOTAL	\$16,257.26	\$16,257.26	\$16,257.26	\$16,257.26	\$16,051.17

Elaboración: Propia

Costos Variables	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos directos	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48	\$1,454.48
Costos indirectos	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69	\$4,622.69
Impuestos	\$14,564.96	\$16,307.50	\$28,234.85	\$30,155.99	\$32,234.00
COSTO VARIABLE TOTAL	\$20,642.13	\$22,384.66	\$34,312.01	\$36,233.16	\$38,311.16
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$44.87	\$46.35	\$67.66	\$68.04	\$68.52

Elaboración: Propia

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio en unidades	142	144	177	178	176
Punto de equilibrio en dólares	\$22,621.72	\$22,915.78	\$28,233.18	\$28,352.34	\$28,139.48

Elaboración: Propia

ESTADO DE GANANCIA Y PÉRDIDA FINANCIERO

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$73,370	\$77,039	\$80,890	\$84,935	\$89,182
- COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$6,444	\$6,444	\$6,444	\$6,444	\$6,444
- COSTOS DE EXPORTACIÓN	\$367	\$367	\$367	\$367	\$367
UTILIDAD BRUTA	\$66,559	\$70,228	\$74,080	\$78,124	\$82,371
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$10,230	\$10,230	\$10,230	\$10,230	\$10,230
GASTOS DE VENTA	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000	\$3,000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$7,230	\$7,230	\$7,230	\$7,230	\$7,230
- DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG	\$3,463	\$3,463	\$3,463	\$3,463	\$3,463
UTILIDAD OPERATIVA	\$42,637	\$53,971	\$57,822	\$61,867	\$66,320
- GASTOS FINANCIEROS	\$2,172	\$1,769	\$1,351	\$918	\$467
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	\$40,465	\$52,201	\$56,471	\$60,949	\$65,852
PARTICIPACION LABORAL (10%)	\$4,047	\$5,220	\$5,647	\$6,095	\$6,585
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$36,419	\$46,981	\$50,824	\$54,854	\$59,267
- IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	\$10,744	\$13,859	\$14,993	\$16,182	\$17,484
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$25,675	\$33,122	\$35,831	\$38,672	\$41,783

Elaboración: Propia

TASA DE DESCUENTO

Datos para hallar la tasa de descuento

COK = Costo de oportunidad del capital COK (tasa de interés pasiva), se elige la mejor Tasa anual pasiva del banco según la SBS

COK = 4.22%

ra = Se elige la tasa de interés anual activa del Banco más conveniente según la SBS

ra = 3.81%

R = Tasa de Riesgo (Se elige la tasa de riesgo país para las inversiones)

R = 1.32%

Ka = Representa la proporción de la inversión financiada por terceros

Kp = Representa la proporción de la inversión financiada con aporte propio

T = Impuesto a la renta

T = 30%

TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA

$$dE = Kp * (COK + R) + Ka * ra$$

$$dE = \frac{\text{aporte propio}}{\text{inv. Total}} * (COK + R) + \frac{\text{préstamo}}{\text{inv. Total}} * ra$$

$$dE = \frac{27743.30}{84743.30} * 0.0554 + \frac{0.00}{84743.30} * 0.03810$$

$$dE = 0.327380467 * 0.0554 + 0 * 0.03810$$

$$dE = 0.018136878$$

1.8137 %

TASA DE DESCUENTO FINANCIERA

$$dF = Kp * (COK + R) + Ka * ra * (1 - t)$$

$$dF = \frac{\text{aporte propio}}{\text{inv. Total}} * (COK + R) + \frac{\text{préstamo}}{\text{inv. Total}} * ra * (1 - 0,295)$$

$$dF = \frac{27743.30}{84743.30} * 0.0554 + \frac{57000.00}{84743.30} * 0.03810 * 0.705$$

$$dF = 0.327380467 * 0.0554 + 0.672619533 * 0.03810 * 0.705$$

$$dF = 0.036203775$$

3.620377482 %

EVALUACIÓN ECONÓMICA

Flujo de caja económica

RUBROS CONTABLES	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$0.00	\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
II. EGRESOS	-\$84,743.30	-\$37,266.17	-\$39,008.71	-\$50,936.05	-\$52,857.20	-\$54,729.11
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-\$84,743.30	\$36,103.83	\$38,029.79	\$29,954.37	\$32,077.74	\$34,452.58
APORTE DE CAPITAL	\$84,743.30					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$0.00	\$36,103.83	\$38,029.79	\$29,954.37	\$32,077.74	\$34,452.58
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$0.00	\$36,103.83	\$74,133.62	\$104,088.00	\$136,165.74	\$170,618.32

Elaboración: Propia

TASA DE DESCUENTO ECONOMICA	0.01814	1.81%
-----------------------------	---------	-------

INDICADORES FINANCIEROS DE RENTABILIDAD

I. VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO

VANE = \$77,130

- Como el VANE es mayor que cero, entonces es conveniente invertir en el proyecto.
- El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

II. TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO

TIRE = 30%

TASA DE DESCUENTO (COK) 1.81%

- Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable económicamente.
- El proyecto tiene como rendimiento porcentual del 30% por un periodo 5 años.
- El VANE resulta cero cuando la TIRE es 30%.

III. RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO

B/C_E = $\frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$

B/C_E = $\frac{383584.41}{-306454.44}$

B/C_E = 1.25%

- El B/C_E es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable económica.
- El valor presente de los ingresos supera el valor presente de los egresos.
- Por cada dólar que se invierte se gana 0.56 centavos de dólar.

IV. INDICE DE RENTABILIDAD

$$\text{IR} = \frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$$

$$\text{IR} = \frac{161,873.27}{84743}$$

$$\text{IR} = \mathbf{1.91\%}$$

Si el índice de rentabilidad es mayor que uno significa que por cada dólar invertido le esta generando al proyecto una mayor rentabilidad.

EVALUCACIÓN FINANCIERA

Flujo de caja financiero

RUBROS CONTABLES	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$0.00	\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
II. EGRESOS	-\$84,743.30	-\$37,266.17	-\$39,008.71	-\$50,936.05	-\$52,857.20	-\$54,729.11
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-\$27,743.30	\$30,047.41	\$31,852.62	\$23,651.86	\$25,645.11	\$27,678.78
APORTE DE CAPITAL	\$27,743.30					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$0.00	\$30,047.41	\$31,852.62	\$23,651.86	\$25,645.11	\$27,678.78
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$0.00	\$30,047.41	\$61,900.03	\$85,551.89	\$111,197.00	\$138,875.77

Elaboración: Propia

TASA DE DESCUENTO FINANCIERA	0.03620	3.62%
------------------------------	----------------	-------

INDICADORES FINANCIEROS DE RENTABILIDAD

V. VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO

$$\text{VANF} = \$97,592.66$$

- Como el VANE es mayor que cero, entonces es conveniente invertir en el proyecto.
- El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

VI. TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO

$$\text{TIRF} = 102.70\%$$

$$\text{TASA DE DESCUENTO (COK)} 3.62\%$$

- Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento financiera, el proyecto es rentable financieramente.
- El proyecto tiene como rendimiento porcentual del 102.70% por un periodo 5 años.
- El VANF resulta cero cuando la TIRF es 102.70%.

VII. RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO

$$\text{B/C}_F = \frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$$

$$\text{B/C}_F = \frac{363586.36}{-294481.12}$$

$$\text{B/C}_F = 1.23\%$$

- El B/C_F es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable financieramente.
- El valor presente de los ingresos supera el valor presente de los egresos.
- Por cada dólar que se invierte se gana 0.55 centavos de dólar.

VIII. INDICE DE RENTABILIDAD

$$\text{IR} = \frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$$

$$\text{IR} = \frac{125,335.96}{27743}$$

$$\text{IR} = 4.52\%$$

Si el índice de rentabilidad es mayor que uno significa que por cada dólar invertido le está generando al proyecto una mayor rentabilidad.

CÁLCULO DEL PERIODO ECONÓMICO

RUBROS CONTABLES	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$0.00	\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
I.1 Ingresos por ventas		\$73,370.00	\$77,038.50	\$80,890.43	\$84,934.95	\$89,181.69
I.2 Recupero de K Trabajo						
I.3 Valor Residual						
II. EGRESOS	-\$84,743.30	-\$31,238.62	-\$32,981.16	-\$44,908.51	-\$46,829.66	-\$48,907.66
II.1. Inversión Total	-\$84,743.30					
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-\$84,743.30	\$42,131.38	\$44,057.34	\$35,981.92	\$38,105.29	\$40,274.04
APORTE DE CAPITAL	\$84,743.30					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$0.00	\$42,131.38	\$44,057.34	\$35,981.92	\$38,105.29	\$40,274.04
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$0.00	\$42,131.38	\$86,188.72	\$122,170.63	\$160,275.93	\$200,549.96

Elaboración: Propia

CPPK	0.01814	1.81%
-------------	---------	-------

Cálculo del período de recuperación del capital (PRC)

Periodo de recuperación del capital

Inversión total: \$84,743

PERIODO	FLUJO DE CAJA ECON.	F.A.S	F. caja actualizado
1	42131	0.982186	41380.86
2	44057	0.964690	42501.66
3	38105	0.947505	36104.95
4	38105	0.930626	35461.79
5	40274	0.914048	36812.42

Elaboración: Propia

Años	Proyecto	Recuperación	PRC	Años	Meses	Días
	-84,743.30	-84,743.30	2.047887	2.047887	24.574638	617
1	41,380.86	-43,362.44				
2	42,501.66	-860.78				
3	36,104.95	35,244.17				
4	35,461.79	70,705.96				
5	36,812.42	107,518.37				

Elaboración: Propia

El tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de: 2 años – 24.57 meses – 617 días.

CÁLCULO DEL PERIODO ECONÓMICO

RUBROS CONTABLES	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-\$27,743	\$30,047	\$31,853	\$23,652	\$25,645	\$27,679
APORTE DE CAPITAL	\$27,743					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$0	\$30,047	\$31,853	\$23,652	\$25,645	\$27,679
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$0	\$30,047	\$61,900	\$85,552	\$111,197	\$138,876

Elaboración: Propia

CPPK	0.03620	3.62%
-------------	---------	-------

Cálculo del periodo de recuperación del capital (PRC)

Periodo de recuperación del capital

Inversión total: \$27,743

PERIODO	FLUJO DE CAJA FINAN.	F.A.S	F. caja actualizado
1	30047	0.965061	28997.58
2	31853	0.931343	29665.72
3	25645	0.898803	23049.90
4	25645	0.867400	22244.56
5	27679	0.837094	23169.73

Elaboración: Propia

Años	Proyecto	Recuperación	PRC	Años	Meses	Días
0	-27,743.30	-27,743.30	0.956745	0.956745	11.480944	344
1	28,997.58	1,254.28				
2	29,665.72	30,920.00				
3	23,049.90	53,969.90				
4	22,244.56	76,214.46				
5	23,169.73	99,384.20				

Elaboración: Propia

El tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de: 1 años – 11.48 meses – 344 días.

CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA

1. Como el VANE es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto.
2. El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.
3. Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable.
4. El proyecto tiene un rendimiento porcentual del 30% por un periodo de 5 años.
5. El VANE resulta cero cuando la TIRE es 30%
6. El periodo de recuperación del capital es de 2 años – 24.57 meses – 617 días.

SE RECOMIENDA APLICAR EL PROYECTO.

CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Como el VANF es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto.
2. El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.
3. Como la TIRF es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable.
4. El proyecto tiene un rendimiento porcentual del 102.70% por un periodo de 5 años.
5. El VANF resulta cero cuando la TIRF es 102.70%
6. El periodo de recuperación del capital es de 1 años – 11.48 meses – 344 días.

SE RECOMIENDA APLICAR EL PROYECTO.

V. CONCLUSIONES

- En conclusión, la elaboración de un plan de exportación para la empresa Food Export Norte SAC será beneficioso para buscar nuevos mercados y potenciales clientes, logrando así mejorar puntos como imagen, competitividad y liquidez.
- Teniendo en cuenta que la empresa necesita un plan de marketing más sólido, concluimos que una revista con los datos de todos los productos que exportan sería una manera de captar al cliente, poder utilizar más seguido el marketing promocional comunicativo ayudaría en gran manera a la empresa.
- La apertura de nuevos mercados conlleva a realizar estudios e investigaciones de manera macro y micro con relación a los productos de la empresa Food Export Norte S.A.C., por ello concluimos que la propuesta de un instructivo de un punto importante como es la decisión de vender como marca blanca o marca propia y ayudará a la empresa a medir ventajas y desventajas en el mercado meta.

VI. RECOMENDACIONES

- Food Export debe reforzar sus áreas de comercio exterior con la intención de buscar nuevos mercados para así mejorar su oferta exportable.
- Emplear las herramientas de marketing con más frecuencia e invertir en ello para así lograr un mejor conocimiento de sus productos como también mayor interacción empresa – cliente.
- La empresa Food Export debe analizar las necesidades de los mercados que ya exporta, además de los posibles mercados objetivos, es por ello que se recomienda valorar la propuesta del instructivo para tomar decisiones de exportar con marca propia.

REFERENCIAS

- Alarcón, P. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE CAFE GRANO VERDE AL MERCADO DE ALEMANIA DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA JUAN ALBACETE LTDA, 2017-2022*. (Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú). <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5058/Alarc%C3%B3n%20P%C3%A9rez%20Rosa%20Liliana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bello, L.; Vázquez, R. y Trespacios, J.A. (2005): *Investigación de mercados*. Ed. Cívitas. Madrid. <https://www.marcialpons.es/libros/investigacion-de-mercados/9788497323772/>
- CALDERÓN APAÉSTEGUI, S. L. (2016). *Estudio de pre-factibilidad para la exportación de frijol castilla a Estados Unidos*”, Trujillo, Perú. (Tesis para optar el título profesional de ingeniero industrial, Universidad Nacional de Trujillo). <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5275/CALDER%C3%93N%20APA%C3%89STEGUI%2C%20SERGIO%20LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carpio Huancas. Y.G, López Cruz, S.V. (2020) *PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL DE PALO A LOS ESTADOS UNIDOS DE LA EMPRESA ALPES CHICLAYO S.A.C.* (Tesis de Pregrado, Universidad Juan Mejía Baca Chiclayo, Perú). <http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/152/1/CARPIO%20y%20%20L%c3%93PEZ%20-%20%20TESIS.pdf>
- Chanta, G. (2018). *Plan de negocios para la exportación de frijol caupí a Estados Unidos en la empresa Molisam S.A.C. Lambayeque, 2017 - 2021*. (Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú). <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/5471>

- Chupillon, C. N. (2017). *Exportación del frijol castilla de la empresa ALISUR S.A.C al mercado de Estados Unidos – 2015*. (Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú). <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/6896>
- CONACYT (2014). Plan de negocios. Obtenido. <https://es.scribd.com/document/288503138/Plan-de-Negocios-Conacyt-2014>
- Gaspar Pérez, Natalia. (2013). *Medidas arancelarias y no arancelarias del comercio internacional*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. <file:///C:/Users/Andony/Downloads/DialnetMedidasArancelariasYNoArancelariasDelComercioInter-4714279.pdf>
- Gil, L. (2015). El Plan de Negocios. Obtenido de http://cursa.ihmc.us/rid=1121284913140_2078301270_1638/anexo%201coment3.pdf
- Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C. y María del Pilar Baptista, Lucio. (2010) *Metodología de la investigación (Ed.5)*, México.J, Mares Chacón. ¿Cuáles son los tipos de diseños no experimentales? Diseños no experimentales (pp.151-152). McGraw-Hill Interamericana, https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Huayhua Flores. B. E, Lino Caldas. S. Y, Rossi Valle. Y. I. (2016) “*Exportación de frijol variedad zarandaja enlatado al estado de Florida – Estados Unidos de Norteamérica*”. (Tesis de Pregrado, Universidad tecnológica del Perú, Lima, Perú). <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/UTP/694>
- JIMÉNEZ PANEQUE, ROSA. (1998) *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN ELEMENTOS BÁSICOS PARA LA INVESTIGACIÓN CLÍNICA (Ed)*, Cuba. Clasificación de la investigación (pp.12). Editorial Ciencias Médicas, La Habana. http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/bioestadistica/metodologia_de_la_investigacion_1998.pdf

Koo, W. (2020, 6 de octubre). *Frejol Canario Perú Exportación 2020 Setiembre*.
<https://www.agrodataperu.com/2020/10/frejol-canario-peru-exportacion-2020-septiembre.html>

Lavaggi Jacobs.L. J,Mori Pereyra.G.P, y Rozas Guevara, M, G. (2016). "PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE ORGÁNICO" (Trabajo de Investigación presentado para optar al Grado Académico de Magíster en Administración, Universidad Pacifico del Perú,Lima)
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1520/Luis_Tesis_maestria_2016.pdf?sequence=1

LEON CHIMBO, L.I (2017). *PLAN DE EXPORTACIÓN DE GELATINA DE MANGO AL MERCADO DE REINO UNIDO*. (Tesis de pregrado, UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, Ecuador).
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1645/1/T-ULVR-0694.pdf>

MINCETUR (2020). Exportaciones de diez regiones del Perú crecieron entre enero y julio del 2020.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/300981-exportaciones-de-diez-regiones-del-peru-crecieron-entre-enero-y-julio-del-2020>

Muñiz Gonzales, R. (2014). *Marketing en el siglo XXI*. Centro de Estudios Financieros (5 edición).
http://pdfi.cef.es/marketing_en_el_siglo_xx1_freemium/files/assets/commo_n/downloads/publication.pdf

Páramo Renza, Luis Alberto (2017). *Proceso de Exportaciones*, / Bogotá D.C., Fundación Universitaria del Área Andina.
<https://core.ac.uk/download/pdf/326424075.pdf>

PromPerú. (2020). *Exportaciones Perú Julio 2020*.

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/315971149radCA7BE.pdf>

Quecedo Lecanda, R. y Castaño Garrido, C. (2002). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*. Dpto. Didáctica y Organización Escolar (Ed.), España. Revista de Psicodidáctica (pp.10). Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Regalado Fernández, Y. (2018) ESTRATEGIAS DE GESTIÓN COMERCIAL PARA MEJORAR LA EXPORTACIÓN DEL FRIJOL DE PALO A ESTADOS UNIDOS PARA LA EMPRESA “ALPES CHICLAYO SAC”, PERIODO 2018-2020. (Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú). [file:///C:/Users/Andony/Downloads/YULIANA%20REGALADO%20FERNANDEZ.%20\(18\).pdf](file:///C:/Users/Andony/Downloads/YULIANA%20REGALADO%20FERNANDEZ.%20(18).pdf)

Rodríguez Jiménez, A. y Pérez Jacinto, A, O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento (Ed.82)*, Colombia. Revista de Escuela de Administración de Negocios (pp.9). Universidad EAN Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Rodríguez Jiménez, A. y Pérez Jacinto, A, O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento (Ed.9)*, Colombia. Revista de Escuela de Administración de Negocios (pp.10). Universidad EAN Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Rodríguez Jiménez, A. y Pérez Jacinto, A, O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento (Ed.82)*, Colombia. Revista de Escuela de Administración de Negocios (pp.11). Universidad EAN Bogotá, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

RRP (2019). El Perú y el Reino Unido firmaron Acuerdo Comercial para mantener relaciones tras Brexit. Obtenido de RRP:

<https://rpp.pe/economia/economia/el-peru-y-el-reino-unido-firmaron-acuerdo-comercial-para-mantener-relaciones-tras-brexit-noticia-1197147>

Sancán, M. (2015). *“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE DERIVADOS DE ALMENDRA HACIA EL MERCADO ARGENTINO.”*. (Tesis de pregrado, UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABI”, Manta, Ecuador).
<https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/251/1/ULEAM-COM-0020.pdf>

Sánchez, Y. (2015). Plan de negocios para la exportación de trufas frescas a Estados Unidos. Santiago de Chile, Chile. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/134794/Plan-de-negocioexportacion-de-trufas-frescas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SIICEX. (2020). *Guía de mercado Multisectorial Reino Unido*.

http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=812.72400

Villamar Mendoza, M. (2016). *PLAN DE EXPORTACIÓN DE SEMILLAS DE CHÍA AL MERCADODE LONDRES, REINO UNIDO*. (Tesis de pregrado, Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Ecuador).
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1258/1/T-ULVR-1118.pdf>

Vizcarra, S. (2015). *“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ DE MISHASHO EN LA CIUDAD DE CHANCHAMAYO PARA SU EXPORTACIÓN AL MERCADO DE ESTOCOLMO (SUECIA), 2015.*
http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/2062/40.0980_CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Weinberger, K. (2009). Plan de negocios. Lima. Obtenido de http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf

ANEXOS

Cuadro de Operacionalización

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
PLAN DE NEGOCIOS	Análisis de Producción	- Producto	3	Entrevista
		- Proveedores	1	
		- Capacidad de Acopio	2	
	Análisis de Mercado	- Oferta	1	Análisis Documental
		- Demanda		
		- Crecimiento de la Producción del Frijol Canario	2	
		- Acuerdos comerciales	3	
	Plan Estratégico	- Misión	6	Entrevista
		- Visión		
		- Objetivos		
		- Valores		
		- FODA	7	
Plan Organizacional	- Organigrama	8		
	- Plan de Recursos Humanos			
Plan Financiero	- Viabilidad de la Exportación (VAN y TIR)			
	- Periodo de Recuperación			

EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO	Acceso al Mercado	- Mercado Meta	4 (Entrevista)	Análisis Documental Entrevista	
		- Requisitos de Acceso	9 (Entrevista)		
		- Certificaciones	4 (Hoja de cotejo)		
		- Ferias	10 (Entrevista)		
	Producto	- Análisis del producto	5 (Entrevista)		
		- Partida Arancelaria	5 (Hoja de cotejo)		
		- Beneficios	11		
	Distribución Física Internacional	- Canales de distribución	12		Análisis Documental Entrevista
		- Documentación	4 (Hoja de cotejo)		
		- Incoterms	13		

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
TÉCNICA DE REVISIÓN DOCUMENTARIA
HOJA DE COTEJO**

Objetivo. – Recolectar información relacionada con la exportación de frijol canario.

1. ¿Cuál es la oferta y demanda del frijol canario al mundo?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Cuál es crecimiento que ha tenido el frijol canario en estos últimos 5 años?

.....
.....
.....
.....

3. ¿Qué acuerdos hay entre Perú y Reino Unido? ¿Estos acuerdos benefician a la exportación entre estos dos países?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Con qué certificaciones debería contar el producto al llegar a Reino Unido?

.....
.....
.....
.....

5. ¿Cuál es la partida arancelaria del frijol canario?

.....
.....
.....
.....

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
TÉCNICA DE ENTREVISTA
GUIA DE ENTREVISTA

Objetivo. – Recolectar información relacionada con la exportación de frijol canario.

1. ¿Cuántos proveedores cuenta la empresa y dónde se encuentran?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Cuánto es su capacidad de acopio?

.....
.....
.....
.....

3. ¿Por qué exportar frijol canario?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Por qué la empresa tiene como objetivo exportar al Reino Unido?

.....
.....
.....
.....

5. ¿Cuáles son las expectativas que tienen con el frijol canario?

.....
.....
.....
.....

6. ¿Cuál es la misión, visión, objetivos y valores de la empresa?

.....
.....
.....
.....

7. Explicar el análisis FODA y la estructura de la empresa

.....
.....
.....
.....

8. ¿Posee un plan de recursos humanos? ¿De qué manera funciona?

.....
.....
.....
.....

9. ¿Posee conocimientos sobre los son los principales requisitos técnicos que le exige Reino Unido para exportar frijol de Canario? ¿De qué tipo son (Calidad, etiquetado, etc.)?

.....
.....
.....
.....

10. ¿Han ido alguna feria o qué ferias conoce?

.....
.....
.....
.....

11. ¿Con qué beneficios cuenta este producto?

.....
.....
.....
.....

12. ¿Qué procesos usan ustedes para la exportación del producto frijol canario?

.....
.....
.....
.....

13. ¿Qué incoterms cree usted que es el indicado para la exportación de frijol canario?

.....
.....
.....
.....

Autorización para el recojo de información



Calle Arequipa Norte N° 254
Urb. Patazca - Chiclayo
Lambayeque - Perú
Teléfono: 074-270887

AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Chiclayo, 24 de septiembre de 2020

Atención:

Dr. Hugo Espinoza Rodríguez
Director de Escuela de Negocios Internacionales
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

ASUNTO: Autorización para recojo de información pertinente en función del proyecto de Investigación, denominado: "Plan de Negocio para la Exportación de Frijol Canario al Mercado de Reino Unido de la Empresa Food Export - 2021"

Por el presente, el que suscribe, Sr. Wilder Quiroz Ramirez Gerente General de la empresa Food Export Norte SAC, **AUTORIZO** a los alumnos: Julio Javier Aarom Diaz Herrera, identificado con DNI N° 73770928 y Andony Smith Correa Martinez identificado con DNI N° 71548030, estudiantes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales., y autor(s) del trabajo de investigación denominado: "Plan de Negocio para la Exportación de Frijol Canario al Mercado de Reino Unido de la Empresa Food Export - 2021", al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de pregrado, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente,

Sr. Wilder Quiroz Ramirez
Gerente General

www.foodexportperu.com

CARTILLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Solicitud

Estimado (a) señor (a): Mg. Rocero Salazar, Cesar Ricardo.

Motiva la presente el solicitar su valiosa colaboración en la revisión del instrumento anexo, el cual tiene como objetivo de obtener la validación de contenido del instrumento de investigación: fichas de cotejo, que se aplicará para el desarrollo de la tesis con fines de titulación, denominada "PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO AL MERCADO DE REINO UNIDO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT – 2021"

Acudo a usted debido a sus conocimientos y experiencias en la materia, los cuales aportarían una útil y completa información para la culminación exitosa de este trabajo de investigación.

Gracias por su valioso aporte y participación.

Atentamente,



Correa Martinez, Andony Smith
N° DNI: 71548030



Díaz Herrera, Julio Javier Aarom
N° DNI: 73770928

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

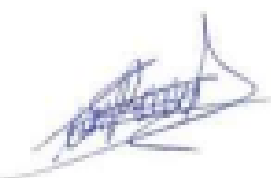
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Hojas de cotejo.	
Objetivo:	Recolección de datos y así analizar los indicadores de exportación que permitirán la obtención de información relevante e importante para la elaboración del proyecto.	
Dirigido a:	A la recolecta información y dar solución a la problemática por medio de herramientas tecnológicas Silcex, Sunat, Trade Map, Procolombia Etc, que nos brindan información específica para cumplir con las variables del proyecto.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Rocero Salazar, Cesar Ricardo	
Documento de Identidad:	44308266	
Grado Académico:	Maestro en Administración de Negocios - MBA	
Especialidad:	Negocios Internacionales	
Experiencia Profesional (años):	9 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		



.....
MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de Entrevista	
Objetivo:	Formular preguntas abiertas y concisas para obtener la información necesaria sobre la problemática existente de la empresa con la finalidad de llegar a la solución de la problemática.	
Dirigido a:	Área administrativa, específicamente a tres personas.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Rocero Salazar, Cesar Ricardo	
Documento de Identidad:	44308266	
Grado Académico:	Maestro en Administración de Negocios - MBA	
Especialidad:	Negocios Internacionales	
Experiencia Profesional (años):	9 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		



MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
								Relación entre:								
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO									
PLAN DE NEGOCIOS	Análisis de Producción	- Producto - Proveedores - Capacidad de acopio						X		X		X				
	Análisis de Mercado	- Oferta - Demanda - Crecimiento de la Producción del Frijol Canario - Acuerdos comerciales						X		X		X				
	Plan Estratégico	- Misión - Visión - Objetivos - Valores - FODA						X		X		X				
	Plan Financiero	- Viabilidad de la Exportación (VAN y TIR) - Período de Recuperación						X		X		X				
	Plan Organizacional	- Organigrama - Plan de Recursos Humanos						X		X		X				

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
								Relación entre:								
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO									
EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO	Acceso al Mercado	- Mercado Meta - Requisitos de Acceso - Certificaciones - Ferias						X		X		X				
	Producto	- Análisis del producto - Partida Arancelaria - Beneficios						X		X		X				
	Distribución Física Internacional	- Canales de distribución - Documentación - Incoterms						X		X		X				

Grado, Nombre y Firma del jurado:



MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Nombre del instrumento:	Guía de Entrevista	
Objetivo:	Formular preguntas abiertas y concisas para obtener la información necesaria sobre la problemática existente de la empresa con la finalidad de llegar a la solución de la problemática.	
Dirigido a:	Área administrativa, específicamente a tres personas.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Mg. Esgard Loyre Martinez Montenegro.	
Documento de Identidad:	16723817	
Grado Académico:	Magister	
Especialidad:	Administración de Negocios-MBA	
Experiencia Profesional (años):	23	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
Sugerencia:		

SUB CAFAE-SE LAMBAYEQUE

C.P. ESGARD MARTINEZ MONTENEGRO

Grado, Nombre y Firma del jurado

Nombre del Instrumento:	Guía de Entrevista	
Objetivo:	Formular preguntas abiertas y concisas para obtener la información necesaria sobre la problemática existente de la empresa con la finalidad de llegar a la solución de la problemática.	
Dirigido a:	Área administrativa, específicamente a tres personas.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Mg. Esgard Loyre Martínez Montenegro.	
Documento de Identidad:	16723817	
Grado Académico:	Magister	
Especialidad:	Administración de Negocios-MBA	
Experiencia Profesional (años):	23	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
Sugerencia:		

SUB CAFAE-SE LAMBAYEQUE



 C.P.C. ESGARD MARTÍNEZ MONTENEGRO

Grado, Nombre y Firma del jurado.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
								Relación entre:				
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
PLAN DE NEGOCIOS	Análisis de Producción	- Producto - Proveedores - Capacidad de acopio					X	X	X	X		
	Análisis de Mercado	- Oferta - Demanda - Crecimiento de la Producción del Frijol Canario - Acuerdos comerciales					X	X	X	X		
	Plan Estratégico	- Misión - Visión - Objetivos - Valores - FOEA					X	X	X	X		
	Plan financiero	- Viabilidad de la Exportación (VAN y TIR) - Periodo de Recuperación					X	X	X	X		
	Plan Organizacional	- Organigrama - Plan de Recursos Humanos					X	X	X	X		

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
								Relación entre:				
				VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO	Acceso al Mercado	- Mercado Meta - Requisitos de Acceso - Certificaciones - Tarifas					X	X	X	X		
	Producto	- Análisis del producto - Partida Arancelaria - Beneficios					X	X	X	X		
	Distribución Física Internacional	- Canales de distribución - Documentación - Incoterms					X	X	X	X		

Grado, Nombre y Firma del jurado:

SUB CAFAE-SE LAMBAYEQUE

 JOSÉ VÍCTOR MANTECÓN
 PRESIDENTE

CARTILLA DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Hojas de cotejo.	
Objetivo:	Recolección de datos y así analizar los indicadores de exportación que permitirán la obtención de información relevante e importante para la elaboración del proyecto.	
Dirigido a:	A la recolecta información y dar solución a la problemática por medio de herramientas tecnológicas de inteligencia comercial.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Juana Graciela Palma Vallejo	
Documento de Identidad:	46853518	
Grado Académico:	Master of Business Administration - MBA	
Especialidad:	Administración en Negocios Turismo y Negocios Marketing Turístico	
Experiencia Profesional (años):	6 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		



MBA. Juana Graciela Palma Vallejo
ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS
TURISMO Y NEGOCIOS
CET - Lima N° 133


MBA. Juana Graciela Palma Vallejo

DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de Entrevista	
Objetivo:	Formular preguntas abiertas y concisas para obtener la información necesaria sobre la problemática existente de la empresa con la finalidad de llegar a la solución de la problemática.	
Dirigido a:	Área administrativa, específicamente a tres personas.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Juana Graciela Palma Vallejo	
Documento de Identidad:	46853518	
Grado Académico:	Master of Business Administration - MBA	
Especialidad:	Administración en Negocios Turismo y Negocios Marketing Turístico	
Experiencia Profesional (años):	6 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		


 MBA. Juana Graciela Palma Vallejo
 ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS
 TURISMO Y NEGOCIOS
 CIE - Lima N° 123
 MBA. Juana Graciela Palma Vallejo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
								Relación entre:								
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO									
PLAN DE NEGOCIOS	Análisis de Producción	- Producto - Proveedores - Capacidad de acople						X		X		X				
	Análisis de Mercado	- Oferta - Demanda - Crecimiento de la Producción del Frijol Canario - Acuerdos comerciales						X		X		X				
	Plan Estratégico	- Misión - Visión - Objetivos - Valores - FODA						X		X		X				
	Plan financiero	- Viabilidad de la Exportación (VAN y TIR) - Periodo de Recuperación						X		X		X				
	Plan Organizacional	- Organigrama - Plan de Recursos Humanos						X		X		X				

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
								Relación entre:								
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ÍTEM		ÍTEM Y OPCIÓN RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO									
EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO	Acceso al Mercado	- Mercado Meta - Requisitos de Acceso - Certificaciones - Ferias						X		X		X				
	Producto	- Análisis del producto - Partida Arancelaria - Beneficios						X		X		X				
	Distribución Física Internacional	- Canales de distribución - Documentación Incoterms						X		X		X				


 MBA Juana Graciela Palma Vallejo
 ADMINISTRACIÓN EN RELACIONES
 EMPRESARIALES Y NEGOCIOS
 CUI - Lista N° 123
 MBA Juana Graciela Palma Vallejo

VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Estimado Mg. Rocero Salazar César Ricardo

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada **“Plan de Negocio para la exportación de frijol canario al mercado de Reino Unido de la empresa Food Export Norte S.A.C. - 2021”**
Realizado por: Correa Martínez Andony Smith, Díaz Herrera Julio Javier Aarom.

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

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

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

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción					
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada	X				
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.	X				
II.	Estructura de la Propuesta					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.	X				
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.	X				
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.	X				
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.	X				
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.	X				
III	Fundamentación teórica					

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

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

Validado por el Magister: Rocero Salazar Cesar Ricardo

Especializado: Proyectos y desarrollo de trabajos de investigación

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: 08 años

Cargo Actual: Docente a Tiempo Completo.

Fecha: ...28 de Junio del 2021...



Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo.

DNI N° 44308266

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA (NIVEL DE INVESTIGACIÓN)	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>¿De qué manera un plan de negocios beneficiara a la empresa Food Export con la exportación de frijol canario al Reino Unido-2021?</p> <p>Un mercado que la empresa seleccionada para la exportación es Reino Unido, se encuentra generando de productos nutritivos y orgánicos, esto obliga a los proveedores de frijol canario a innovar en sus propuestas y cumplir con las certificaciones requeridas debido a los</p>	<p>Objetivo General</p> <p>PROPONER UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE FRIJOL CANARIO AL MERCADO DE REINO UNIDO DE LA EMPRESA FOOD EXPORT – 2021.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Describir la situación actual de la empresa Food Export Norte S.A.C. •Analizar las exportaciones de legumbres del Perú en el año 2020. •Elaborar un plan de negocios al Reino Unido para la empresa Food Export Norte S.A.C. 	<p>POR QUÉ</p> <p>Por los diversos tratados que el país mantiene con el reino unido tiene con el país permitiendo el cobro de arancel 0 en algunos productos y esto generar nuevas oportunidades de mercado a la empresa. Logrando mayores exportación y crecimiento económico</p> <p>PARA QUÉ</p> <p>Con el propósito de expandirse en el mercado del Reino Unido y dinamizarse en sus productos con el objetivo de posicionarse.</p> <p>A QUIÉNES BENEFICIA</p> <p>A QUÉ BENEFICIA</p> <p>Directamente a la empresa por las nuevas ventanas de crecimiento</p>	<p>LISTADOS DE TEMAS Y SUBTEMAS</p> <p>Analizar tendencias de los consumidores.</p> <p>Investigar las Exportaciones de los últimos años.</p> <p>Analizar los países que más exportan e importan.</p> <p>Describir los tipos de exportación, las barreras de y los procesos del producto.</p> <p>Describir las exportaciones</p>	<p>La creación de este plan de negocio pretende demostrar que la manera adecuada de investigación y el análisis correcto de las diversas herramientas de inteligencia comercial lograrán identificar la viabilidad el proyecto de investigación con el objetivo de mejorar la Exportación del Frijol de Canario en los Estados Unidos en los periodos 2021 para la Empresa Foodexport</p>	<p>Plan de exportación.</p>	<p>Mercado meta</p> <p>Requisitos de acceso</p> <p>Certificaciones</p> <p>Ferias</p> <p>Análisis del producto.</p> <p>Partida arancelaria</p> <p>Beneficios</p> <p>Canales de distribución</p> <p>Análisis del producto</p> <p>Partida arancelaria</p> <p>Beneficios</p> <p>Canales de distribución</p>	<p>PROPOSITIVA</p>	<p>PREGUNTAS. ENTREVISTAS</p> <p>HOJA DE COTEJO</p>

altos estándares de calidad de dicho país.		generando oportunidades como nuevos empleos y mejores pagos para los agricultores.	s de Food Export.			Documentación Incoterms		
--	--	--	-------------------	--	--	----------------------------	--	--

Elaboración: Propia

INFORME DE ORIGINALIDAD

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%	8%	0%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	rpp.pe Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Trabajo del estudiante	1%
4	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1%
5	www.gob.pe Fuente de Internet	<1%
6	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%