



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE
HARINA DE LOCHE AL MERCADO DE EEUU, DE
LA PROCESADORA MUCHICK S.A –
LAMBAYEQUE 2020.**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autor:

Bach. Fernandez Centurion Emely Marlit
<https://orcid.org/0000-0002-1492-1439>

Asesor:

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo
<https://orcid.org/0000-0002-1555-7851>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y emprendimiento

Pimentel- Perú

2020

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE HARINA DE
LOCHE AL MERCADO DE EEUU, DE LA PROCESADORA
MUCHICK S.A – LAMBAYEQUE 2020.**

Aprobación del Jurado

Asesor

Mg.

Presidente del Jurado de Tesis

Mg.

Secretario del Jurado de Tesis

Mg.

Vocal del Jurado de Tesis

DEDICATORIA

Doy este trabajo primero a Dios porque me dio las personas y el ambiente que necesitaba para crecer y me ha ayudado a lo largo de mi vida hasta ahora.

A mi familia, en especial a mis padres, quienes me apoyaron incondicionalmente y me dieron consejos que me hicieron ser quien soy hoy.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis profesores que supieron orientarme y brindarme las herramientas y conocimientos necesarios para enfrentar las adversidades laborales que pueda encontrar en mi carrera.

Gracias a mis amigos por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera.

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE HARINA DE LOCHE AL MERCADO DE EEUU, DE LA PROCESADORA MUCHICK S.A – LAMBAYEQUE 2020.

Fernandez Centurion Emely Marlit¹

El objetivo general de este estudio es proponer un plan de negocios para la exportación de harina Rockwell al mercado estadounidense con fines de investigación. Esta investigación utilizó ciertas técnicas y herramientas de recolección de datos, entre ellas: Revisión de documentos, entrevistas, encuestas y observaciones, para establecer la veracidad de la situación actual de la empresa Muchick S.A. Los resultados fueron: Identificar las causas de los problemas actuales de Muchick SA y determinar los beneficios significativos esperados que tendría la propuesta para Muchick SA.

Palabras clave: Exportación, Harina, Mercado, Loche, Plan.

¹Adscrita a la Escuela Académica de Ingeniería Industrial Pregrado. Universidad Señor de Sipan. Pimentel, Perú, email: i@crece.uss.edu.pe Código ORCID: <https://>

ABSTRACT

The general objective of this study is to propose a business plan for the export of Rockwell flour to the US market for research purposes. This investigation used certain data collection techniques and tools, among them: Review of documents, interviews, surveys and observations, to establish the veracity of the current situation of the company Muchick S.A. The results were: Identify the causes of the current problems of Muchick SA and determine the expected significant benefits that the proposal would have for Muchick SA.

Key Words: Export, Flour, Market, Loche, Plan

ÍNDICE

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	i
TESIS.....	i
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE HARINA DE LOCHE AL MERCADO DE EEUU, DE LA PROCESADORA MUCHICK S.A – LAMBAYEQUE 2020.	I
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE HARINA DE LOCHE AL MERCADO DE EEUU, DE LA PROCESADORA MUCHICK S.A – LAMBAYEQUE 2020.	II
APROBACIÓN DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.1.1 Nivel Internacional.....	11
1.1.2 Nivel Nacional	12
1.1.3 Nivel Local.....	13
1.2. Trabajos previos	14
1.2.1. Nivel Internacional.....	14
1.2.2. Nivel Nacional	14
1.2.3. Nivel Local.....	16
1.3. Teorías relacionadas al tema	17
1.3.1. Plan de negocios	17
1.3.2. Exportación.....	19
1.4. Formulación del Problema	20
1.5. Justificación e importancia del estudio	21

1.6.	Hipótesis.....	21
1.7.	Objetivos.....	21
II.	MATERIAL Y MÉTODO.....	23
2.1.	Tipo y Diseño de investigación	23
2.2.	Variables, Operacionalización	23
2.3.	Población y muestra.....	25
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.5.	Procedimiento de análisis de datos	26
2.6.	Criterios éticos	26
2.7.	Criterios de rigor científico	26
III.	RESULTADOS.....	28
3.1	Tablas y figuras	28
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	39
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	41
	REFERENCIAS.....	43
	ANEXOS.....	44
	ANEXO 1.....	45
	ANEXO 2.....	47
	ANEXO 3.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Etapas para formular planes de negocio</i>	18
Figura 2: <i>Funciones del plan de negocio</i>	19
Figura 3: <i>Materia prima de la empresa Muchick SA</i>	28
Figura 4: <i>La empresa Muchick SA con otras empresas</i>	29
Figura 5: <i>Conocimiento de la empresa Muchick SA con otras empresas</i>	30
Figura 6: <i>Capacidad de la empresa Muchick SA con otras empresas</i>	31
Figura 7: <i>Sistema de inventarios de la empresa Muchick SA</i>	32
Figura 8: <i>Costos de almacenaje de la empresa Muchick SA</i>	33
Figura 9: <i>Almacenes de la empresa Muchick SA</i>	34
Figura 10: <i>Trnasporte de la empresa Muchick SA</i>	35
Figura 11: <i>Estrategias de la empresa Muchick SA</i>	36
Figura 12: <i>Recursos financieros de la empresa Muchick SA</i>	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Operacionalización de variables</i>	24
Tabla 2: <i>Materia prima</i>	28
Tabla 3: <i>Empresas exportadoras</i>	29
Tabla 4: <i>Conocimiento</i>	30
Tabla 5: <i>Capacidad</i>	31
Tabla 6: <i>Inventarios</i>	32
Tabla 6: <i>Costos</i>	33
Tabla 8: <i>Almacén</i>	34
Tabla 9: <i>Transporte</i>	35
Tabla 10: <i>Estrategias</i>	36
Tabla 11: <i>Recursos financieros</i>	37

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

1.1.1 Nivel Internacional

Espinoza (2015), señala que, según el Banco Central del Ecuador, solo proporcionan información sobre las calabazas y la exportación de zapallos bajo diferentes variedades de estados secos y deshidratados. El principal socio comercial para las exportaciones de calabaza es Estados Unidos; en 2009, el país Exportó alrededor de 529 toneladas de calabazas deshidratadas. Se exportaron 48 toneladas al segundo destino más popular, los Países Bajos.

Carrera (2016), muestra que no hay duda de que, para algunos fabricantes, el mercado estadounidense (EE. UU.) Se ha convertido en el objetivo de las exportaciones de productos. A medida que buscan mayores ganancias y aumentan los ingresos, esto requiere más y más poder. La empresa Panamá Squash, la cual ha exportado 25 contenedores de zapallo a Miami. El zapallo (o la calabaza), que es cosechado en la provincia de Herrera, Los Santos y Coclé, es enviado en contenedores en bolsas de 40 libras, que son vendidas a \$11, y cajas de 45 libras, a un costo de \$13. Desde el 2006 a la fecha, la empresa Panamá Squash ha exportado 452 contenedores a EE.UU., lo que representa un envío de 45 por año, un contenedor por semana, con capacidad para 1,150 de estas cucurbitáceas, que se cosechan en tres estilos: zapallo criollo, calabaza de pico y la arjuna.

Según Fresh Plaza (2016), menciona que Chile está promoviendo la exportación de calabazas de la variedad Kovacha de pequeños agricultores en la región de O'Higgins a los Estados Unidos, acortando así el ciclo de ventas y beneficiando directamente a los productores. Creemos firmemente que este producto es más propicio para el lanzamiento de nuestro fabricante. Hoy, los esfuerzos realizados por Pro Chile en particular se centran en encontrar

compradores a precios razonables para beneficiar nuestra agricultura a pequeña escala.

1.1.2 Nivel Nacional

Según Agraria (2018), indica que en el Perú exportó 4.600 toneladas de calabazas. A lo largo de 2017, el envío de este producto fue de 6,800 toneladas. De manera similar, SENASA señaló que la principal área de producción y exportación de calabazas en China es Tacna, mientras que el principal mercado de destino es Chile. Las autoridades de salud dicen que en la campaña actual para exportar calabazas de la región de Tacna, se han certificado 80 toneladas de calabazas frescas para su exportación a Chile.

Tu región (2019), informa que la plantación de calabaza Loche es el primer logro realizado como una propuesta de plantación alternativa para pequeños agricultores en el valle de Virú al alcance del Proyecto Especial CHAVIMOCHIC (PECH), y los pequeños agricultores que ahora son miembros de la "Asociación" provienen de El productor de Loche en el Valle de Virú -La Libertad está promoviendo nuevamente su cultivo. Las tareas realizadas por los expertos de PECH incluyen la investigación preliminar y la introducción de este cultivo alternativo a los pequeños agricultores, la determinación de ventanas comerciales, la investigación de fertilización, el número de plantas por hectárea, la adaptabilidad, etc.

Quispe (2019) señala, que el zapallo loche es un cultivo que ha sido revalorizado por su valor nutritivo y su amplio uso en la cocina peruana. Es un cultivo frutícola y tiene un papel muy importante, ya que hasta ahora el Loche que se usaba en el Perú solo se usaba para cocinar. Hoy en día, Loche es el más popular de todos los tipos de calabaza nativa en la costa norte de Perú. Por las características del propio Loche, la textura y el sabor de la pulpa son beneficiosos para uso culinario, por lo que el precio de mercado es más elevado.

1.1.3 Nivel Local

Según el Programa Regional de Exportadores en la región (2018), impulsa seis cadenas productivas exportadoras en la región, que incluyen diversos productos, en especial productos agrícolas y agroindustriales, con el fin de incrementar la competitividad y el desarrollo de las exportaciones lambayecanas. Las seis cadenas productivas identificadas en Lambayeque y las acciones propuestas por PERX para fortalecer y desarrollar los insumos exportables en la región: espárragos (verde, blanco), pimiento (pimentón, pimiento), cebolla blanca dulce, frijoles (paloma) Guisantes, pakchoi, castilla, lentejas, lohan o frijoles chinos y sus semillas), calabaza seca y hongos secos.

Agraria (2016), Muestra que, aunque los diversos productos de la cocina del norte han estado bien posicionados en el país, todavía hay algunos productos de alta calidad que esperan sus oportunidades. Este es el caso del loche simbólico, que el gobierno regional de Lambayeque considera como una poderosa campaña de propaganda. El Director de Comercio Exterior de la región señaló que la producción actual de esta característica de calabaza en la región es baja, pero se espera que aumente la producción de calabaza para consumo masivo, y no se limita a la región. El "Departamento de Nostalgia" ya conocido. Se han plantado 11,000 hectáreas en 38,000 ubicaciones (en el Valle de Olmos), y en tres años, casi cosecharemos, produciremos y exportaremos estas hectáreas de manera escalonada.

La Procesadora Muchick S.A. tiene como problema la internacionalización de la harina de loche, Considerando el muy bajo consumo y popularidad de este producto, aún sabiendo que tiene un gran potencial en los mercados extranjeros por su alto contenido nutricional. Aparte de la parte de marketing, también tiene debilidades en la parte administrativa, que no se puede gestionar bien en términos de marketing, logística y finanzas.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Nivel Internacional

Calasanz y Duran (2019), señalan que el objetivo del trabajo de investigación desarrolló un programa de exportación de snacks de calabaza endulzados con stevia para el mercado estadounidense, en el que se utilizó un enfoque no experimental con análisis de entrevistas. Los resultados se obtienen en base a un análisis de un VAN mayor a cero y una TIR del 36%, y se puede apreciar que el producto es rentable.

Castañeda (2016), plantea como objetivo el desarrollo de puré de zapallo orgánico para exportar a Estados Unidos, abordo inicialmente un estudio de factibilidad de la producción, dentro del cual se analizaron los aspectos como: la posibilidad de encontrar proveedores de materia prima orgánica en la provincia, proceso productivo, capacidad instalada y planificación. Dicha investigación concluyó en una evaluación financiera con un VAN de 396,541 dólares y una TIR del 77%, datos con los que son posibles corroborar la viabilidad del proyecto.

Hablich y Jijon (2015), señalan que el objetivo general es diseñar un proyecto que sentará las bases para el negocio de comercialización, consumo interno y exportación de pulpa de calabaza de Guayaquil. Llegaron a la conclusión de que el valor actual neto (VPN) de los proyectos de inversión que descuentan los flujos de efectivo a una tasa del 15% es de US \$ 1,849,988.37, lo que se considera ventajoso porque el valor del VPN es 274.40% en relación con el valor de la inversión. La tasa interna de rendimiento (TIR) es 67.91901%, muy por encima de la tasa de descuento.

1.2.2. Nivel Nacional

Según Becerra y Jon (2018), su propósito es determinar el suministro exportable de calabazas producidas por Hass Peru SA y usarlo como una técnica de recolección de datos, entrevistas en profundidad y tablas de observación, y aplicar a Hass Peru SA para determinar sus capacidades de producción, gestión y

financiamiento, a saber, se puede exportar presupuesto. Llegaron a la conclusión de que HassPerú S.A está totalmente calificado porque tiene todos los recursos necesarios para satisfacer cualquier demanda de calabazas en el mercado holandés.

Hidalgo (2017), El propósito es identificar oportunidades comerciales para exportar uvas Red Globe de FruitXchange en Hong Kong, China. Estos se analizan desde tres aspectos: la tendencia de consumo de un país en Hong Kong, China, y la demanda del país para este tipo de uvas, y finalmente se analiza la cotización exportable de FruitXchange. Los tipos de métodos utilizados en este trabajo de investigación están en un nivel mixto, porque los resultados de esta investigación se basan tanto en la lista de verificación documental como en la interpretación de las pautas.

Córdova (2018), indica que existen oportunidades comerciales potenciales para las exportaciones de pimentón peruano en Alemania. El diseño utilizado es de tipo no experimental, porque no hay procesamiento de datos y la recopilación de datos proviene de una fuente confiable del tipo posterior al evento. En el desarrollo de la investigación, descubrimos que existen oportunidades comerciales potenciales en el mercado alemán, sin embargo, nuestro país debe aumentar su potencial de exportación para aumentar nuestra participación de mercado en el país.

Abad y Delfino (2019), señalan que el objetivo principal fue determinar la competitividad comercial de los mangos deshidratados producidos por el productor orgánico Apromalpi Agricultural Cooperative en el mercado estadounidense. Sus tipos de investigación son el diseño cuantitativo, descriptivo y transversal, y los resultados se utilizan para evaluar las oportunidades comerciales para exportar mangos secos de Aprromalpi en el mercado estadounidense.

1.2.3. Nivel Local

Según Vidaurre (2019), Se realizó un estudio de mercado de las calabazas deshidratadas en los Estados Unidos, y se analizó las ventas y las compras de verduras deshidratadas para determinar la demanda del proyecto, que representará el 2,1% de Turquía. Debido a sus deficiencias económicas y comerciales, el mercado será robado. Además, se evaluó la disponibilidad de materias primas necesarias para la producción, y se descubrió que Lagunas produce la mayor cantidad de calabaza en la región. Finalmente, como conclusión, se preparó el análisis económico y financiero del proyecto, la tasa interna de rendimiento fue del 24% y el valor presente neto fue de S / 1 575 912.06.

Caballero (2017), señala que la Procesadora Frutícola S.A" (Olmos) empresa orientada a la diversificación del mercado de comercialización de aceite esencial de limón, utilizando métodos de observación, análisis bibliográfico y técnicas de entrevistas aplicadas a los expertos y colaboradores de la empresa, en conclusión, se determinó incrementar el aceite esencial de limón de Procesadora Frutícola S.A. El nuevo mercado de volumen es Francia.

Jiménez (2017), indica que el objetivo fue desarrollar un plan estratégico para la exportación de aguaymanto en la Asociación de Productores Agropecuarios Forestales Acuáticos (APAFAVEL), los métodos analíticos son; cuadro de descripción del producto, cuadro comparativo de exportaciones de aguaymanto, gráficos para determinar el crecimiento de las exportaciones y países potenciales. Al final se concluyó que la asociación no contaba con un plan estratégico de exportación y no cumplió con la certificación, normas fitosanitarias y capacitaron a los exportadores de Aguaymanto.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Plan de negocios

Para desarrollar un plan de negocios, es necesario saber si hay una parte insatisfecha de la demanda. Si el producto o servicio que queremos lanzar al mercado es novedoso, defina qué ventajas competitivas y comparativas tiene en comparación con otras empresas. (Zorita, 2015).

Es un estudio de información, que analiza la situación del mercado y determina las estrategias correspondientes que se implementarán para promover y fabricar productos que incluyen lo siguiente: el enfoque está en un sistema sistemático e integral Evaluación y análisis de su viabilidad. (Prieto, 2015).

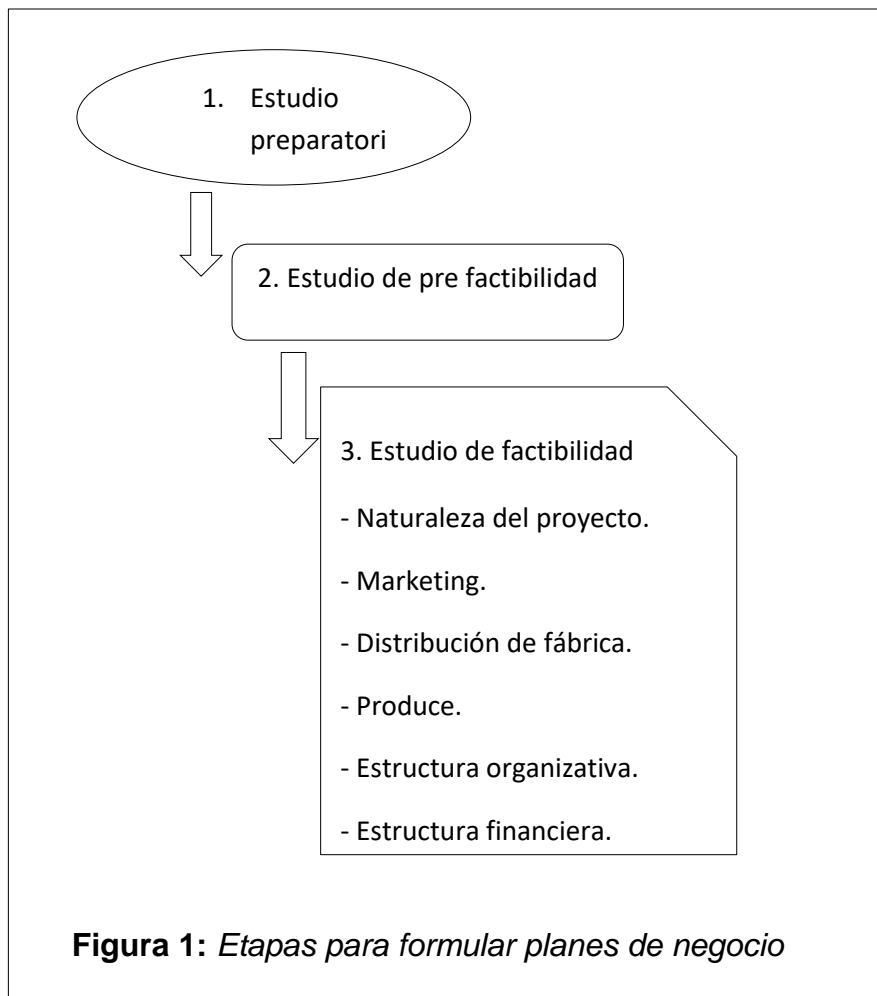
El plan de negocios es el mapa de ruta que la organización debe seguir para desarrollar, desarrollar, consolidar y expandir el mercado, por lo tanto, para los empresarios y Para los emprendedores, su importancia. (Joanidis, 2017).

Etapas para formular planes de negocios:

Según Prieto (2015), son las siguientes:

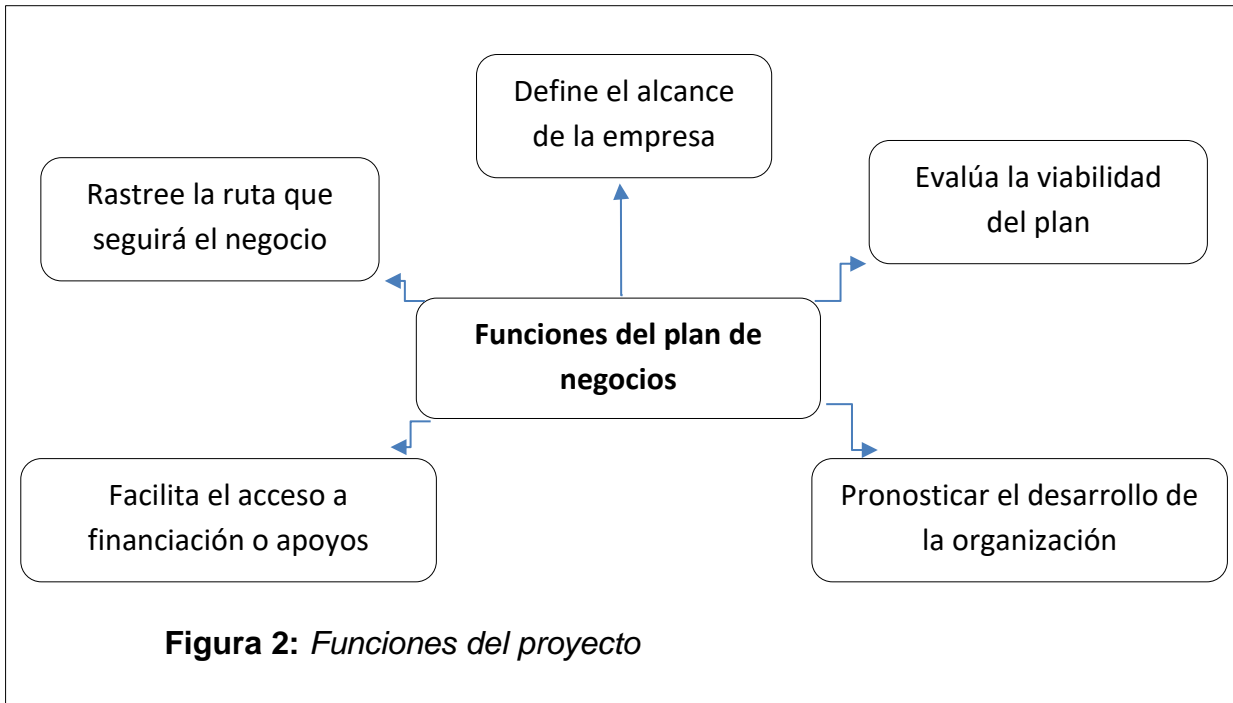
- a) **Estudio preliminar:** En esta etapa, se debe estudiar si hay planes, productos o servicios semejantes que requieren patentes o, por el contrario, si es necesario pagar los derechos de autor. También debe estudiar el área afectada del proyecto, la demanda de materia prima, la oferta de talento humano, los canales de distribución, la investigación de localización, la ubicación del cliente o consumidor, la capacidad instalada y una serie de otros factores.

- b) **Pre factibilidad:** Una vez que los factores del estudio preliminar se analizan en detalle, comenzamos a evaluar cuál es la opción de toma de decisiones más factible y minimizar los errores que puedan ocurrir.
- c) **Estudio de factibilidad:** La viabilidad del plan de negocios debe pasar por una serie de etapas basadas en la información recopilada, clasificada y analizada, porque el éxito del proyecto a implementar depende de ello.



Funciones del plan de negocio:

Según Prieto (2015) son las siguientes:



1.3.2. Exportación

Indique los bienes o servicios vendidos o enviados al extranjero con fines comerciales. En otras palabras, la exportación es el transporte de bienes y servicios exclusivos de un país para su uso o consumo en otro país. Este tipo de transacción producirá muchos fenómenos financieros, porque cualquier producto más allá de la frontera de un país debe cumplir con varias leyes y estar sujeto a acuerdos específicos, lo que generará condiciones específicas basadas en el país / región de destino. (Gutiérrez, 2018)

Martínez (2017), entiende como Exportar a la venta de servicios, bienes y propiedad intelectual que se han generado y creado para distribuir su empleo y consumo en el extranjero.

Cuando la empresa atraviesa la crisis, la primera tarea es sobrevivir, y no hay tiempo ni recursos para planificar, ajustar productos o incluso pensar. Normalmente, varios exportadores "aspirantes" comienzan de esta manera y logran exportar, pero a menudo sucede que cuando termina la crisis interna, la exportación también termina porque están más interesados en ganar clientes antiguos que nuevos compradores. El hogar está más interesado. (Minervini, 2015).

Principales etapas del proceso de exportación: según el autor Martínez (2017)

1. Evaluar la capacidad de exportación.
2. Determinar los artículos más competitivos.
3. Elija algunos mercados.
4. Detecta segmentos de mercado.
5. Forma de ingresar al mercado.
6. Realizar estrategias promocionales.
7. Seleccione socios candidatos.
8. Identifica a tu pareja.
9. Implantar rutas de negocio.

1.4. Formulación del Problema

¿De qué manera el plan de negocio permitirá realizar la exportación de harina de loche al mercado de EEUU, de la Procesadora Muchick S.A.?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Esta indagación fomentará futuras investigaciones para que sepan cuáles son los factores relacionados con las exportaciones. Del mismo modo, el plan de negocios se utilizará para investigaciones de seguimiento que planean crear una nueva compañía o crear una atribución competitiva para una compañía existente.

El presente trabajo de investigación se realizó porque tuvo como propósito abordar la necesidad de incrementar la comercialización de harina Rockwell en Procesadora Muchick SA, utilizando el plan de negocios de exportación, para analizar la estrategia para el mercado de Estados Unidos.

Con la exportación de loche en polvo al mercado internacional, promueve el crecimiento económico de la región de Pacora y la sociedad peruana y, por lo tanto, generará un crecimiento. La liberalización del comercio puede contribuir a esto haciendo el mejor uso de los recursos del país, lo que nos permitirá alcanzar niveles más altos de ingresos, permitir a los ciudadanos satisfacer sus necesidades, proteger sus derechos y así aumentar su nivel de desarrollo.

1.6. Hipótesis

Si se implementa el plan de negocio propuesto, entonces se logrará la exportación de harina de loche al mercado de EEUU, de la Procesadora Muchick S.A

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Proponer un plan de negocio, para la exportación de harina de loche al mercado de EEUU, de la Procesadora Muchick S.A.

1.7.2. Objetivos específicos

- a) Diagnosticar la viabilidad del mercado para la exportación.
- b) Identificar la viabilidad técnica para la exportación.
- c) Analizar la viabilidad económica de la Procesadora Muchick S.A.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de investigación

2.1.1. Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva- Propositiva.

Según Hernández, et al. (2015), método descriptivo que intenta especificar los atributos y características importantes de cualquier fenómeno analítico. Describa el grupo o las tendencias en el grupo.

Para Valderrama, (2015) Propositiva, se basará en el conocimiento adquirido y la información de diferentes fuentes, todo lo cual implica planes de negocios.

2.1.2 Diseño de Investigación

Investigación No experimental, Transversal.

No experimental porque se va a proponer el plan de negocio tal como se da actualmente y no se va a manipular o modificar variables para analizarlos (Hernández, et al. 2015).

Hernández, et al. (2015) la investigación de diseño transversal porque se recogerá información en un momento dado.

2.2. Variables, Operacionalización

Variable Independiente: Plan de negocio

Variable Dependiente: Exportación

Tabla 1: Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumentos de recolección de datos
Variable Independiente Plan de negocio	Conformación de plan de negocio	Descripción de la organización.	Guía de análisis documentaria.
		Estudio Entorno	
		Programa estratégico.	
		Proyecto de marketing	
		Indagación de la infraestructura.	
		Programa de operaciones.	
		Valoración financiera.	
Variable Dependiente Exportación	Procesos de exportación	Analizar la capacidad de exportación.	Encuesta, Guía de análisis documentaria.
		Identificar nuestro producto más competitivo	
		Seleccionar pocos mercados.	
		Detectar el segmento del mercado.	
		Realizar actividades de promoción	
	Inconvenientes de exportación	Elementos históricos	Guía de análisis documentaria.
		Elementos culturales	
		Elementos estructurales	
	Documentos comerciales	Factura comercial	Guía de análisis documentaria.
		Documentos de transporte	
		Certificación sanitaria	

2.3. Población y muestra

2.2.1 Población

Son los colaboradores de la empresa Agroindustrial Muchick S.A.

2.2.2 Muestra

Son los mismos, es decir a los colaboradores de la Empresa Agroindustrial Muchick S.A, que básicamente están conformados por el jefe de operaciones, supervisores, personal técnico y operadores.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas

Encuesta

Se utilizará un cuestionario, donde se obtendrá información sobre la variable exportación que nos ayudaran a desarrollar el proyecto.

Análisis documental:

Para analizar e interpretar los datos y convertirlos en información valiosa para respaldar la propuesta.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de encuesta: Se aplicará una encuesta a los a los colaboradores de la Empresa Agroindustrial Muchick S.A, este instrumento constará de 10 preguntas.

Guía de análisis documental:

Se utilizará para recopilar la información necesaria de Agroindustrial Muchick S.A, así como la información necesaria para el marco teórico de este estudio de libros, artículos de revistas.

2.5. Procedimiento de análisis de datos

Los principales programas de computadora que se utilizarán serán: Microsoft Word 2013, MS Project 2013, Microsoft Excel 2013, SPSS, para que puedan convertirse en tablas más fácilmente y mostrarse en forma de tablas, gráficos, etc., para facilitar el análisis de los datos recopilados.

2.6. Criterios éticos

- a) **Confidencialidad:** velar por que se proteja la identidad de la empresa y de los operarios que trabajan en ella.
- b) **Objetividad:** El análisis de la situación de la empresa se basará en la imparcialidad y las normas técnicas
- c) **Veracidad:** Toda la información mostrada es autentica.
- d) **Originalidad:** Se citaran las fuentes bibliográficas.

2.7. Criterios de rigor científico

- a) **Validez:** Los instrumentos de recolección de datos serán validados por tres jueces expertos en la materia.

- b) Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad:** Los trabajadores realizaran su encuesta y no se modificará ningún dato lo que permitirá generar confianza y credibilidad en la investigación.
- c) Transferibilidad y aplicabilidad:** Se incentivará al personal para que contesten con honestidad y total transparencia con datos fiables y posibles datos de estudio.
- d) Confiabilidad y neutralidad:** Los resultados de la investigación garantizarán la veracidad de las descripciones realizadas por los participantes. Los trabajadores de la empresa durante la encuesta analizarán detenidamente las preguntas y luego procederán a iniciar el llenado de la encuesta.
- e) Relevancia:** Se evaluará el logro de los objetivos planteados.

III. RESULTADOS

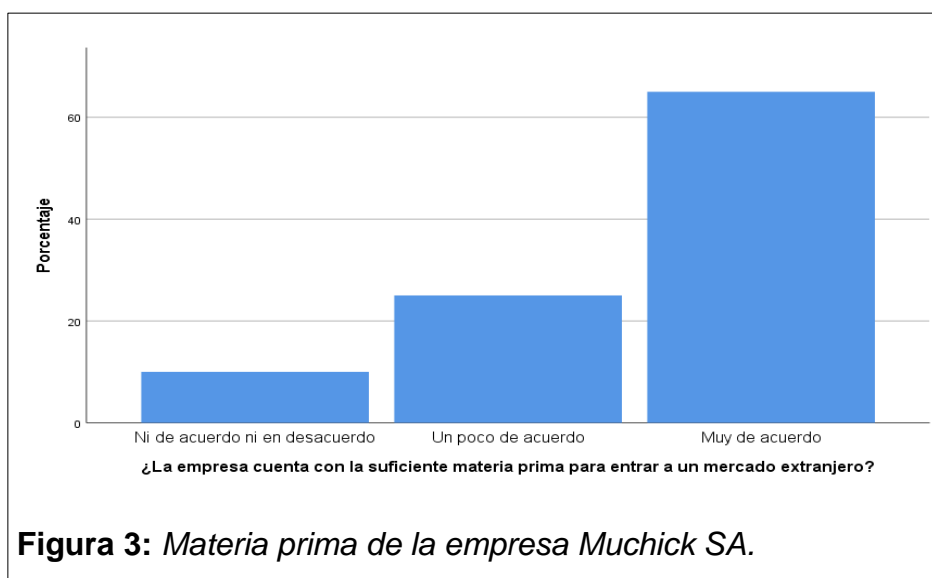
3.1 Tablas y figuras

Después de recolectar la información para el presente estudio haciendo uso del cuestionario se utilizó la encuesta a los trabajadores de la empresa Procesadora Muchick S.A, a través de 10 ítems con lo cual se llegó a los siguientes resultados:

Tabla 2: Materia prima

¿La empresa cuenta con la suficiente materia prima para entrar a un mercado extranjero?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Un poco de acuerdo	5	25,0	25,0	35,0
	Muy de acuerdo	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 2 y la Figura 1, se puede verificar que, según una encuesta realizada a 20 trabajadores, es factible introducir nuevos productos y obtener

reconocimiento en el mercado internacional, porque la mayoría de los trabajadores tienen una alta respuesta a esto. 65%, el nivel "algo de acuerdo" es del 25% y el nivel bajo es del 10%.

Tabla 3: Empresas exportadoras

¿Considera que la empresa se diferencia positivamente de otras empresas nacionales exportadoras de este producto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	30,0	30,0	30,0
	Un poco de acuerdo	9	45,0	45,0	75,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

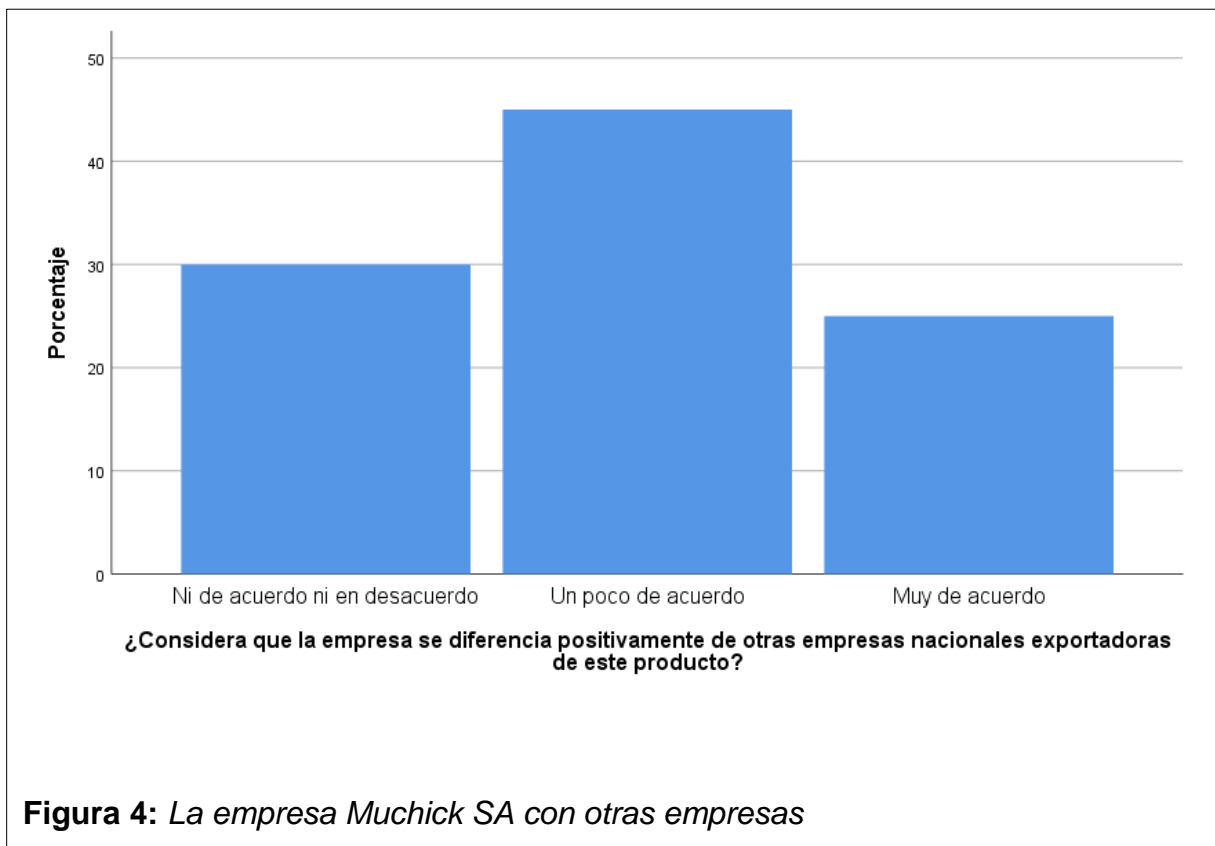


Figura 4: La empresa Muchick SA con otras empresas

Interpretación: Según la tabla 3 y figura 2 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, si es factible lograr la diferencia con otras empresas nacionales, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 45% con la alternativa de “Un poco de acuerdo”, seguido “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con el 30% y un con el 25% “Muy de acuerdo”.

Tabla 4: Conocimiento

¿La empresa tiene un conocimiento adecuado del envío de su producto en el extranjero, así como la identificación y selección de agentes de carga internacional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un poco de acuerdo	5	25,0	25,0	25,0
	Muy de acuerdo	15	75,0	75,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

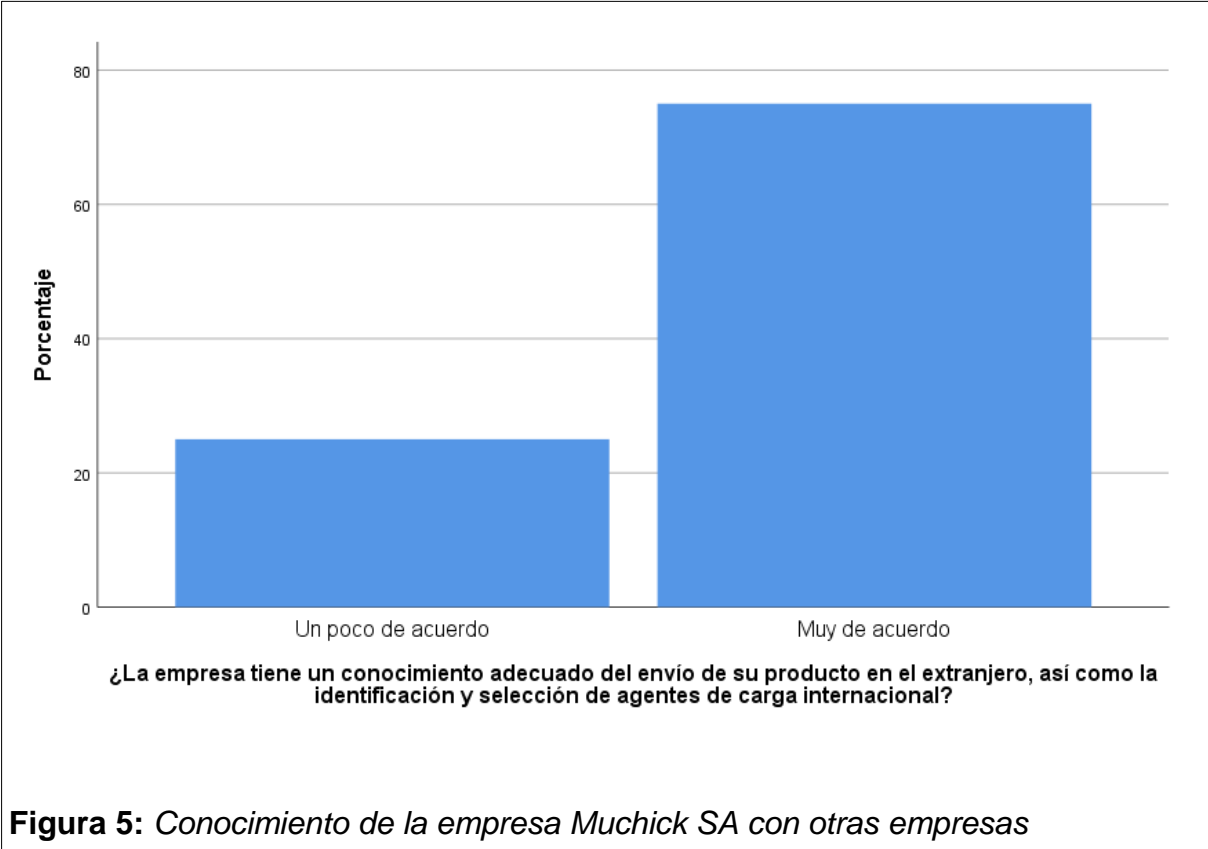


Figura 5: Conocimiento de la empresa Muchick SA con otras empresas

Interpretación: Según la tabla 4 y figura 3 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, la empresa cuenta con la documentación para el envío del producto al extranjero, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 75%, con la respuesta de “Muy de acuerdo” y con el 25% “Un poco de acuerdo”.

Tabla 5: Capacidad

¿La empresa tiene la suficiente capacidad para introducirse en el mercado de exportación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un poco de acuerdo	6	30,0	30,0	30,0
	Muy de acuerdo	14	70,0	70,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

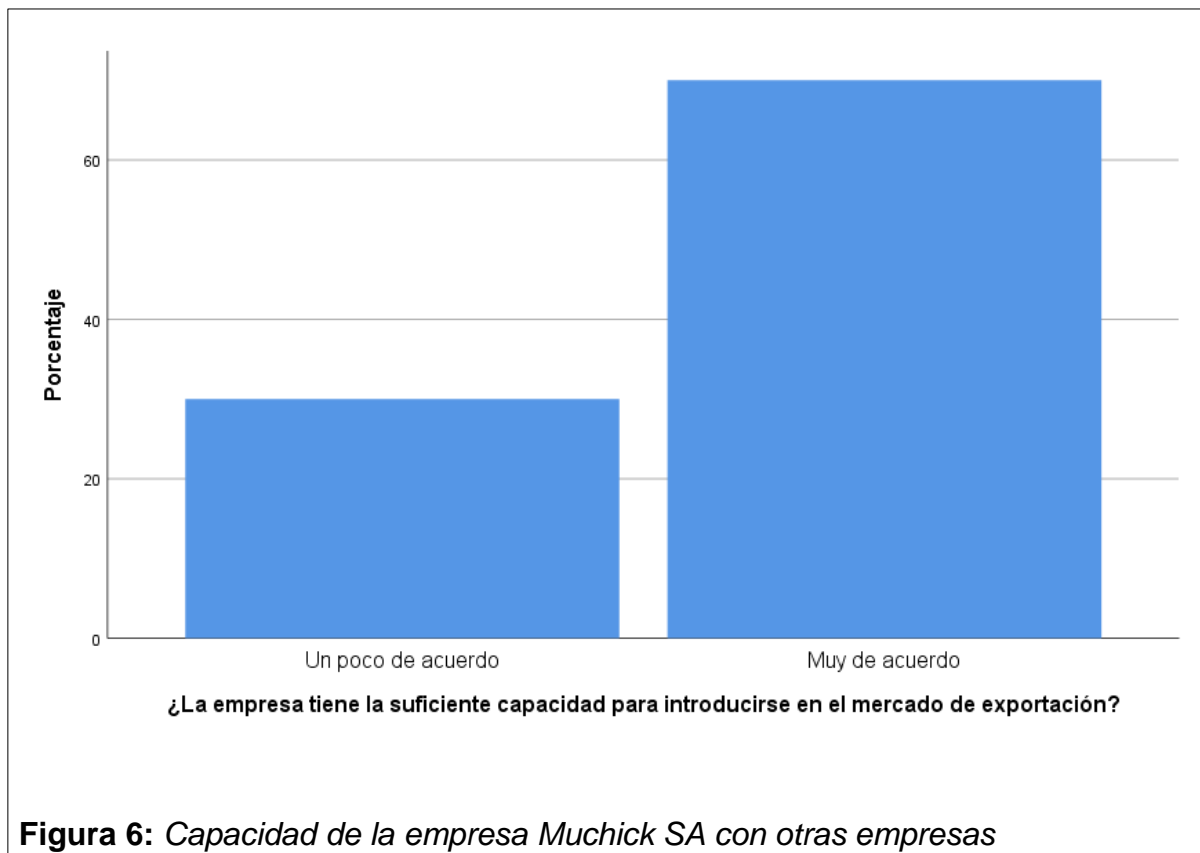


Figura 6: Capacidad de la empresa Muchick SA con otras empresas

Interpretación: Según la tabla 5 y figura 4 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, la empresa tiene la capacidad suficiente para poder exportar su producto, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 77%, con la respuesta de “Muy de acuerdo” y con el 35% “Un poco de acuerdo”.

Tabla 6: Inventarios

¿La empresa cuenta con sistema de inventarios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Un poco de acuerdo	4	20,0	20,0	25,0
	Muy de acuerdo	15	75,0	75,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

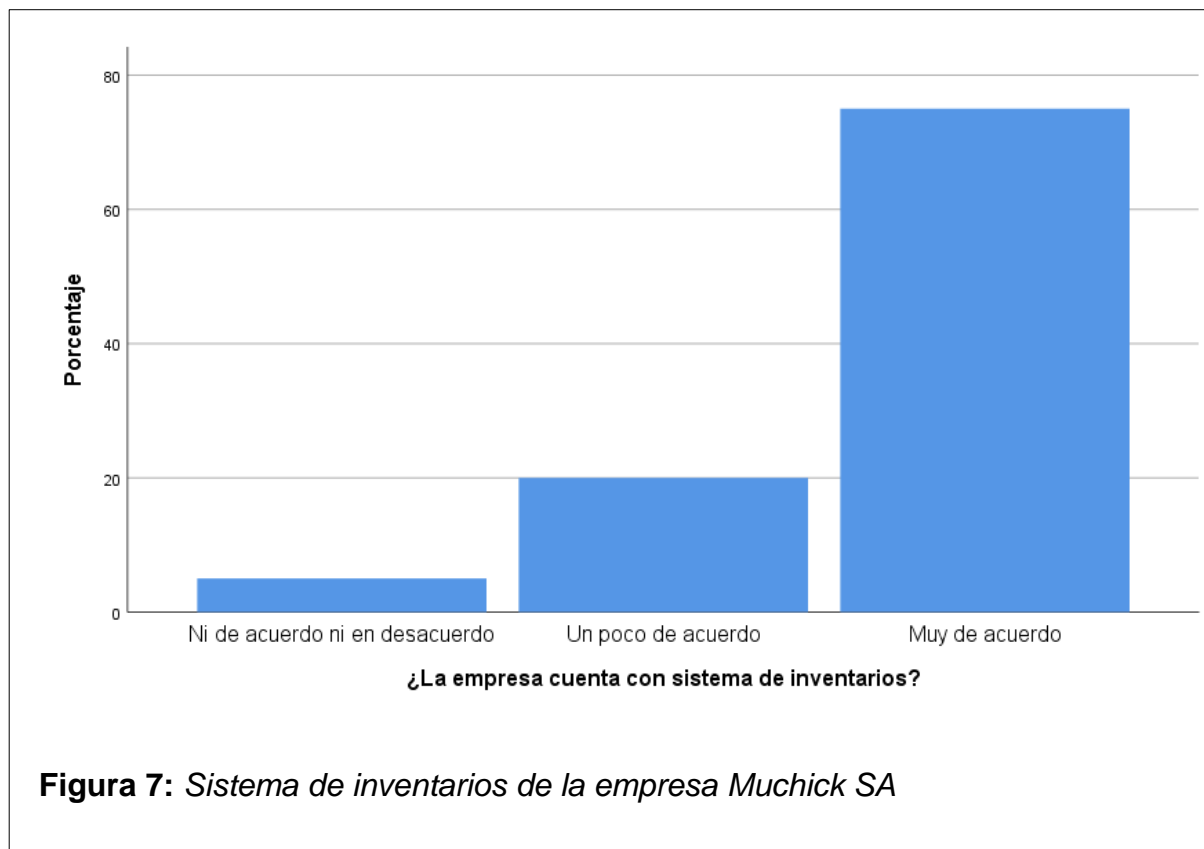


Figura 7: Sistema de inventarios de la empresa Muchick SA

Interpretación: Según la tabla 6 y figura 5 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, la empresa Muchick SA, dispone de un sistema de inventarios eficiente, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 75% con la alternativa de “Muy de acuerdo”, seguido con el 25% “un poco de acuerdo” y un con el 5% “ni de acuerdo ni en desacuerdo”

Tabla 7: Costos

¿La empresa toma en cuenta los costos de almacenaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un poco de acuerdo	5	25,0	25,0	25,0
	Muy de acuerdo	15	75,0	75,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

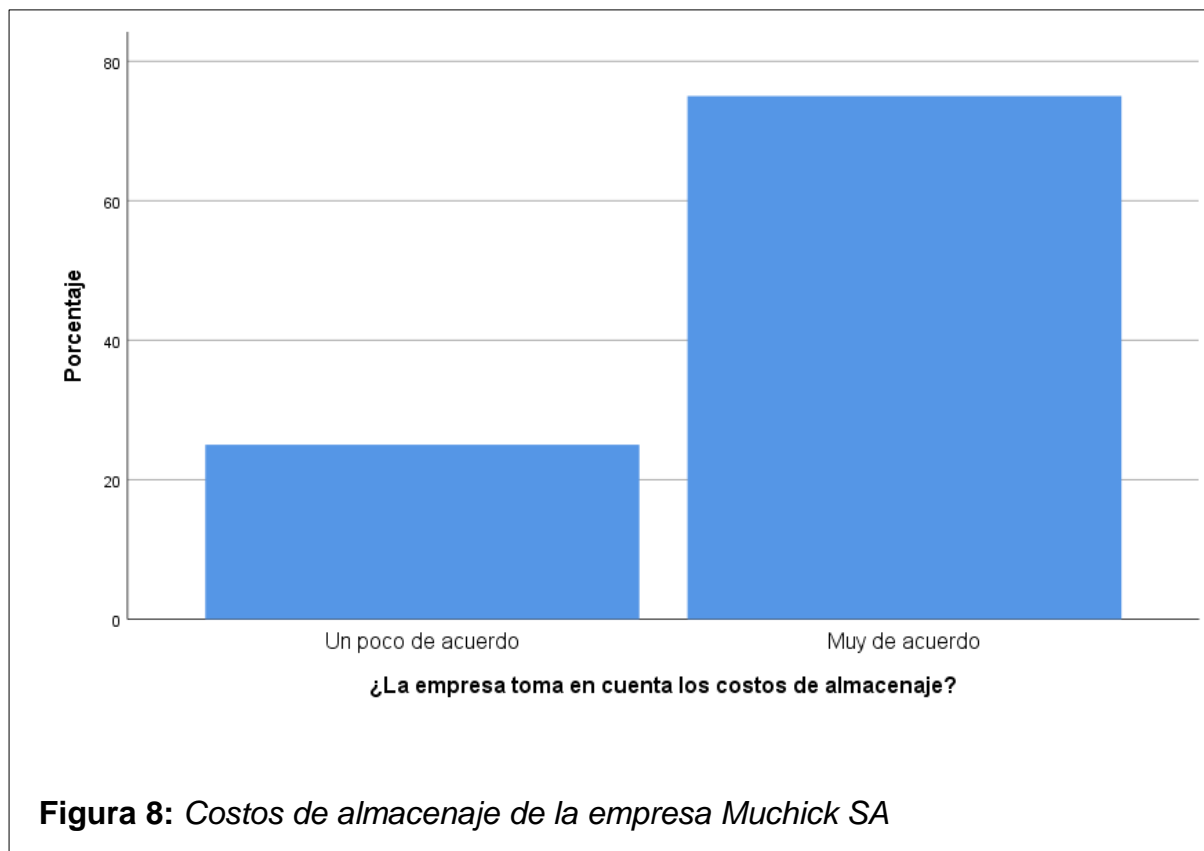


Figura 8: Costos de almacenaje de la empresa Muchick SA

Interpretación: Según la tabla 7 y figura 6 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, para la empresa Muchick SA, es muy importante el tema de costos del almacén, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 75%, con la respuesta de “Muy de acuerdo” y con el 25% “Un poco de acuerdo”.

Tabla 8: Almacén

¿La empresa posee almacenes para guardar la mercadería?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un poco de acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Muy de acuerdo	17	85,0	85,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

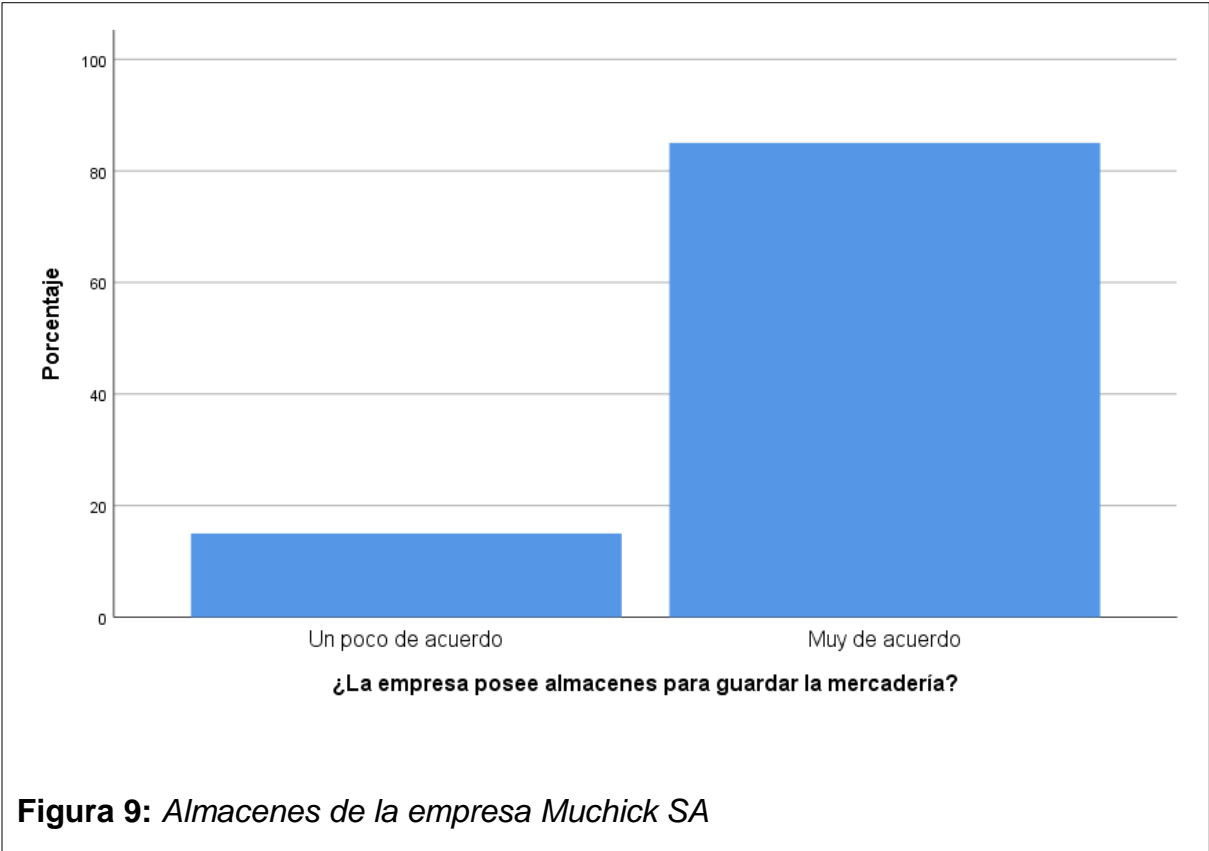


Figura 9: Almacenes de la empresa Muchick SA

Interpretación: Según la tabla 8 y figura 7 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, la empresa Muchick SA, dispone de almacenes, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 85%, con la respuesta de “Muy de acuerdo” y con el 15% “Un poco de acuerdo”.

Tabla 9: Transporte

¿La empresa cuenta con transporte para trasladar la mercadería?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	20	100,0	100,0	100,0



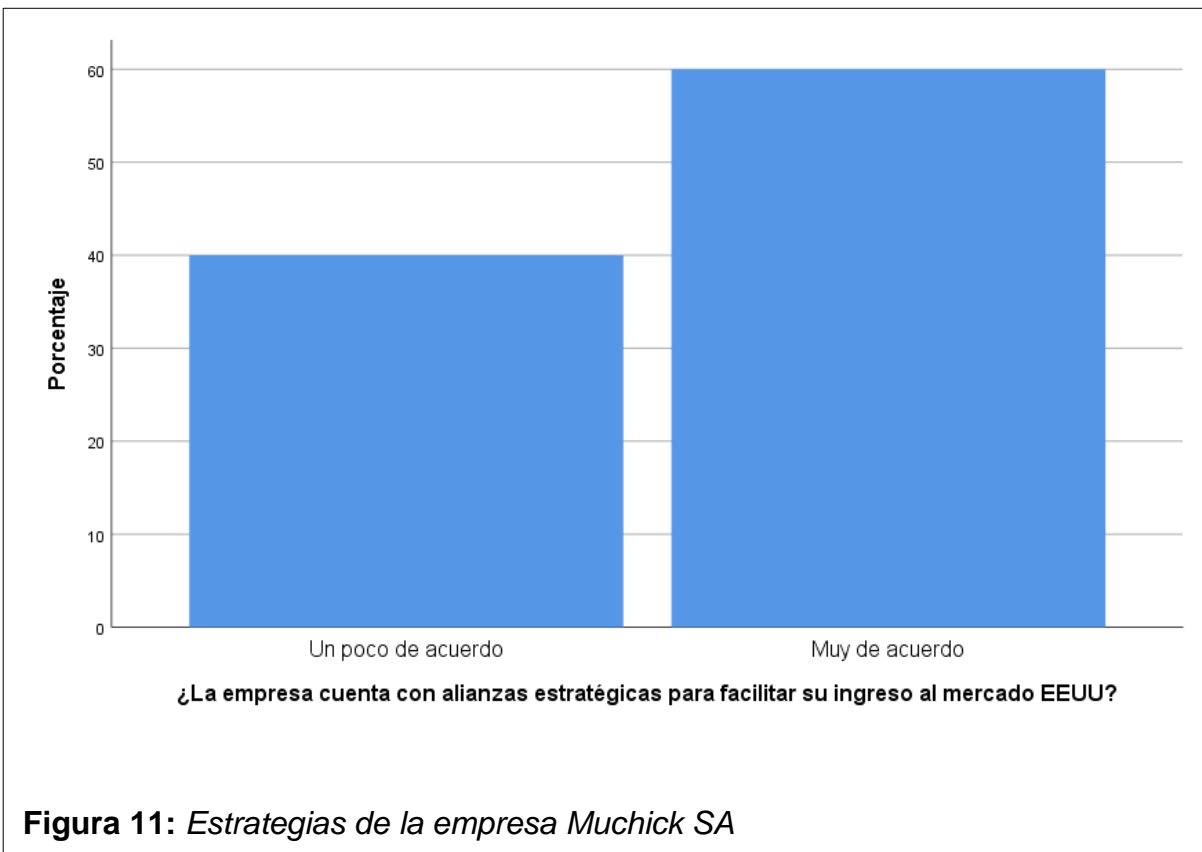
Figura 10: Transporte de la empresa Muchick SA

Interpretación: Según la tabla 9 y figura 8 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, la empresa Muchick SA, cuenta con el transporte adecuado para el traslado de sus productos, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel muy alto del 100%, con la respuesta de “Muy de acuerdo”.

Tabla 10: Estrategias

¿La empresa cuenta con alianzas estratégicas para facilitar su ingreso al mercado EEUU?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un poco de acuerdo	8	40,0	40,0	40,0
	Muy de acuerdo	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Interpretación: Según la tabla 10 y figura 9 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, la empresa Muchick SA, cuenta con alianzas estratégicas para poder exportar su producto, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel alto del 60%, con la respuesta de “Muy de acuerdo” y con el 40% “Un poco de acuerdo”.

Tabla 11: Recursos financieros

¿La empresa cuenta con los recursos financieros para apoyar activamente la comercialización de sus productos en los mercados extranjeros objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	20	100,0	100,0	100,0



Figura 12: Recursos financieros de la empresa Muchick SA

Interpretación: Según la tabla 11 y figura 10 se puede verificar que, de acuerdo a la encuesta realizada a los 20 trabajadores, la empresa Muchick SA, cuenta con los recursos financieros para poder comercializar y exportar su producto, ya que la mayoría de los trabajadores respondieron un nivel muy alto del 100%, con la respuesta de "Muy de acuerdo".

V. **Discusión de resultados**

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la presente investigación, se planteó como objetivo general Elaborar un plan de negocios, para la exportación de harina de loche al mercado de EEUU, de la Procesadora Muchick S.A.

En la investigación de Gamarra (2016), su trabajo es promover la exportación de arándano (*Vaccinium* spp.) De Lima a los Estados Unidos en 2017. Su propósito es investigar e implementar tecnologías que puedan aumentar la productividad y vender bienes. Los arándanos peruanos aseguraron la rentabilidad del evento y aumentaron las ventas y el establecimiento en mercados designados. La conclusión de este trabajo es que la exportación de arándanos y las regulaciones alimentarias implican un proceso muy complejo. Sin embargo, permitirles realizar investigaciones puede aumentar las ganancias porque la cosecha de arándanos (precio de venta de \$ 5 por kilogramo) tiene una rentabilidad del 56%.

Para el caso de harina de calabaza, se deben seguir ciertos procedimientos para su conservación hasta que el producto llegue al cliente y tenga una vida útil razonable, lo cual no es una tarea fácil en la cadena de exportación, como los arándanos. Sin embargo, aún se espera que esto genere un buen retorno de la inversión.

El estudio de Medina y Sánchez (2014) también seleccionó la producción y exportación de arándanos a los Estados Unidos. El objetivo es implementar un plan de negocios para que la tasa interna de rendimiento supere el 20%, mejorando así la exportación y producción de arándanos. La posibilidad de ingresar al mercado estadounidense en septiembre, octubre y noviembre (cuando aumenta la escasez de fruta) es la estrategia básica de elevar los precios y desarrollarlos de acuerdo con los

estándares internacionales para garantizar la calidad de los productos GlobalGAP. La encuesta concluyó que, considerando la tasa interna de rendimiento del 21.53% (por encima del costo promedio de capital 10.39%) y el valor presente neto de US \$ 1, 559,991, el proyecto es factible y tiene rendimientos satisfactorios.

Según los alimentos que se han exportado de Perú a Japón, el interés de los consumidores y las buenas predicciones se pueden demostrar a partir de indicadores económicos como la TIR y el VPN, como la situación de los arándanos en los Estados Unidos. En resumen, considerando las contribuciones de Gamarra, Medina y Sánchez mencionadas en los párrafos anteriores, los productos como el arándano y la calabaza tienen buena aceptación en el mercado, pero los parámetros están altamente parametrizados, por lo que pueden llegar al cliente final.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- a) El producto de exportación es harina Rockwell 100% peruana, lo que permite a Muchick SA ingresar al mercado estadounidense. La ventaja competitiva de los procesadores Muchick SA radica en la variedad de productos en diseño y calidad. Sus productos son innovadores, únicos y originales. Muchick SA tiene experiencia en la elaboración de productos alimenticios de acuerdo a estándares y requerimientos internacionales, siendo el principal proveedor de las empresas peruanas.

- b) El mercado objetivo de este estudio es Estados Unidos, y la tendencia de crecimiento es creciente, lo que significa que superará a Alemania como principal país comprador mundial en los próximos años.

- c) Realizó investigaciones sobre los factores internos y externos de la empresa y desarrolló una estrategia organizacional para desarrollar habilidades de gestión, eficiencia organizacional y competitividad para aprovechar las oportunidades.

4.2. Recomendaciones

- a) Se recomienda capacitación en comercio exterior a los empleados que laboran en Muchick SA.
- b) Es importante que los exportadores tengan un análisis previo de las barreras para evitar que se vean afectados por costos adicionales por un total desconocimiento de las regulaciones del mercado al que quieren ingresar.
- c) Es necesario apuntar a la competitividad de toda la cadena productiva, mejorar los aspectos técnicos y la facilitación del comercio exterior.
- d) Se recomienda iniciar la exportación de este producto al mercado estadounidense de acuerdo con los lineamientos descritos en este documento, aprovechar este mercado potencial en crecimiento, teniendo en cuenta la continua innovación y calidad del producto. Con estos dos ejes, el negocio crecerá sostenidamente.

REFERENCIAS

- Gutierrez, J. (2018). Ley de los impuestos generales de importación y exportación. Tax Editores Unidos. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/40302>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2015). Metodología de la Investigación (6a ed.). México. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Joanidis, C. (2017). Plan de negocios: la película. Buenos Aires: Pluma Digital Ediciones. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/77367>
- Martinez, D. (2017). Pymes: rutas para la exportación. Universidad del Norte. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/69896?page=19>
- Minervini, N. (2015). Ingeniería de la exportación: la ruta para internacionalizar su empresa. FC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/114072>
- Prieto, S. C. (2015). Emprendimiento, conceptos y planes de negocio. (G. D. Chavez, Ed.) Naucalpan: Pearson educacion. Obtenido de <http://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- Zorita, L. E. (2015). Plan de negocio. España: ESIC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/119675>

ANEXOS

ANEXO 1
ENCUESTA

Ante todo, reciba un cordial saludo, estamos realizando una encuesta para recopilar datos de exportación acerca de la empresa donde labora. Por ello se le solicita que responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

Agradeciéndole de antemano su colaboración.

Datos específicos	
1	Muy en desacuerdo
2	Un poco en desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	Un poco de acuerdo
5	Muy de acuerdo

Variable: exportación		1	2	3	4	5
1	¿La empresa cuenta con la suficiente materia prima para entrar a un mercado extranjero?					
2	¿Considera que la empresa se diferencia positivamente de otras empresas nacionales exportadoras de este producto?					
3	¿La empresa tiene un conocimiento adecuado del envío de su producto en el extranjero, así como la identificación y selección de agentes de carga internacional?					
4	¿La empresa tiene la suficiente capacidad para introducirse en el mercado de exportación?					
5	¿La empresa cuenta con sistema de inventarios?					

6	¿La empresa toma en cuenta los costos de almacenaje?					
7	¿La empresa posee almacenes para guardar la mercadería?					
8	¿La empresa cuenta con transporte para trasladar la mercadería?					
9	¿La empresa cuenta con alianzas estratégicas para facilitar su ingreso al mercado EEUU?					
10	¿La empresa cuenta con los recursos financieros para apoyar activamente la comercialización de sus productos en los mercados extranjeros objetivos?					

ANEXO 2

PANEL FOTOGRAFICO DE LA EMPRESA



Empresa Agroindustrial Muchick SA.



Harina de loche

ANEXO 3

VALIDACION DE ENCUESTA

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO
PROFESIÓN:	LIC. COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
ESPECIALIDAD:	GESTION DE ADUANAS Y NEGOCIOS INT.
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS) :	9 AÑOS
CARGO:	DTC - USS
TÍTULO DE LA TESIS :	
DATOS DE LAS TESIS	
NOMBRES:	FERNÁNDEZ CENTURIÓN EMELY MARLIT
ESPECIALIDAD:	NEGOCIOS INTERNACIONALES
INSTRUMENTO EVALUADO:	ENCUESTA
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:	a) Diagnosticar la viabilidad del mercado para la exportación.
	b) Identificar la viabilidad técnica para la exportación.
	c) Analizar la viabilidad económica de la Procesadora Muchick S.A.
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO:	
PREGUNTAS:	
a) ¿La empresa cuenta con la suficiente materia prima para entrar a un mercado extranjero?	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> TA (X) TD () </div> SUGERENCIAS: _____
b) ¿Considera que la empresa se diferencia positivamente de otras empresas nacionales exportadoras de este producto?	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> TA (X) TD () </div> SUGERENCIAS: _____

<p>c) ¿La empresa tiene un conocimiento adecuado del envío de su producto en el extranjero, así como la identificación y selección de agentes de carga internacional?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>d) ¿La empresa tiene la suficiente capacidad para introducirse en el mercado de exportación?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>e) ¿La empresa cuenta con sistema de inventarios?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>f) ¿La empresa toma en cuenta los costos de almacenaje?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>g) ¿La empresa posee almacenes para guardar la mercadería?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>h) ¿La empresa cuenta con transporte para trasladar la mercadería?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>i) ¿La empresa cuenta con alianzas estratégicas para facilitar su ingreso al mercado EEUU?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>

<p>j) ¿La empresa cuenta con los recursos financieros para apoyar activamente la comercialización de sus productos en los mercados extranjeros objetivos?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>1. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA _____ N° TD _____</p>
<p>2. COMENTARIO GENERAL</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	

**Pacanguilla 25 de Julio del
2020**



A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'C. P. P.', is written above a solid black horizontal line.

**PROCESADORA AGROINDUSTRIAL MUCHICK
SA**

“Año de la universalización de la salud”

AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN.

Chiclayo 23 de septiembre de 2020

Señores,

Universidad Señor de Sipán Pimentel.

Autoriza permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación presentado a la Universidad Señor de Sipán. Por el presente documento, la empresa Agroindustrial **MUCHICK SA**, con RUC N.º **20487706141**, representada por su administradora, **Iriana Lorena Vílchez Román**, autoriza al alumna **Emely Marlit Fernández Centurión**, con DNI N.º **71071075**, alumna de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, con carnet universitario N.º **2122813601**, al uso de la información que conforma el expediente técnico y otros documentos, como hojas de memorias, cálculos, planos, etc. con fines exclusivamente académicos para la elaboración de su tesis de pregrado, respetando en todo momento la absoluta confidencialidad de la información que se le proporcione.

Atentamente,



Iriana Lorena Vílchez Román
DNI No. 42740595
Administradora
RUC: 20487706141