



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS - MBA**

**Plan de negocios para la exportación de jengibre a Canadá, en la
empresa Agroexportaciones Lacta S.A.C, Pichanaki.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA**

AUTOR:

Parra Nauca, Nilton Esleyter (ORCID: 0000-0003-4324-8324)

ASESOR:

Dr. Dios Castillo, Christian Abraham (ORCID: 0000-0002-2469-9237)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

CHICLAYO - PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico este informe de investigación primeramente a Dios por estar conmigo en todo momento por darme la fortaleza, salud y sabiduría para superar cada circunstancia de la vida, seguidamente a mi familia, mi madre Santa Digna Nauca Barrios, mi padre Carlos Alberto Parra Castro, mis hermanos Carlos Klein y Jack Stalin Parra Nauca quienes están conmigo en todo momento.

El autor

AGRADECIMIENTO

Enormemente a Dios por sus bendiciones cada día, gracias Dios por bendecirme con la salud y la sabiduría para seguir adelante.

A mi familia, a mis familiares paternos y maternos a mis amistades que están allí para brindarme su ayuda en todo sentido para lograr mis proyectos propuestos.

A mi asesor Dr, Christian Abraham Dios Castillo por su comprensión, enseñanza, paciencia y acompañamiento en esta etapa.

A la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C. representada por mi gran amigo Leandro Manuel Llacctarimay Figueroa quien me brindó la oportunidad de realizar esta investigación en su representada.

A los expertos en validación de instrumentos y a los expertos en exportación por su amabilidad, comprensión y colaboración importante para desarrollar esta investigación.

El autor

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRAFICOS Y FIGURAS	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEÓRICO.....	13
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Variables y operacionalización	22
3.3. Población	26
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	29
3.5. Procedimientos:.....	29
3.6. Método de análisis de datos:	29
3.7. Aspectos éticos:	30
IV. RESULTADOS.....	31
V. DISCUSIÓN.....	51
VI. CONCLUSIÓN.....	55
VII. RECOMENDACIONES.....	56
VIII. PROPUESTA.....	57
REFERENCIAS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Destinos de las exportaciones peruanas de jengibre durante enero a julio del 2020	11
Tabla 2. Estructura según U.S. Small Business Administration - 2020	16
Tabla 3. <i>Estructura según Enrique Zorita Lloreda (2015)</i>	17
Tabla 4. Estructura según José Laos (2017).....	18
Tabla 5. Estructura según PROMPERU (2017)	20
Tabla 6. VARIABLE INDEPENDIENTE: Plan de negocio	23
Tabla 7. VARIABLE DEPENDIENTE: Exportación	25
Tabla 8. Trabajadores de la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C.....	26
Tabla 9. Ficha RUC de la empresa	31
Tabla 10. Análisis FODA.....	39
Tabla 11. Países exportadores de jengibre fresco en el mundo durante el periodo 2015-2019 en cifras de toneladas.	41
Tabla 12. Países importadores de jengibre fresco en el mundo durante el periodo 2015-2019 en cifras de toneladas	42
Tabla 13. Importaciones de jengibre fresco por parte de Canadá durante el periodo 2017-2020 en cifras de toneladas y dólares canadienses.....	43
Tabla 14. Evolución del Precio FOB durante el periodo 2019-2020 en dólares/caja.....	45
Tabla 15. Ferias y eventos internacionales con fechas y lugar.	45
Tabla 16. Estados de Resultados proyectado.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1. Organigrama de la empresa AGROEXPORTACIONES LLACTA SAC ..	40
Figura 2. Cajas paletizadas.	44
Figura 3. Jengibre fresco.	44
Figura 4. Jengibre seco en bolsas de kraft.....	44
Figura 5. Jengibre seco.	44
Figura 6. Flujo del proceso productivo	46
Figura 7. Flujo de caja proyectado	48

RESUMEN

El presente estudio de investigación tiene como título: “Plan de negocios para la exportación de jengibre a Canadá, en la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C.,” Pichanaki, el cual tuvo como objetivo principal elaborar un plan de negocios para la exportación de jengibre al mercado de Canadá en la empresa mencionada.

La investigación consideró como unidad de análisis a la empresa mencionada el cual su población estuvo considerada por los 20 trabajadores de la empresa y mediante un muestreo bajo el método no probabilístico por conveniencia siendo una investigación de enfoque mixto la cual siguió un propósito de tipo aplicada y explicativa, se consideró como diseño un tipo no experimental predictivo, para la recolección de datos se aplicó técnicas como son el análisis documental y entrevistas.

En cuanto a los resultados se concluye que la empresa no exporta jengibre a Canadá por dos razones principalmente no tener un cliente identificado en Canadá y no tener una guía para exportar a ese mercado por ello se propuso un diseño de propuesta para exportar jengibre a Canadá.

Los flujos de fondos económicos y financieros son positivos obteniéndose un Valor Actual Neto Financiero de S/.131197 y una Tasa Interna de Retorno de 33.69 %, confirmando de esta manera la rentabilidad y viabilidad del plan de negocios.

Palabras clave: exportación, rentabilidad, plan de negocio, Canadá, jengibre

ABSTRACT

The title of this research study is: "Business plan for the export of ginger to Canada, in the company Agroexportaciones Lacta SAC," Pichanaki, whose main objective was to develop a business plan for the exportation of ginger to the market of Canada in the aforementioned company.

The research considered the aforementioned company as the unit of analysis, which its population was considered by the 20 workers of the company and through a sampling under the non-probabilistic method for convenience, being a mixed approach research which followed an applied purpose and explanatory, a non-experimental predictive type was considered as a design, for data collection techniques such as documentary analysis and interviews were applied.

Regarding the results, it is concluded that the company does not export ginger to Canada for two main reasons, not having an identified client in Canada and not having a guide to export to that market, therefore a proposal design was proposed to export ginger to Canada.

The flows of economic and financial funds are positive, obtaining a Net Financial Present Value of S / .131197 and an Internal Rate of Return of 33.69%, confirming the profitability and viability of the business plan.

Keywords: exportation, profitability, business plan, Canada, ginger

I. INTRODUCCIÓN

En el contexto de hoy el ámbito de los negocios es muy competitivo, concretar negocios internacionales resulta ser fundamental para las empresas para poder competir y lograr trascender a lo largo del tiempo en el mercado por ello debe tener una herramienta que sirva de plan o guía de negocio para proyectar el ingreso a un mercado.

La exportación se considera como el camino para poder internacionalizar la empresa, por ello en esta investigación se plantea el jengibre como un producto para exportación, producto destacado por sus propiedades nutraceuticos eligiendo el mercado de Canadá, que se caracteriza por tener consumidores que buscan un estilo de vida saludable.

La investigación fue desarrollada con el objetivo de proponer un plan de negocio para la exportación de jengibre al mercado de Canadá de la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C, Pichanaki; con el propósito de contar con una guía o instrumento que permita la exportación con rentabilidad y sostenibilidad.

En el periodo del 2020 vivimos un escenario pandémico a raíz del covid-19 un año realmente atípico para todo el mundo, uno de los temas de esta investigación que trata sobre un plan de exportación de jengibre también se ve afectado es así que tenemos que la oferta y demanda del jengibre a nivel mundial presentó un impacto positivo y negativo. De manera positiva o favorable es el incremento de la demanda y del precio debido a lo que vendría a ser un impacto desfavorable o negativo el cual se traduce en la coyuntura de los países asiáticos como China e India que antes de la pandemia se había pronosticado que su producción sería menor que el año 2019 debido a las inundaciones que sufrieron y a esto se le suma el cierre de fronteras por la pandemia hicieron que el mercado mundial esté en escasez. (Jang, 2020).

La demanda mundial del jengibre aumentó principalmente por dos factores porque los mercados no querían estar desabastecidos y otro porque los consumidores conocen que el jengibre posee propiedades probióticas lo cual en este escenario resulta como un ingrediente indispensable para fortalecer el sistema inmunológico. (Nair, 2020)

En antecedentes internacionales tenemos que en Costa Rica las exportaciones de jengibre están en crecimiento debido a la situación de la pandemia por ello frente a esta tendencia considera que los productores y exportadores costarricenses deberían de estar a la vanguardia de las situaciones de los mercados internacionales para que puedan aprovechar los tratados comerciales y lograr que sus productos estén aptos en el mercado internacional. Además, especifica que el consumo de jengibre se ha mantenido y se ha incrementado en países del continente europeo debido a las propiedades nutraceuticas que posee el jengibre. (PROCOMER, 2020)

Un segundo caso en Brasil las exportaciones de jengibre han presentado un crecimiento muy notable en los últimos periodos, la manufactura nacional se destina en un mayor porcentaje a los mercados internacionales ya que el mercado brasileño no consume mucho jengibre. Brasil gana más popularidad cuando China no está en temporada esto ha generado que el jengibre brasileño se posicione mejor en el mercado internacional ya que los consumidores están prefiriendo el jengibre brasileño por ser más sabroso a diferencia del jengibre chino.

Finalmente, sus proyecciones de exportaciones estarán en aumento debido a que China está teniendo problemas en las temporadas de producción sumado al posicionamiento ya establecido en el mercado internacional específicamente en Europa del este y Canadá. (FreshPlaza, 2020).

Un tercer caso en China, el panorama internacional de las exportaciones del jengibre chino está teniendo problemas debido a que la oferta exportable promedio fue afectado el 2019 por fenómenos naturales (lluvias e inundaciones) al cierre del semestre del 2020 la producción también está siendo afectada por las lluvias fuertes e inundaciones por ello la oferta exportable china de jengibre no cubrirá el mercado mundial y esto generará que el precio del jengibre aumente en ciertos periodos. (International Fruit and Vegetable Report, 2020)

En el ámbito nacional la exportación de jengibre peruano es muy importante para el mercado mundial tal es así que en el año 2019 el Perú se ubicó como el cuarto exportador mundial de jengibre superado solo por países del continente asiático como son China, India y Tailandia en cifras estadísticas el Perú exportó 23400

toneladas por un valor de 41.5 millones de dólares. Para el año 2020 a pesar de la pandemia las exportaciones crecieron en un 162% durante los primeros cinco meses. Las zonas principales de producción se ubican en la región centro andina dicha región se ha convertido el paraíso para la producción de esta raíz, especia y nutraceutico. El jengibre peruano es reconocido en el mercado mundial por que es más aromático y tiene un sabor más intenso que el jengibre chino, brasileño entre otros. (Blanco, 2020).

Los atributos que posee el jengibre y sumado a que cuenta con certificación orgánica han generado que el Perú exporte a más de 20 países durante el periodo de enero a julio del 2020 exportó más de 18 mil toneladas por un valor de 35 millones de dólares siendo los principales mercados Estados unidos, Países Bajos (Holanda), Chile, Canadá y España.

Tabla 1. Destinos de las exportaciones peruanas de jengibre durante enero a julio del 2020

País	Valor FOB Neto	Peso Neto Toneladas
Estados Unidos	\$19,722,198.93	9317.95
Países Bajos (Holanda)	\$9,331,471.61	4865.17
Canadá	\$2,294,322.36	1240.18
Alemania	\$741,990.74	266.99
España	\$1,741,412.67	1016.04
Italia	\$360,230.66	170.89
Bélgica	\$211,562.33	83.67
Chile	\$345,958.52	1321.53
Emiratos Árabes Unidos	\$22,822.36	15.89
Argentina	\$14,262.58	8.50
Brasil	\$185,048.40	100.30
Corea del Sur	\$113,850.43	26.45
Federación Rusa	\$365,152.00	184.30
Francia	\$97,421.68	28.54
Arabia Saudita	\$46,080.00	18.72
Egipto	\$12,637.80	8.10
Reino Unido	\$69,120.00	39.17
República Dominicana	\$107,179.20	78.34
Colombia	\$21,521.50	10.01
Suiza	\$70.00	0.03
Georgia	\$32,073.37	16.65
Turquía	\$11,433.00	8.00
TOTAL	\$35,847,820.14	18825.41

FUENTE: PROMPERU STAT
Elaboración: Propia

La empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C. es una agroindustrial peruana que se produce, comercializa y exporta productos ya sean naturales, alimenticios, frescos y deshidratados desde 1990, que tiene problemas como todas las empresas específicamente para este estudio se considera la carencia de una guía o plan que le permita exportar jengibre de manera rentable a Canadá por ello como investigador he considerado realizar una propuesta para que la empresa tenga una guía para que le permite exportar de manera rentable jengibre al mercado de Canadá dicha guía y / o herramienta le permitirá conocer detalladamente los factores como son mercado, operatividad productiva, indicadores de costos operativos (producción y comercialización) y gestión logística , es decir todos los procesos y / o actividades que se deben realizar para lograr la exportación de jengibre a Canadá.

Para la investigación como problema de investigación se formula ¿Cómo un plan de negocios permite la rentabilidad de la exportación de jengibre al mercado de Canadá en la empresa AGROEXPORTACIONES LLACTA SAC?

Por otro lado, para la realización del estudio se indicó como objetivo general: elaborar un plan de negocios para la rentabilidad de la exportación de jengibre al mercado de Canadá en la empresa AGROEXPORTACIONES LLACTA SAC. Y como específicos: realizar un análisis empresarial, realizar un análisis del nivel exportador de la empresa, realizar un estudio de mercado internacional, proyectar los resultados de la implantación del plan elaborado.

Hipotéticamente se establece que la implementación de un plan de negocios permitirá la rentabilidad de la exportación de jengibre a Canadá en la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C.

Se justifica teóricamente porque la investigación constató teorías sobre planes de negocio y exportación que son adecuados a la realidad de la empresa en estudio, socialmente porque fueron implícitamente busca brindar un producto con muchos beneficios a la población (personal, empresarios, acopiadores y agricultores) y también lograr la perspectiva de la siembra de este producto por los agricultores y económicamente los resultados de investigación permitirán una mejor perspectiva en los agricultores.

II. MARCO TEÓRICO

Un primer estudio realizado por Sandoval (2020) en Colombia cuyo objetivo general es elaborar un plan de negocios para la exportación de la fruta chamba liofilizada al mercado de Canadá, este estudio también describe el potencial exportador que tiene la fruta chamba considerada como exótica y que su producción se realiza en mayor porcentaje en el Municipio de Miraflores de Boyacá. La autora obtuvo como resultados que el consumidor canadiense de frutas exóticas prefiere la calidad sobre el precio al momento de consumir una fruta, el valor nutricional y la frescura de las frutas y que es una buena alternativa la iniciativa de exportar estos productos debido a los Tratados de Libre Comercio y el valor nutricional. Finalmente concluye que Canadá es un mercado atractivo para la exportación de este producto ya que el consumidor tiene una tendencia por consumir productos con valor nutricional, además recomienda que se debe de incentivar la promoción de estos productos para que otros mercados conozcan el valor nutricional del producto y que exportar con certificaciones ISO, HACCP, BPM y demás para cubrir las necesidades exigentes de cada mercado internacional.

Un segundo trabajo realizado por Campos y León (2019) en Ecuador cuyo objetivo general es el desarrollo de un plan de exportación de té de jengibre al mercado de Nueva York - Estados Unidos, el problema se centra en un productor para que este pueda exportar su producto ya que en el mercado local (ecuatoriano) el té de jengibre no es preferido por los consumidores para el desarrollo del estudio se usó una investigación descriptiva y exploratoria. Los resultados muestran que el consumo de bebidas de té a base de raíces es óptimo, además que ya se ha importado té de jengibre y la experiencia es muy buena. Finalmente concluye que la exportación de jengibre es favorable debido a la tendencia de consumo por parte de la población latina quienes más conocen este producto además de la preferencia por las bebidas a bases de raíces.

Un tercer trabajo realizado por Satizabal (2019) en Colombia cuyo objetivo general es realizar el proceso de la trazabilidad en la exportación de infusiones herbales como muestra sin valor comercial al mercado canadiense de Vancouver se consideró como unidad de estudio a la empresa Urban Garden Colombia S.A.S., este estudio también describe que la empresa competitivamente en el mercado internacional carece de estrategias para poder competir en el mercado exterior por ello como punto de partida es identificar el proceso de trazabilidad de la exportación de una muestra (infusiones herbales) sin valor comercial. Los resultados del estudio muestran que Canadá es una economía en crecimiento y que el consumidor canadiense es multicultural producto de la inmigración. Finalmente concluye que la empresa su capacidad exportadora es deficiente y que la empresa debería de realizar alianzas estratégicas para no tener pérdidas de consideración además que la empresa debería de asistir a una feria para una promoción y exportación

En el ámbito nacional un primer estudio corresponde a Chavesta (2019) realizado en Lima cuyo objetivo general es elaborar un plan de negocios para la exportación de jengibre deshidratado orgánico al mercado de Alemania con la marca K'isay, la empresa a constituirse, se denominará Kisay Peru S.A.C., en el desarrollo de esta investigación la autora obtuvo los siguientes resultados: el jengibre peruano es más concentrado que el brasileño y chino, que la demanda del jengibre cada vez es mayor el valor agregado marca la diferencia en el mercado y que existen normas legales rigurosas en los países destino. Finalmente concluye que el proyecto es viable al obtener un B/C mayor a cero, y una tasa de retorno mayor a la tasa de descuento además participar en ferias internacionales es una inversión que debe ser aprovechada por las empresas que desean exportar ya que es un espacio donde se puede contactar nuevos clientes y a extender mercados.

Un segundo estudio corresponde a Perez y Zárate (2020) realizado en Junín cuyo objetivo general es describir la situación a nivel de competitividad en las empresas exportadoras de jengibre en Junín, para el desarrollo del estudio se basaron en un enfoque cuantitativo con un tipo de investigación descriptiva, con un diseño no experimental además se usó un método deductivo para la descripción de las variaciones de exportación de las empresas. Los resultados de esta investigación señalan que las empresas exportadoras de jengibre muestran una buena

competitividad exportadora ya que se evidenció que las empresas cuentan con certificaciones, cuenta con un sistema de costos, cuentan con un plan estratégico, cuenta con capacidad operativa eficiente, comercialmente tienen una buena relación con el cliente porque cumplen las exigencias de los clientes. Finalmente concluyeron que las empresas presentan una competitividad internacional favorable

Un tercer estudio corresponde a Melo (2019) realizado en Lima cuyo objetivo general es determinar como el saldo a favor del exportador influye en la rentabilidad de exportación de jengibre de las empresas exportadoras. Para el desarrollo de este estudio se basó en un diseño de estudio no experimental de corte transversal con un método hipotético. Los resultados de este estudio señalan que si efectivamente el saldo a favor del exportador influye en la rentabilidad de la exportación de jengibre y que también influye en la inversión para exportar jengibre orgánico. Asimismo, concluye SFE tiene influencia con la rentabilidad en las empresas exportadoras de jengibre orgánico y que este incentivo permite obtener más rentabilidad para recuperar parte de lo invertido. Finalmente recomienda al referirse al SFE y la incidencia en la rentabilidad en el presente trabajo se sugiere que las empresas exportadoras tomen decisiones de realizar mayor control en las áreas relacionadas que forman parte de la solicitud de este beneficio tributario.

En el ámbito local un primer estudio corresponde a Silva (2019) realizado en Chiclayo cuyo fin general es proponer un plan para exportar banano de tipo orgánico al mercado de Estados Unidos en una asociación de agricultores de Mórrope, Para el desarrollo de este estudio se basó en un diseño de estudio no experimental de tipo descriptivo y propositivo, Los resultados de estudios señalan que la asociación es parte de un programa de innovación agraria que apoya al cultivo de 3 hectáreas cuya productividad es de 1.5 cajas por cada planta de banano además que Estados Unidos es uno de los que más demanda banano orgánico y que es muy preferido por el consumidor norteamericano. Asimismo, concluye que el banano es el principal cultivo de la asociación pero que su producción es pequeña y que el mercado de Estados Unidos seguirá siendo el principal destino de los envíos de banano.

Variable Independiente. Plan de negocios

Concepto

El plan de negocios se conceptualiza como una guía que detalla desde el inicio y la administración del negocio, esta guía es un mapa de ruta para ordenar, ejecutar su nuevo negocio. (SBA,2020)

El plan de negocios se considera como un documento que identifica, realiza una descripción, y examina la viabilidad de una idea de negocio este documento refleja lo que se debe conocer y hacer para poner en ejecución o marcha el proyecto empresarial. (Zorita, 2015).

El plan de negocios es definido como documento que presenta un contenido detallado de una empresa, este documento es la carta de exhibición de la unidad empresarial o de la oportunidad de negocio. (Laos, 2017).

Estructura de un plan de negocios

Tabla 2. Estructura según U.S. Small Business Administration - 2020

Estructura	
Resumen Ejecutivo	Descripción de la compañía
Se detalla que es la empresa y porque será exitosa en el mercado.	Se detalla la información de la empresa, se explica los problemas que solucionará y las razones para solucionar el problema.
Análisis de mercado	Organización y gestión
Se detalla el panorama del sector de la empresa y la descripción del mercado objetivo además de sus factores internos y externos y la competitividad de otras empresas.	Se detalla la estructura legal y se presenta el organigrama.
Línea de servicio y / o productos	Publicidad y ventas
Se describe el producto a ofertar, se da a conocer los beneficios del producto y se detalla el ciclo de vida del producto.	Se describe las estrategias para atraer a los consumidores o clientes.
Proyecciones financieras	Apéndice
Se detalla las proyecciones financieras (Estado de Resultados, Balance, Flujos de caja y Presupuesto del Capital de Trabajo).	Se proporcionan elementos de respaldo como son: imágenes de productos, certificaciones, patentes, documentos legales y otros contratos.

FUENTE: PORTAL WEB DE SBA.US

Elaboración: Propia

Tabla 3. Estructura según Enrique Zorita Lloreda (2015)

Estructura	
1. Resumen Ejecutivo	2. Descripción del negocio
En esta sección se expone los aspectos más importantes del plan y debe ser atractivo y realista ya que algunos receptores solo leen esta primera sección.	En esta sección se describe la idea u oportunidad empresarial, los promotores de la idea, y el nombre del proyecto empresarial a ejecutar.
3. Análisis del mercado	4. Análisis de la situación
En esta sección se describe el análisis externo que implica el análisis PEST y el Análisis Porter además del análisis interno que implica el análisis de ventajas competitivas, recursos y el benchmarking.	En esta sección se describe un análisis del diagnóstico de la empresa y el análisis de, Oportunidades, Amenazas Debilidades y las Fortalezas.
5. Planteamiento estratégico	6. Plan operativo de marketing y ventas
En esta sección se describen las estrategias corporativas, estrategias competitivas, estrategias de segmentación y posicionamiento y estrategias operativas.	En esta sección se describen los propósitos comerciales y las estrategias de marketing.
7. Plan operaciones y plazos	8. Temas societarios de la empresa
En esta sección se describen los procesos, se detalla los recursos y materiales a utilizar y el calendario de actividades.	En esta sección se describe los modelos societarios y aspectos jurídicos, se detalla la organización de la empresa.
9. Estudio Económico y Financiero	10. Sistemas de control y plan de contingencia
En esta sección se presentan los estados financieros y se evalúa la rentabilidad del negocio.	En esta sección se exponen los indicadores de gestión (KPIs) y el plan de contingencia.
11. Viabilidad	
Se explica la viabilidad técnica, económica, financiera y comercial y estratégica.	

FUENTE: PLAN DE NEGOCIO - Enrique Zorita Lloreda
Elaboración: Propia

Tabla 4. Estructura según José Laos (2017)

Estructura	
1. Resumen Ejecutivo	2. Producto o servicio
En este apartado se presenta la información más significativa de cada una de las áreas del plan de negocio.	En este apartado se presentan las bondades del producto o servicio que incursionará en el mercado.
3. Equipo de trabajo	4. Plan de marketing
En este apartado se presenta a las personas claves dentro de la empresa estas personas son las que guiarán a la empresa a lograr sus metas empresariales.	En este apartado se detallan el conjunto de estrategias y acciones que orientan a la preferencia de consumo del producto.
5. Organización empresarial y sistema de negocio	6. Plan de implementación
En este apartado se detallan las funciones y responsabilidades de cada personal en las diferentes áreas de la empresa.	En este apartado se detallan los plazos de inicio y finalización del conjunto de procesos y / o actividades.
7. Riesgos	8. Financiación
En este apartado se detallan los riesgos a los que la empresa se enfrenta ya sean de índole político, religioso, social, económico, culturales, localización tiempo, etc.	En este apartado se detalla los costos, gastos, estados financieros e indicadores de rentabilidad.

FUENTE: PLAN DE NEGOCIOS - José Laos
Elaboración: Propia

Variable Dependiente. Exportación

Concepto

Se considera exportación al envío permitido (legal) de mercancías nacionales o nacionalizadas con el fin de ser usados o consumidos en el extranjero. (PROMEXICO, 2015).

Se define como exportación el término utilizado en comercio exterior o internacional para referirse a la salida o egreso de las mercancías (productos o servicios) con destino a un país externo con el propósito de consumo fuera del país. (SIICEX, 2016).

Se refiere a la exportación de los productos o servicios que se manufacturan en un país que son comprados por otros países, se resalta que no importa cuál sea el bien o servicio o no importa porque medio se envíe. (Amadeo, 2020)

Formas de exportación

Exportación directa: Es la forma en que una empresa (productor o proveedor) le vende a otra empresa nacional (cliente - exportadora) para que esta última exporte el producto, se le considera como una de las maneras interesantes para empezar a colocar productos en el mercado internacional. Por otro lado, otra forma es la exportación indirecta que es la forma donde una empresa produce y exporta al mercado internacional, se le considera como una de las maneras más ambiciosas, porque aquí se tiene más control y responsabilidad para colocar el producto al mercado internacional. (MINCETUR, 2013).

Requisitos para realizar una exportación

Capacidad para ser competitivo en el mercado internacional

La unidad empresarial u organización debe contar con productos de calidad, tener las condiciones económicas para poder realizar una exportación efectiva.

La empresa debe contar con información suficiente del mercado destino es decir la empresa debe conocer cuáles son las tendencias de consumo, los canales de comercialización, procedimientos aduaneros, etc.

La empresa de tener un plan de exportación para conocer todas las actividades que se realizarán para colocar su producto a los mercados internacionales.

Plan de negocio de exportación

Se considera plan de negocio de exportación al documento que determina todo el conjunto de actividades y acciones que el empresario debe ejecutar para lograr posicionar su producto o servicio en mercados internacionales.

Estructura de un plan de negocio de exportación.

Tabla 5. Estructura según PROMPERU (2017)

Estructura	
Resumen ejecutivo	
Se describe información relevante de la empresa y del plan exportador	
1. Antecedentes de la empresa	2. Plan estratégico y Plan Organizacional
En esta sección se describe la empresa, la idea de negocio y propuesta.	En esta sección se describe el análisis FODA, la evaluación de los factores internos (EFI) y externos (EFE), el análisis del sector, análisis de Porter, la descripción de la competencia y el organigrama de la empresa.
3. Estudio de Mercado Internacional	4. Plan de operación
En este apartado se realiza el análisis de la Demanda y Oferta, se describe el perfil del consumidor, se realiza el plan de marketing internacional	En esta sección se describe el proceso productivo, se detallan los costos de producción y gastos de fabricación.
5. Gestión exportadora	6. Análisis financiero y Plan financiero
En esta sección se realiza un análisis de costos y precios de exportación, se indican los documentos comerciales, certificaciones requeridas, documentos aduaneros.	En esta sección se realizan los estados financieros para luego realizar un análisis financiero

FUENTE: Manual del Plan de Negocios de Exportación - PROMPERU
Elaboración: Propia

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Por su enfoque es mixta porque combina el enfoque cuantitativo y cualitativo esto implica la recopilación y el análisis de datos de carácter cuantitativo y cualitativo, en esta investigación se recopilaron datos cuantitativos (bases de datos estadísticos de TRADEMAP, bases de datos estadísticos de PROMPERU STAT entre otras) y datos cualitativos de las entrevistas a los empleados de la empresa, narración de la guía de observación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 534).

Por su propósito es aplicada porque busca o está orientada a resolver los determinados problemas de una la sociedad (empresa, mercado, sector, etc.), en esta investigación se buscó dar solución al problema de una empresa. (Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero, 2018, p. 136).

Además, el estudio también presenta un tipo explicativa porque busca explicar cómo la variable “X” o independiente influye en la variable “Y” o dependiente, en esta investigación se buscó explicar cómo la variable “X” Plan de negocio influye en la exportación de jengibre. (Ñaupas et al, 2018, p. 135).

Diseño de investigación

El estudio se basará en un diseño **no experimental - predictivo**.

El diseño no experimental porque no se realizó ninguna manipulación de las variables además porque se demostró la hipótesis a través de juicios de los expertos en la temática de la investigación y métodos lógicos. (Hernández et al, 2014, p. 152).

Además, el estudio también presenta según el nivel un tipo predictivo porque se realizó para predecir o proyectar resultados de la solución de un problema en este caso se proyectó los resultados de la solución del problema de la empresa determinada como unidad de análisis. (Ñaupas et al, 2018, p. 135).

Detalle del diseño



Dónde:

M: Es la muestra que se está observando: Problemática de exportación.

O: Es la observación a desarrollar en la muestra: Entrevista y Análisis documentario.

P: Es la propuesta de especialidad: Plan de negocio para la exportación

T₁: Es el tiempo de medición inicial con información actual: setiembre - 2021.

T₂: Es el tiempo de proyección por el período que duró la implantación de la propuesta de solución P: enero 2021.

RE: Son los “resultados estimados” o proyectados, que generó la implantación de la propuesta de solución P.

3.2. Variables y operacionalización

Variable “X” o independiente: Plan de negocios

El plan de negocios se considera como un documento que identifica, realiza una descripción, y examina la viabilidad de una idea de negocio este documento refleja lo que se debe conocer y hacer para poner en ejecución o marcha el proyecto empresarial. (Zorita, 2015).

Variable “Y” o Dependiente: Exportación

Se define como exportación el término utilizado en comercio exterior o internacional para referirse a la salida o egreso de las mercancías (productos o servicios) con destino a un país externo con el propósito de consumo fuera del país. (SIICEX, 2016)

Tabla 6. VARIABLE INDEPENDIENTE: Plan de negocio

DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTA O ECUACIÓN	TÉCNICAS	FUENTE / INFORMANTE
Descripción del negocio	Misión Visión Valores	¿Cuál es la misión, visión y valores de la empresa?	Entrevista	Gerente de la empresa
	Idea de negocio	¿Cuál es el origen y el porqué de la idea de negocio?	Entrevista	Gerente de la empresa
Análisis de Mercado	Análisis PEST	¿Cuál son los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos?	Análisis documental	Portal web del peruano, portal web del diario gestión, portal web del siicex
	Análisis PORTER	¿Cuáles es su nivel de competitividad, nivel de productos sustitutos, nivel de nuevos competidores, nivel de relación con sus proveedores?	Entrevista y Análisis documental	Gerente de la empresa y portal web de siicex
Análisis de la situación	Análisis FODA	¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas?	Entrevista y Análisis documental	Gerente de la empresa y portal web de siicex,

Planteamiento Estratégico	Estrategias competitivas	¿Cuáles son las estrategias competitivas de acuerdo al marketing mix?	Entrevista	Gerente de la empresa
Organización societaria	Organigrama	¿Qué tipo de organigrama se emplea en la empresa? ¿Cuántas áreas cuenta la presenta y cuánto es el personal?	Entrevista y análisis documental	Gerente de la empresa e informe de la guía de observación

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. VARIABLE DEPENDIENTE: Exportación

DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTA O ECUACIÓN	TÉCNICAS	FUENTE / INFORMANTE
Estudio de mercado internacional	Oferta	¿Cuáles son los países que más exportan jengibre?	Entrevista y Análisis documental	Experto en exportación de jengibre o especias y portal web de siicex y Trademap
	Demanda	¿Cuáles son los países que más importan jengibre?		
	Precio FOB	¿Cuál es el precio FOB promedio?		
	Plan de marketing internacional	¿En qué presentación se exporta el jengibre? ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuál es el canal óptimo para la exportación de jengibre?		
Plan de Operación	Proceso productivo	¿Cuál es el diagrama de proceso? ¿Qué materiales e insumos se necesitan para la producción?	Entrevista	Gerente de la empresa
	Costos de producción	¿Cuál el costo de mano de obra? ¿Cuál es el costo de los materiales e insumos?		
Gestión exportadora	Distribución Física Internacional	¿Cómo es el proceso de exportación?	Entrevista y Análisis documental	Experto en exportación de jengibre o especias y portal web de siicex y Trademap
	Documentos para exportar Barreras Arancelarias y No Arancelarias	¿Qué documentos se necesitan para exportar? ¿Qué tipos de barreras arancelarias y no presentan los mercados demandantes?		
Rentabilidad	Estados financieros Análisis de rentabilidad	¿Cuánto es el flujo caja y el estado de resultados? Ecuación del VAN Y TIR económico y financiero	Análisis documental	Análisis de los EEFF Análisis del VAN Y TIR

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Población

La población es el conjunto de individuos que tienen ciertas propiedades o características que son las que se desea investigar o estudiar existen dos tipos la población diana que es el conjunto de individuos características a estudiar y la población de estudio que es un subconjunto de la población diana que está definida por criterios de inclusión y exclusión. (Fuentelsaz, Icart y Pulpón, 2006, p. 55)

En la presente investigación se consideró 2 poblaciones de tipo de estudio.

a) Primera población

Estuvo conformada por todo el personal que son 20 personas que laboran en la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C.

Tabla 8. Trabajadores de la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C.

PERSONAL EN PLANILLA
LEANDRO MANUEL LLACCTARIMAY FIGUEROA
NILTON ESLEYTER PARRA NAUCA
MELANIO LLACCTARIMAY QUISPE
BRYAN LLACCTARIMAY FIGUEROA
CINTHIA LUNA FLORES
TOTAL 5 PERSONAS

PERSONAL CONTRATADO
MARLENI OLIVARES MUNASCA
DINA LEON VELIZ
ORLANDO PEÑA RODRIGUEZ
OSMAR RAMIREZ FERNANDEZ
RONALDIÑO CRISPIN ROJAS
BRILLITH USCUVILCA USCUVILCA
GLORIA CHIPANA CASTRO
KEVIN JESUS ROJAS ROMAN
RUTH CRUZ AÑASCO
JEFERSON CASTRO VELIZ
MAYELI ROSSY VELIZ USCUVILCA
CRISTINA CAJA CAYSAHUANA
JESSICA YAÑAC CANCHARY
SOFIA ROSAS RAMOS
PERCY EDUAR CHIPANA CASTRO
TOTAL 15 PERSONAS

Fuente: Reporte de Asistencia de la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C.

Criterios de inclusión

Personal que tiene contrato o relación contractual con la empresa en estudio.

Personal que brinde información real.

Criterios de exclusión

Personal que no cuenta con información real y usual de la empresa.

Personal que no tenga relación contractual con la empresa

b) Segunda población

Estuvo conformada por todos los 30 expertos en el sector de exportación de nutraceúticos o especias.

Criterios de inclusión

Expertos con grado de maestría.

Expertos con experiencia en el sector.

Criterios de exclusión

Expertos que no cuenten con grado de maestría

Expertos que no tengan experiencia en el sector.

Primera Muestra

Se tomó como unidad de estudio a la empresa Agroexportaciones Lacta y muestra a 1 persona que se consideró el gerente general. bajo el método no probabilístico por conveniencia debido a que la empresa brindó ayuda durante el desarrollo del estudio. (Fuentelsaz, Icart, y Pulpón, 2006, p.59)

Criterios de inclusión:

Información relevante de la empresa.

Información de producción.

Información comercial de la empresa.

Criterios de exclusión

Personal de la empresa que no cuente con información relevante para este estudio.

Segunda Muestra

Como segunda unidad de estudio se consideró a 2 expertos en la exportación de nutraceuticos o especias, bajo el método no probabilístico – por conveniencia. (Fuentelsaz, Icart, y Pulpón, 2006, p.59)

Criterios de inclusión:

Experiencia reciente en el sector de exportación de nutraceuticos o especias.

Que haya realizado exportaciones de jengibre al mercado de Canadá o mercados internacionales.

Criterios de exclusión:

Que sean expertos en otro sector.

Que no exporten recientemente jengibre.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Entrevista. Para el compilado de datos se empleó la técnica de la entrevista mediante el instrumento de guía de entrevista el cual estuvo conformada por preguntas que fueron dirigidas al gerente comercial de la empresa Agroexportaciones Lacta S.A.C., asimismo a los dos expertos en el sector de exportación de nutraceúticos o especias.

Análisis documental. Para el compilado de datos se empleó la técnica de análisis documental mediante el instrumento de hoja de trabajo el cual se realizó mediante una búsqueda de documentos y análisis de datos de Siicex, Trademap, Organizaciones de Promoción al comercio Exterior, etc.

3.5. Procedimientos:

Para el compilado de datos se solicitó personalmente a la empresa que brinde la venia y se pueda realizar la entrevista, con los expertos se les contactó vía telefónica para que puedan responder la entrevista el cual fue enviado a mi correo.

Por otro lado, para la recolección teorías previas y realidad problemática se consultó las plataformas de renati, redalyct y google books y demás plataformas.

Asimismo, para el compilado de datos se consultó análisis de datos de Siicex, Trademap, Organizaciones de Promoción al Comercio Exterior, etc.

3.6. Método de análisis de datos:

Para el desarrollo del estudio se basó en el método estadístico descriptivo: ya que se hizo la descripción tanto la variable dependiente, que es la exportación y las dimensiones de la variable independiente, que es plan de negocios asimismo se describieron los resultados del proceso estadístico de la información cuantitativa. Por otra parte, para los datos de carácter cuantitativo se tabularon en Excel para su posterior descripción e interpretación.

También se consideró el método deductivo porque se realizó un análisis de las experiencias de otros mediante los casos, teorías el cual nos llevó al caso específico que se trata en la investigación.

Asimismo, se consideró el método inductivo porque se tomaron los resultados respondiendo a cada objetivo específico, es decir se generaliza los resultados partiendo de la información específica para llegar a la conclusión.

3.7. Aspectos éticos:

Confidencialidad. – Porque se presenta información que no sea confidencial de la entidad en estudio.

Veracidad. – Porque se presenta información verdadera de la entidad en estudio.

Integridad. – Porque no se realizó la difusión de las identidades de las personas implicadas en el estudio, ni indicios de éstas.

Por último, se consideró como prioritario la preservación y cuidado del medio ambiente; del mismo modo se respetó los derechos de autor de las teorías que se han considerado para el estudio como fundamento del problema de estudio.

Validez, porque no se manipuló ninguna respuesta o información de los entrevistados.

IV. RESULTADOS

Caso: Entrevista al gerente comercial de la empresa sobre su capacidad exportadora.

Análisis de los resultados para la dimensión descripción del negocio.

La empresa Agroexportaciones Llacta SAC, se funda en noviembre del año 2015 en el distrito de Pichanaki con registro en la SUNAT con RUC número 20600861647 el representante legal es Melanio Llachtarimay Figueroa, la empresa lleva 5 años en el mercado y exportando 4 años.

Tabla 9. Ficha RUC de la empresa

FICHA RUC 20600861647	
AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C.	
Apellidos y Nombres o Razón Social	: AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C.
Tipo de Contribuyente	: 39 - SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Fecha de Inscripción	: 7/12/2015
Fecha de Inicio de Actividades	: 7/12/2015
Estado del Contribuyente	: ACTIVO
Dependencia SUNAT	: 0133 - I.R. JUNIN-MEPECO
Condición de Domicilio Fiscal	: HABIDO
Emisor electrónico desde	: 4/08/2018
Comprobantes electrónicos	: FACTURA (desde 04/08/2018), (desde 16/10/2020)

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

En cuanto al sector que pertenece

Es una empresa que pertenece al sector agroindustrial-exportador específicamente produce, comercializa a nivel nacional y exporta cuatro productos como el jengibre, achiote, cúrcuma.

En cuanto a las presentaciones de sus productos.

Las presentaciones para la venta de sus productos de jengibre y la cúrcuma se realizan en cajas y mallas raschel y para el achiote en sacos de color blanco de polietileno.

En cuanto a su misión.

La misión de la empresa es identificar y atender las necesidades del sector nacional e internacional, generados desde nuestra industria agrícola y de alimentos, logrando diferenciación por la excelente calidad de los productos a un precio competitivo.

En cuanto a su visión.

La visión de la empresa es ser reconocidos a nivel mundial como una las principales empresas exportadoras peruanas de alimentos de la costa, sierra y selva del Perú, mediante nuestra política de calidad, servicio y atención al cliente.

En cuanto a su talento humano.

La empresa cuenta con 20 trabajadores para realizar el proceso de exportación de sus productos.

PERSONAL EN PLANILLA

LEANDRO MANUEL LLACCTARIMAY FIGUEROA
NILTON ESLEYTER PARRA NAUCA
MELANIO LLACCTARIMAY QUISPE
BRYAN LLACCTARIMAY FIGUEROA
CINTHIA LUNA FLORES

TOTAL 5 PERSONAS

PERSONAL CONTRATADO

RUTH MARLENI OLIVARES MUNASCA
DINA LEON VELIZ
ORLANDO PEÑA RODRIGUEZ
OSMAR RAMIREZ FERNANDEZ
RONALDIÑO CRISPIN ROJAS
BRILLITH USCUVILCA USCUVILCA
KEVIN JESUS ROJAS ROMAN
MAYELI VELIZ USCUVILCA
RUTH CRUZ AÑASCO
JEFERSON CASTRO VELIZ
JESSICA YAÑAC CANCHARY
CRISTINA CAJA CAYSAHUANA
PERCY EDUAR CHIPANA CASTRO
SOFIA ROSAS RAMOS
GLORIA CHIPANA CASTRO

TOTAL 15 PERSONAS

En cuanto a su competitividad.

Competitivamente la empresa no cuenta con marca propia vende sus productos como marca blanca.

En cuanto a su infraestructura

La empresa cuenta con una planta de 5 mil metros cuadrados, el cual está distribuido por ambientes. (comedor para el personal, oficina de producción, oficina de administración y gerencia, área de recepción de carga, área de lavado de productos, área de pozo de agua industrial, área de picado de productos, área de secado de desinfección y pesado de productos, área de secado de productos, área de almacén de productos y área de empaque).

En cuanto a sus ventas

El 90% de sus ventas lo conforman las exportaciones de sus productos el 10% de sus ventas es comercialización nacional.

En cuanto a maquinaria y equipos.

La empresa carece de máquinas modernas para el proceso industrial de sus productos, la empresa carece de máquinas indispensables para la exportación de sus productos como son el montacarga, etiquetadora, balanzas industriales modernas y de mayor capacidad.

En cuanto a la gestión administrativas.

En gestión administrativa la empresa carece de un diseño de puestos definidos, la empresa carece de un plan estratégico y la empresa carece de un sistema administrativo eficiente.

En cuanto a la gestión de procesos.

En la empresa existen muchos procesos que se repiten dentro del flujo de procesos esto genere incremento de horas, malestar en el personal e incremento de costos.

Caso: Análisis Documental

Análisis de los resultados para la descripción de Análisis de Mercado.

En cuanto al Análisis PESTA

Políticos

El Perú cuenta con 35 políticas de estado las cuales están agrupadas en cuatro ejes (i) Democracia y Estado de derecho; (ii) Equidad y justicia social; (iii) Competitividad del país; y (iv) Estado eficiente, transparente y descentralizado. (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2019)

Le Perú cuenta con 22 acuerdos o tratados comerciales: cinco están por entrar en vigencia y cinco que en proceso de negociación. Los acuerdos comerciales o TLCs vigentes que tiene el Perú son principalmente con Estados Unidos, la Unión Europea, China, Japón, Canadá y Chile. (La República, 2020)

En políticas internas, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) diseñó las bases estratégicas del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX-2025) siendo este una política estatal donde da prioridad las exportaciones, el cual es catalogado como uno de los principales pilares del desarrollo de nuestra economía. (MINCETUR, 2015)

Económicos

Según el reporte del BCR, para el año 2019 el Perú registró un crecimiento económico de 2,2%. Para el 2020 el PBI caerá en un 12% estimado, la proyección es de 2,8% para el mismo periodo, perspectivas recortadas por los esperados efectos del fenómeno del niño. El sector agrícola es uno de los más importantes a nivel nacional. En el 2019, su valor agregado era de 19 mil 628 millones.

El aumento del subsector agrícola en 2,6%, estuvo asociado a los mayores volúmenes cosechados de arándano (71,8%), algodón rama (31,9%), mango (41,8%), limón (12,0%), palta (6,2%), caña de azúcar (5,7%), alfalfa (4,0%) y papa (3,9%). (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020)

Sociales

En el 2019 la población según reportes del INEI registró 32 mil 131 mil habitantes de los cuales el 50.5% son mujeres y el 49.5% son hombres además la población del Perú en un 76,7% vive en áreas urbanas, mientras que el 23,3% vive en áreas rurales.

La tasa de crecimiento poblacional en el 2019 es de 1.01% mientras que la esperanza de vida promedio será de 76.5 años de vida especificando por sexo para mujeres es de 79.2 años de vida y para los varones 73.7 años de vida. Por otro lado, en el Perú fallecen anualmente más de 150 mil personas. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019).

Teconológicos

El índice o la puntuación tecnológica en el Perú es baja. Se conoce que el factor que influye de manera importante en la evolución y progreso de un país es el estado de desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC).

Perú mantiene la misma posición que el año anterior. Teniendo como aspecto positivo el tener una buena cobertura de red móvil (1). Su desarrollo se ve limitado por una baja calidad del sistema educativo (Puesto 129), baja calidad de la educación en matemáticas y ciencias (136), falta de eficacia de los órganos legislativos (138) y poca eficiencia del sistema legal en la solución de conflictos (129). (World Economic Forum, 2016).

Ambientales

Desde el punto de vista ecológico o ambiental dentro del sector agrícola, en el 2012 se aprobó un reglamento de Gestión ambiental del sector agrícola, el cual tiene por objeto promover y regular la gestión ambiental en el desarrollo de actividades de competencia del sector agrario. Además, la conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables, agua, suelo, flora y fauna.

Las empresas que vienen trabajando con productos de la biodiversidad deben realizar ciertos estudios de impactos ambientales. Por ejemplo, PROMPERÚ junto con PERUBIODIVERSO realizan concursos de planes de bionegocios, para lo cual es indispensable pasar por una evaluación de gestión ambiental. Por tal motivo, es necesario que las empresas del sector agro regulen estos factores. (Servicio Nacional de Certificación Ambiental para la Inversiones Sostenibles, 2012).

En cuanto a la Análisis Porter

Amenaza de nuevos competidores.

Canadá, uno de los tantos países que exige estándares de calidad específico para el ingreso de productos a su territorio estos productos deben ser principalmente saludables y beneficiosos para los consumidores canadienses.

Para destacar que China es el principal abastecedor de jengibre en el mundo, pero no tiene gran producción orgánica sumado al menor índice de evaluación por parte de los consumidores. Del análisis documental y de las entrevistas se constató que el representante de la empresa manifestó cierta preocupación por la aparición de nuevos competidores que están algunos llegando a competir a la par gracias al programa de reactiva Perú, en el análisis documental se constató que hay empresas nuevas que recién exportan jengibre a los mercados internacionales que han aprovechado el mencionado programa y la situación comercial del jengibre están exportando y están siendo representantes del sector lo cual parcialmente no es bueno porque ellos están iniciando el proceso de exportación y al no tener experiencia puede que envíen de mala calidad, puedan no cumplir con los plazos por lo cual estos factores generarían una mala imagen para el sector por ende la caída de las exportaciones.

Poder de la negociación de los proveedores

El poder de negociación de los trabajadores relativamente es bajo debido a que existen más de 50 empresas exportadoras en Pichanaki y Satipo zonas de producción como lo menciona los expertos el Mg Revelli y Mg Díaz.

Sumando a las principales tenemos empresas que tienen plantas artesanales y ofrecen su producto empacado a las principales empresas exportadoras.

Las empresas si cuentan con experiencias internacional podrían aprovechar la carencia de exportación para que estas sean sus proveedores y puedan atender grandes pedidos.

Rivalidad entre competidores exportadores

Para los expertos Revelli y Díaz las principales empresas son: Agronegocios La Grama SAC, Fruitxchange SAC, JCH Agroexportaciones SAC, Kion Export SAC y Elisur Organic SAC.

Estas cuentan con amplia cartera de clientes y reconocida trayectoria en el sector de la exportación de jengibre, estas empresas cubren en un gran porcentaje las exportaciones de jengibre del Perú.

Para competir con estas grandes tenemos que competir en calidad, precio, formas de pago y cumplimiento de la programación de pedidos.

Amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de productos sustitutos es baja por que competir con la calidad del producto resulta ser complicado ya que el jengibre criollo o peruano es orgánico, aromático y sabroso.

El jengibre chino que se produce en el Perú no es orgánico además es comúnmente perceptible en el consumidor nacional e internacional otro producto sustituto es la curcuma pero se diferencia relativamente amplia con el jengibre criollo o peruano aunque al igual que el jengibre es preferido por sus propiedades nutraceuticas.

Poder negociación con los clientes o compradores (Importadores)

Como refiere el experto Mg Revelli que el importador es un personal profesional, bastante informado, puntual y que, para crear confianza y credibilidad, se necesita trabajar con formalidad y profesionalismo (cree mucho en las palabras de las personas, sobre todo en los hechos). Tiene 2 idiomas oficiales: inglés y francés.

Por lo que es importante investigar qué idioma se habla en la ciudad donde esté su potencial comprador.

Además, Mg Díaz manifestó que el importador es un comprador que confía siempre y cuando uno le demuestre que ya ha vendido antes a alguna empresa de Canadá principalmente, podría ser de USA y un poco de Europa.

Por tanto, en base a los dos resultados el poder de negociación es óptimo ya que la empresa para este estudio ya ha exportado a Europa y Estados el cual hay más posibilidades de concretar negocios sumado a los dos factores que cuenta con un área de exportaciones que domina el inglés y la credibilidad que le brindan los reportes de calidad de sus clientes.

Caso: Análisis de la entrevista al gerente comercial de la empresa.

Análisis de los resultados para la descripción de Análisis de la situación.

En cuanto al Análisis FODA

De los resultados de la entrevista realizada al gerente comercial de la empresa Agroexportaciones Llacta SAC.

En cuanto a la experiencia exportando

La empresa Agroexportaciones Llacta SAC la empresa lleva 5 años en el mercado y exportando 4 años a diversos mercados como España, Republica Dominicana, Estados Unidos, Ecuador, Colombia y México pero que aún no exporta a Canadá por razones de no tener el contacto de una empresa importadora y además de no contar con una guía para la exportación a Canadá.

En cuanto a certificaciones de calidad

La empresa cuenta como certificaciones de calidad GLOBALGAP, GRASP, USDA ORGANIC, NOP Y EU ORGANIC además que cuenta con gran capacidad operativa y una capacidad financiera regular.

En cuanto capacidad logística y operativa

La empresa para el acopio cuenta con dos camionetas que pueden cargar máximo 100 cajas que equivalen a 3 toneladas 1.5 toneladas cada una.

La empresa cuenta con un área amplia para los procesos, la empresa cuenta con máquinas y personal que le permiten por lo menos atender 2 contenedores semanales.

En cuanto a Gestión de procesos para la exportación

La empresa repite procesos a veces por el mal acopio del producto muchas veces tiene que lavar 2 veces el producto tiene que demorar en los indicadores de picado, y esto le genera lidiar con la temperatura de la naturaleza principalmente para el secado de producto.

En cuanto a la gestión financiera.

La empresa carece de una liquidez financiera esto genera que se pueda atender un solo contenedor semanal porque los otros clientes no aceptaron las formas de pago.

En cuanto a sus Fortalezas

La empresa considera como fortalezas las certificaciones de calidad que posee, la capacidad operativa que le permite despachar tranquilamente 3 contenedores semanales, conocimiento de cultivo y de los centros de producción, capacidad de gestión de proveedores y capacidad financiera.

En cuanto a sus Debilidades

Como debilidades considera que la falta de puestos establecidos, administración de personal que genera a veces clima laboral deficiente, empresa con política familiar.

Tabla 10. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Experiencia en el sector	Apertura de nuevos mercados.
Certificaciones de calidad	Beneficios tributarios
Planta de proceso	Ferías y Ruedas virtuales
Cartera de clientes	Tendencia de consumo saludable
DEBILIDADES	AMENAZAS
Liquidez	Nuevos competidores
Empresa tipo familiar	Contaminación cruzada
Poder negociación bajo con los proveedores	Crisis económicas
Capacidad operativa baja	Lluvias

Fuente: Elaboración propia

Caso: Análisis Documental y entrevista al gerente comercial de la empresa

Análisis de los resultados para el planeamiento estratégico.

En cuanto a las estrategias competitivas del marketing mix.

Producto

Las estrategias competitivas para el producto están orientados a la certificación orgánica se prevalece esto porque es muy preferido por los clientes en el mercado internacional.

Precio

Las estrategias competitivas para el precio están orientado a un precio mínimo (el cual ya está incluido su margen de utilidad deseado) mientras haya ganancia la empresa concreta negocios para tener más movimiento comercial que le genera más liquidez.

Plaza

Las estrategias competitivas para la plaza están orientadas en buscar relaciones comerciales con importadores directos ya sea de gestión propia de la empresa o por medio de intermediarios que permita colocar los productos en el mercado internacional como el canadiense.

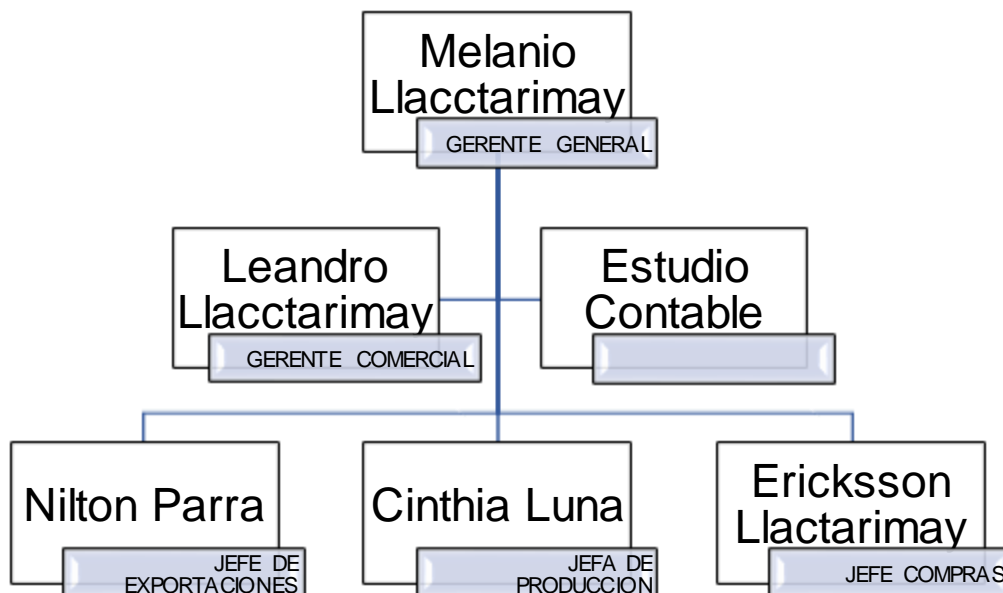
Promoción

Las estrategias competitivas para la promoción están orientadas en posicionar el jengibre de la empresa en otros mercados como el canadiense esta promoción se realiza por medio de las ferias virtuales o presenciales y ruedas de negocio organizados por gremios privados y estatales.

Caso: Análisis Documental y entrevista al gerente comercial de la empresa

Análisis de los resultados para la organización societaria

Figura 1. Organigrama de la empresa AGROEXPORTACIONES LLACTA SAC



Fuente: Elaboración propia

La empresa cuenta con un tipo de organigrama vertical basado en las necesidades de la empresa cuenta con 6 áreas de las cuales en la cual laboran 20 personas.

Caso: Análisis Documental

Análisis de los resultados para el estudio de mercado internacional

En cuanto a la oferta mundial

Tabla 11. Países exportadores de jengibre fresco en el mundo durante el periodo 2015-2019 en cifras de toneladas.

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
	exportada,	exportada,	exportada,	exportada,	exportada,
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Mundo	594760.00	717144.00	696860.00	766448.00	823385.00
China	408243.00	521253.00	440888.00	476775.00	523496.00
Tailandia	21086.00	44164.00	83248.00	73525.00	77797.00
Países Bajos	33298.00	42362.00	43999.00	48311.00	50669.00
Emiratos Árabes Unidos	6037.00	6505.00	6180.00	24908.00	26302.00
India	26115.00	15977.00	20700.00	16692.00	22834.00
Perú	10662.00	14330.00	26409.00	20773.00	22801.00
Brasil	7588.00	8847.00	5639.00	15326.00	22128.00
Myanmar	1184.00	933.00	4303.00	31139.00	19381.00
Nepal	22905.00	16886.00	10890.00	22355.00	10383.00
Indonesia	25750.00	21637.00	24108.00	3006.00	4289.00
Otros países	31892.00	24250.00	30496.00	33638.00	43305.00

Fuente: ITC-COMTRADE

Elaboración: Propia

La tabla 11, muestra que según cifras de ITC-COMTRADE en el 2019 se exportaron 823 mil 385 toneladas de jengibre siendo China el mayor exportador que registró 523 mil 496 toneladas de jengibre seguido de Tailandia que registró 77 mil 797 toneladas exportadas por el continente americano Perú se ubicó como el sétimo exportador de jengibre con un registro de 22 mil 801 toneladas seguido de Brasil que registró 22 mil 128 toneladas exportadas de jengibre.

Cabe resaltar que las exportaciones de jengibre presentan una tendencia creciente en el último quinquenio el crecimiento y que el continente asiático es el que mayor participación tiene en el mercado mundial del jengibre.

En cuanto a la demanda mundial

Tabla 12. Países importadores de jengibre fresco en el mundo durante el periodo 2015-2019 en cifras de toneladas

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	628809.00	697156.00	672320.00	744570.00	793539.00
Bangladesh	66204.00	85247.00	70679.00	81028.00	109059.00
Pakistán	89403.00	77290.00	79091.00	92799.00	89249.00
Estados Unidos de América	70435.00	76415.00	79176.00	84714.00	85914.00
Países Bajos	45128.00	47792.00	47271.00	59500.00	63396.00
Japón	56608.00	63989.00	61592.00	59127.00	58499.00
Emiratos Árabes Unidos	43913.00	47781.00	51492.00	51653.00	47769.00
Malasia	29642.00	28624.00	26552.00	27775.00	41080.00
Arabia Saudita	34142.00	37596.00	29754.00	27386.00	28201.00
Indonesia	6826.00	365.00	35.00	3846.00	21749.00
India	21938.00	23539.00	17721.00	21249.00	20909.00
Alemania	10920.00	14520.00	17270.00	17862.00	20090.00
Canadá	13208.00	14016.00	15511.00	16772.00	17534.00
Otros países	140442.00	179982.00	176176.00	200859.00	190090.00

Fuente: ITC-COMTRADE

Elaboración: Propia

En cuanto a la demanda de Canadá

Tabla 13. Importaciones de jengibre fresco por parte de Canadá durante el periodo 2017-202 en cifras de toneladas y dólares canadienses.

País	2020		2019		2018		2017	
	Cantidad (KGM)	Valor (CAN \$)	Cantidad (KGM)	Valor (CAN \$)	Cantidad (KGM)	Valor (CAN \$)	Cantidad (KGM)	Valor (CAN \$)
Monto comercial								
Mundo	14,551,085	34,242,552	17.474.356	36,417,722	16.772.160	31,746,518	15,511,145	28,317,890
China	12,152,529	25,789,382	15,434,714	28,523,911	15.075.434	25,261,007	13,812,023	22,656,869
Perú	1,766,903	5,902,069	1,200,376	4.587.717	1.129.417	3.825.891	1.080.060	3,026,631
Tailandia	112,519	567,564	249,299	1.040.080	101,723	528,746	99,145	501,516
Brasil	135.873	334.306	187,051	409,009	29.069	102,491	22,146	78.238
Estados Unidos	101,871	319,716	73.2	291,715	43,099	249,314	83,072	498,225
Nigeria	59.297	307,482	34,616	80,143	57.717	139.142	78.423	232,895
Costa Rica	71.681	284,350	13 273	26,533	38,449	93,349	75,439	128,543
India	18,756	160.433	55,537	274,403	61.43	225,708	82,674	235,554
Vietnam	23,673	111,472	30,670	137,253	17,538	110,047	16,208	87,962
Honduras	48,319	106,288	32,841	78,351	8.696	38 479	4	28

Fuente: Canadian International Merchandise Trade Database-CIMT

Elaboración: Propia

En cuanto al producto a Canadá ingresa jengibre en las siguientes presentaciones :

Frescos empacados en cajas de 13.60 kilogramos netos.



Figura 3. Jengibre fresco.



Figura 2. Cajas paletizadas.

Jengibres secos empacados en bolsas de Kraft de 25 kilogramos netos



Figura 5. Jengibre seco.



Figura 4. Jengibre seco en bolsas de kraft

En cuanto al precio FOB promedio de exportación en Canadá.

Tabla 14. Evolución del Precio FOB durante el periodo 2019-2020 en dólares/caja

Indicador	2019	2020 Enero-Noviembre
Peso Neto Kg.	1234432.52	1832583.16
Valor FOB USD KG.	\$2,188,631.61	\$3,507,514.11
Valor FOB CAJA	\$ 25.18	\$ 27.18

Fuente: Promperu Stat
Elaboración: Propia

Según cifras de Promperu Stat el precio de jengibre a Canadá fluctúa entre 25 y 27 dólares la caja.

En cuanto a la plaza en Canadá

El canal de distribución se realiza mediante importadores mayoristas que importan jengibre peruano y del mundo por vía marítima y aérea y luego son distribuidos a los minoristas y el ingreso por vía aérea se realiza a través de la provincia de British Columbia por Vancouver International Airport y la provincia de Ontario por el Toronto-Lester B. Pearson International Airport por vía marítima se realiza a través de la provincia de British Columbia por Vancouver Main Long Room, la provincia de Ontario por el Toronto- Port of Toronto y la provincia de Quebec por el de Montréal.

En cuanto a la Promoción.

La promoción del jengibre peruano en Canadá las empresas lo realizan mediante el marketing digital (fanpage de la empresa resaltando sus propiedades del jengibre).

También lo realizan en ferias internacionales como:

Tabla 15. Ferias y eventos internacionales con fechas y lugar.

NOMBRE	FECHA	LUGAR
Expoalimentaria	Semana final de Setiembre de cada año,	Lima
CHFA (Canadian Health Food Association)	Según programación	Toronto u otra ciudad asignada.
Promoción de la degustación de gastronomía peruana organizado por la OCEX TORONTO	Según programación del organizador	Según programación del organizador

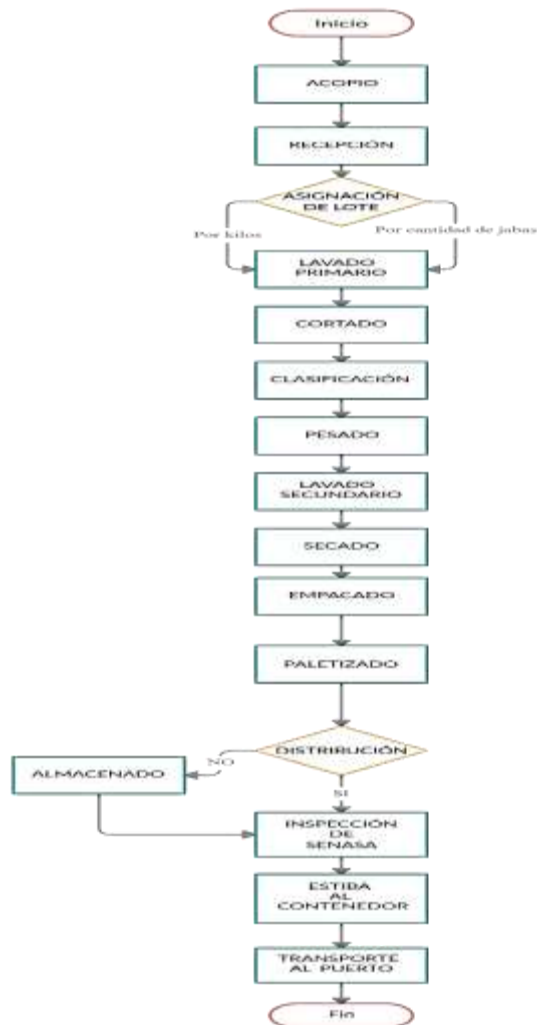
Fuente: FICHA MERCADO PRODUCTO JENGIBRE FRESCO - OCEX TORONTO
Elaboración: propia

Caso: Análisis Documental

Análisis de los resultados para el plan de operación

En cuanto al proceso productivo se constató que involucra 15 procesos que permiten a tender como mínimo un contenedor semanal.

Figura 6. Flujo del proceso productivo



Caso: Análisis Documental

Análisis de los resultados para la gestión exportadora

En cuanto a la distribución física internacional - DFI.

De los resultados obtenidos en la entrevista al gerente comercial de la empresa manifestó que el proceso empieza con el acopio, luego se procesa y se empaca para exportar el producto para lograr la exportación se sigue un cronograma de actividades que detalló de la siguiente manera:

Contactar con el cliente.

Cotizar el producto.

Confirmar el pedido.

Contactar con los proveedores de jengibre.

Coordinar con las fechas de abastecimiento para procesar.

Coordinar con los proveedores de servicio logístico cuando el producto este empacado.

Coordinar con el conductor del vehículo que contiene el contenedor.

Coordinar con el servicio de aduana y montacarga.

Tránsito del contenedor al puerto del Callao

Operaciones Aduaneras

Tránsito del contenedor al puerto internacional (Vancouver - Toronto) 20 - 25 días.

En cuanto a los documentos para exportar los expertos Revelli indicó que se necesitan Packing List, Certificado de Origen, Certificado Fitosanitario y documento de transporte internacional (BL o AWB).

Por otro lado, Díaz indicó que una parte de los compradores no solicitan certificados, salvo el cert. Organico en caso fuera Organico. Algunas empresas solicitan Certificado Global Gap, Grasp pero no es la mayoría.

En cuanto a las Barreras Arancelarias ambos expertos Revelli y Díaz coinciden que para exportar a Canadá no hay ninguna para arancelaria porque en marco del TLC, el importador no paga aranceles por el jengibre fresco.

En cuanto a las Barreras No Arancelarias: ambos expertos indicaron que el Protocolo fitosanitario y LMR de pesticidas debemos cumplir ya que Canadá regula que los productos con sensibilización del medio ambiente y calidad.

Caso: Análisis Documental

Análisis de los resultados para la rentabilidad empresarial

En cuanto a la rentabilidad de una empresa se realiza los estados financieros el cual para determinar su rentabilidad se realizaron en el Análisis del flujo y estado de resultados.

Figura 7. Flujo de caja proyectado

AGROEXPORTACIONES LLACTA S.AC.

Flujo de caja

Expresado en Soles

Años	0	1	2	3	4	Liquidación
INGRESOS						
Ingreso por ventas		S/.3,202,306	S/.4,002,883	S/.4,803,459	S/.5,604,036	
EGRESOS						
Inversiones						
-Aporte de capital	-S/.139,767					
-Terreno	-S/.125,000					S/.225,000
-Edificaciones	-S/.400,000					S/.80,000
-Muebles y equipos	-S/.70,000					S/.14,000
Costo de producción		S/.2,396,232	S/.2,995,290	S/.3,594,347	S/.4,193,405	
Gastos administrativos		-S/.105,600	-S/.105,600	-S/.105,600	-S/.105,600	
Gastos de ventas		-S/.355,104	-S/.443,880	-S/.532,656	-S/.621,432	
Impuesto a la Renta		-S/.75,411	-S/.109,234	-S/.143,057	-S/.176,879	-S/.30,000
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-S/.734,767	S/.269,959	S/.348,879	S/.427,799	S/.506,719	S/.289,000
FINANCIAMIENTO NETO						
Préstamo	S/.183,692					
Amortizació de capital		-S/.39,580	-S/.43,538	-S/.47,892	-S/.52,681	
interés y otros		-S/.18,369	-S/.14,411	-S/.10,057	-S/.5,268	
Ahorro fiscal		S/.5,511	S/.4,323	S/.3,017	S/.1,580	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/.551,075	S/.217,521	S/.295,253	S/.372,867	S/.450,350	S/.289,000

IR (impuesto a la Renta)	30%
Kd (costo de la deuda)	10%
COK (costo de oportunidad)	30%
WACC (coste promedio ponderado del capital)	24.99%

RESUMEN	0	1	2	3	4
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-734,767	269,959	348,879	427,799	506,719
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-551,075	217,521	295,253	372,867	739,350

Indicadores	TIR	VAN
FC ECONÓMICO	33.69%	131,197.32
FC FINANCIERO	47.98%	305,789.05

Indicadores	TIR	VAN
FC ECONÓMICO	33.69%	51,467.44
FC FINANCIERO	47.98%	219,537.70

Luego de proyectar el Flujo de Caja Económico y Flujo de Caja Financiero se deduce que:

El proyecto es rentable porque la TIR Económica es mayor que el WACC y el VAN es mayor que CERO.

Además, que el accionista gana más gracias al endeudamiento la deuda está agregando rentabilidad debido a que el TIR y VAN Financieros son mayores que el TIR y VAN Económicos.

Por otro lado, si descontáramos los flujos al COK se deducen que:

El proyecto si es rentable porque la TIR Económica es mayor que el COK y el VAN es mayor que CERO

El proyecto si va porque el Banco nos va a prestar dinero porque el Flujo de Caja Económico genera rentabilidad y ellos se fijan en el FCE.

Tabla 16. Estados de Resultados proyectado

**AGROEXPORTACIONES LLACTA
S.A.C.**

Estado de Resultados

Expresado en Soles

ESTADO DE RESULTADOS	1	2	3	4 Liquidación	
Ventas	S/.3,202,306	S/.4,002,883	S/.4,803,459	S/.5,604,036	
Costo de ventas	-	-	-S/.3,594,347	-S/.4,193,405	
UTILIDAD BRUTA	S/.806,074	S/.1,007,593	S/.1,209,112	S/.1,410,630	S/0
GASTOS OPERATIVOS					
Gastos Administrativos	-S/.105,600	-S/.105,600	-S/.105,600	-S/.105,600	
Gastos de Ventas	-S/.355,104	-S/.443,880	-S/.532,656	-S/.621,432	
Gastos por Depreciación	-S/.94,000	-S/.94,000	-S/.94,000	-S/.94,000	
UTILIDAD OPERATIVA	S/.251,370	S/.364,113	S/.476,856	S/.589,598	S/.100,000
Gasto Financiero	-S/.18,369	-S/.14,411	-S/.10,057	-S/.5,268	
UTILIDAD ANTES IR	S/.233,001	S/.349,702	S/.466,798	S/.584,330	S/.100,000
IR (30%)	-S/.69,900	-S/.104,911	-S/.140,039	-S/.175,299	-S/.30,000
UTILIDAD NETA	S/.163,101	S/.244,791	S/.326,759	S/.409,031	S/.70,000

Activos	Costo	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros al año 4	Valor de Liquidación
-Terreno	S/.125,000.00	infinita	S/.0.00	S/.0.00	S/.125,000.00	S/.225,000.00
-				-		
Edificaciones	S/.400,000.00	20	S/.80,000.00	S/.320,000.00	S/.80,000.00	S/.80,000.00
-Muebles y equipos	S/.70,000.00	5	S/.14,000.00	-S/.56,000.00	S/.14,000.00	S/.14,000.00
				-		
TOTAL	S/.595,000.00		S/.94,000.00	S/.376,000.00	S/.219,000.00	S/.319,000.00

Utilidad en la liquidación **S/.100,000.00**

V. DISCUSIÓN

Objetivo específico 1. Realizar un análisis empresarial.

Según los resultados obtenidos de la entrevista al gerente comercial se evidencia que la empresa tiene problemas de gestión administrativa, de procesos, de competitividad. Es decir, la empresa carece de un manual de funciones y diseño de puestos esto genera que el personal de la empresa esté realizando dos trabajos en diferentes áreas de la empresa (personal desmotivado, personales sujetos a presión, personal con exceso de carga laboral, personal que no es productivo o no alcanza niveles de productividad deseados en el área que no tienen las competencias para realizar actividades en la mencionada área).

Por otro lado, se evidencia problemas en la gestión de procesos ya que no cuenta con personal contratado idóneo en cada eslabón del flujo de producción de jengibre fresco además de procesos repetitivos (pérdida de tiempo y aumento de costos).

El nivel de competitividad es medio porque no cuenta con liquidez para atender pedidos o no puede cotizar a menor precio que los clientes requieren sus fortalezas competitivas son las certificaciones y el énfasis en la calidad.

Esta situación corrobora lo mencionado por las autoras Perez Zárate quien menciona en su investigación que existe un 30% de alta rotación de empleados en las empresas exportadoras de jengibre en Junín debido a factores como el sistema de trabajo (trabajo bajo presión, carga de trabajo y demás condiciones laborales). Asimismo, las autoras corroboran que las empresas están en proceso de tener una gestión óptima de los procesos ya que las 12 empresas que fueron analizadas por las autoras tienen problemas en los procesos ya que se pierde tiempo en diferentes áreas debido a factores como procesos repetitivos, diseño de planta, etc.

O.E.2. Realizar un análisis del nivel exportador de la empresa,

Según los resultados obtenidos de la entrevista al gerente comercial se evidencia que la empresa tiene un nivel exportador bueno y que está en proceso de madurez en exportación ya que cuenta con certificaciones de calidad exigidos en el mercado, asimismo cuenta con experiencia de 4 años exportando a Colombia, México, Ecuador, Republica Dominicana, Estados Unidos, Países Bajos y España.

Por otro lado, se evidencia que la empresa cuenta con una planta industrial para procesar jengibre con capacidad para atender 2 pedidos semanales mínimo y capacidad financiera para atender solo 2 pedidos semanales.

Además, se evidencia que la empresa conoce y maneja el cultivo de jengibre el cual le permite ofrecer un producto de calidad ya sea de acopio o producción propia.

Esta situación difiere con lo mencionado por el autor Satizabal quien en su investigación evidenció que la empresa colombiana Urban Garden Colombia S.A.S a pesar de tener una gran participación en el mercado colombiano en cuanto al sector de infusiones herbales, la empresa no estaba en condiciones para exportar infusiones herbales es por ello que en esa investigación se centra en identificar y analizar la trazabilidad del proceso de exportación de infusiones herbales en el mercado canadiense y producto de su investigación determinó que la empresa no cuenta con la capacidad productiva para suplir al mercado canadiense además de no tener promoción de sus productos en ese mercado y que lo recomendable seria que inicie su expansión internacional asistiendo a una feria internacional donde promocionen productos del sector que pertenecen.

O.E.3. Realizar un estudio de mercado internacional

Según los resultados obtenidos de la entrevista a los expertos y análisis documental se evidencia que Canadá es un mercado atractivo para las exportaciones de jengibre al Perú ya que el consumidor canadiense tiende a consumir productos orgánicos y que cumplan con responsabilidad social (agricultor y trabajador).

Por otro lado, se evidencia que el mercado internacional importa jengibre convencional y orgánico y que en su mayoría tienden a consumir orgánico los continentes de Europa y Norteamérica en presentación de fresco (empacados en cajas y canastillas) seco (empacados en bolsas de papel Kraft) y en polvo.

Además, en cuanto a cantidad el mundo está importando más cantidad de jengibre y específicamente Canadá que está incrementando su consumo en este último periodo.

Esta situación corrobora con lo mencionado por la autora Sandoval quien menciona también que Canadá es un mercado atractivo para la exportación de este producto ya que el consumidor tiene una tendencia por consumir productos con valor nutricional asimismo los autores Campos y León quienes mencionan en su estudio que el té de jengibre en el mercado de Nueva York tiene muy buena aceptación ya que existe una gran porcentaje de latinos en este Estado que consumen y recomiendan consumir jengibre a la otra población inglesa, americana, europea y asiática que residen en ese estado americano es así que ante lo mencionado se asume que el jengibre tienen gran aceptación por parte la población latina y en Canadá según el análisis documental se identifica que en Canadá residen más de 6 millones de latinos que pueden consumir y a su vez recomendar el consumo de jengibre en Canadá.

O.E.4. Proyectar los resultados de la implantación del plan elaborado.

Se tuvo que proyectar los resultados de la propuesta primero se realizaron los estados financieros del flujo de caja y estado de resultados, se consideró cuatro años en la proyección. El análisis de los estados financieros estuvo comprendido en los indicadores de rentabilidad como: el Valor Actual Neto Económico y Valor Actual Neto Financiero, así como también la Tasa Interna de Retorno Económico y Tasa Interno de Retorno Financiero.

Del análisis de rentabilidad se determinó que el proyecto es rentable porque la TIR Económica (33.69%) es mayor que el WACC (24.99%) y el VAN es mayor que CERO (S/. 131,197.32)

Además, que el accionista gana más gracias al endeudamiento la deuda está agregando rentabilidad debido a que el TIR Financiera (47.98%) y el VAN Financiero (S/. 305,789.05) son mayores que el TIR y VAN Económicos.

Asimismo, que si descontáramos los flujos al COK el proyecto sigue siendo rentable porque la TIR Económica (33.69%) es mayor que el COK (30%) y el VAN es mayor que CERO y que el proyecto si va porque el Banco nos va a prestar dinero porque el Flujo de Caja Económico genera rentabilidad y ellos se fijan en el FCE.

Estos resultados corroboran con lo mencionado por la autora Chavesta quien en su investigación de plan de negocios para la exportación de jengibre deshidratado determinó que es rentable flujos de fondos económico y financieros son positivos, obteniéndose un Valor Actual Neto (VAN) financiero de US\$ 84.825, mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanzó el 155%.

VI. CONCLUSIÓN

1. Al culminar esta investigación se concluye la situación empresarial de Agroexportaciones Llacta S.A.C., indica que es una empresa que está en crecimiento en el mercado nacional e internacional dado que no tienen una gran participación en el mercado nacional y cada periodo está creciendo en el envío de productos al mercado internacional.
2. También se concluye que el análisis del exportador de la empresa muestra un nivel bueno que está en proceso de consolidarse (proceso exportador) en los mercados internacionales ya que están ingresando a otros mercados internacionales como son España y Republica Dominicana y esta política de trabajo conjuntamente con las certificaciones adquiridas le permitirán en los próximos años ampliar su oferta exportable, ingresar a otros mercados internacionales y ampliar la cartera de clientes.
3. Considerando el mercado de Canadá para esta investigación se concluye que Canadá es un mercado atractivo para las exportaciones de jengibre peruano dado que el jengibre peruano es orgánico, más aromático y más picante que lo hacen distinto y preferido, estas propiedades hacen que el consumidor canadiense tienda a consumir jengibre ya que es orgánico y saludable y más en estos tiempos.
4. Finalmente se concluye que al proyectar los resultados el proyecto es rentable porque la TIR Económica (33.69%) es mayor que el WACC (24.99%) y el VAN es mayor que CERO (S/. 131,197.32)
Además, que el accionista gana más gracias al endeudamiento la deuda está agregando rentabilidad debido a que el TIR Financiera (47.98%) y el VAN Financiero (S/. 305,789.05) son mayores que el TIR y VAN Económicos.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al gerente de la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C. ejecutar y tener como guía esta propuesta de plan de exportación desembolsando el presupuesto de la implementación lo que le permitirá la exportación de jengibre a Canadá.
2. Se recomienda al gerente comercial de la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C., participar en ferias internacionales o eventos de la OCEX del Perú en mercados internacionales.
3. Se recomienda a los futuros investigadores en realizar investigaciones sobre evaluación de kpis de una empresa, rentabilidad empresarial de similar giro considerada en esta investigación.

VIII. PROPUESTA

Plan de negocios para la exportación de jengibre a Canadá, en la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C, Pichanaki.

Objetivo general: Lograr la rentabilidad de la exportación de jengibre a Canadá.

Objetivos específicos:

- a) Identificar la cadena de exportación.
- b) Determinar el presupuesto para exportar.
- c) Identificar los costos de exportación.

De acuerdo a los resultados

1. Síntesis del problema identificado. –

De acuerdo al análisis de resultados los aspectos críticos de la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C. es que no cuenta con certificaciones específicas para ingresar al mercado canadiense si puede conseguir clientes, pero la mayoría de clientes exigen por ejemplo la certificación SMETA, no tienen un cliente identificado o un cliente que sea de confianza además no tienen una guía para exportar a ese mercado y no tienen capacidad financiera para negociar formas y medios de pago.

2. Objetivo de la propuesta. -

Visto el problema identificado el objetivo de la propuesta es realizar un plan de negocios para exportar jengibre a Canadá.

Al realizar el plan de negocios se empezará a detallar los costos y actividades que implica realizar una exportación al mercado canadiense.

3. Fases de la Propuesta.

Nº	ACTIVIDADES	INDICADORES	PERIODO	RESPONSABLES
	BUSQUEDA DE CLIENTES	Buscar, llamar y enviar correos a los clientes identificados.	7 días	Gerente Comercial
	COTIZACIÓN	Cotizar con los operadores logísticos para la exportación, determinar los costos y gastos	7 días	Gerente Comercial
	RECIBIR Y EVALÚA LA ORDEN DE COMPRA	Se recibe y se evalúa la orden de compra por parte de los clientes interesados.	7 días	Gerente Comercial
	ACOPIO DE MATERIA PRIMA	Acopiar 21 toneladas de jengibre para un contenedor de 20' reefer	4 días acopio de materia prima	Jefe de Campo
	RECEPCIÒN DE MATERIA PRIMA	Recepción de Materia prima por lote y por zona.	4 días de recepción de materia prima	Jefe de Planta
	LAVADO, SELECCIÒN, SECADO, EMPACADO, PALETIZADO Y ETIQUETADO	Empezar con el proceso de lavado, selección, secado, empacado, paletizado y etiquetado.	7 días para realizar estos procesos	Jefe de planta y personal asignado
	INSPECCIÒN DE SENASA Y ESTIBA AL CONTENEDOR	Se realiza la inspección de Senasa posteriormente se estiba los pallets al contenedor.	1 día	Jefe de Senasa y montacarguista
	ELABORACIÒN DE DOCUMENTOS Y EVIDENCIAS DE EXPORTACIÒN	Para la salida del contenedor de planta se realizan los documentos, Factura, guía de remisión y se toman evidencias de la exportación.		Jefe de exportaciones

4. Síntesis del presupuesto de la propuesta

En síntesis, para esta propuesta se detalla que para lograr la exportación de un contenedor de jengibre al mercado de Canadá se requiere un presupuesto de 140 mil soles

Nº	ACTIVIDADES	INDICADORES	PERIODO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO ASIGNADO EN SOLES
1	BUSQUEDA DE CLIENTES	Buscar, llamar y enviar correos a los clientes identificados.	7 días	Gerente Comercial	S/.250.00
2	COTIZACIÓN	Cotizar con los operadores logísticos para la exportación, determinar los costos y gastos	7 días	Gerente Comercial	S/.18,005.20
3	RECIBIR Y EVALÚA LA ORDEN DE COMPRA	Se recibe y se evalúa la orden de compra por parte de los clientes interesados.	7 días	Gerente Comercial	S/.100.00
4	ACOPIO DE MATERIA PRIMA	Acopiar 21 toneladas de jengibre para un contenedor de 20' reefer	4 días acopio de materia prima	Jefe de Campo	S/.115,161.58
5	RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA	Recepción de Materia prima por lote y por zona.	4 días de recepción de materia prima	Jefe de Planta	
6	LAVADO, SELECCIÓN, SECADO, EMPACADO, PALETIZADO Y ETIQUETADO	Empezar con el proceso de lavado, selección, secado, empacado, paletizado y etiquetado.	7 días para realizar estos procesos	Jefe de planta y personal asignado	S/.4,650.00
7	INSPECCIÓN DE SENASA Y ESTIBA AL CONTENEDOR	Se realiza la inspección de Senasa posteriormente se estiba los pallets al contenedor.	1 día	Jefe de Senasa y montacarguista	
8	ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS Y EVIDENCIAS DE EXPORTACIÓN	Para la salida del contenedor de planta se realizan los documentos, Factura, guía de remisión y se toman evidencias de la exportación.	1 día	Jefe de exportaciones	S/.300.00
TOTAL DE PRESUPUESTO PARA EXPORTAR 1 CONTENEDOR A CANADÁ					S/.2,500.00 S/.140,966.78

5. Rentabilidad de la propuesta

Basándose en la propuesta de exportación de un contenedor señalado en el acápite de la síntesis se deduce que la utilidad neta de la exportación de 1 contenedor es de 13 mil 784 soles.

ESTADO DE RESULTADOS	1 CONTENEDOR
Ventas	S/.160,115.30
Costo de ventas	-S/.137,866.78
UTILIDAD BRUTA	S/.22,248.52
GASTOS OPERATIVOS	
Gastos Administrativos	-S/.2,300.00
Gastos de Ventas	-S/.1,500.00
Gastos por Depreciación	-S/.5,000.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/.13,448.52
Gasto Financiero	S/.0.00
UTILIDAD ANTES IR	S/.13,448.52
IR (2.5%)	S/.336.21
UTILIDAD NETA	S/.13,784.73

REFERENCIAS

- Informe Internacional de Frutas y Verduras. (2020). Obtenido de Informe Internacional de Frutas y Verduras:
<https://www.guojiguoshu.com/article/6132>
- Blanco, D. (2020). Obtenido de Perú, el nuevo paraíso del jengibre:
<https://www.efe.com/efe/america/economia/peru-el-nuevo-paraíso-del-jengibre/20000011-4322059>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, C. (2019). *siteal.iiep.unesco.org/*. Obtenido de
https://www.siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/11108.pdf
- Chavesta, S. (2019). *Plan de negocio para la exportación de jengibre deshidratado orgánico*. (Tesis de maestría). Obtenido de
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2822/ChavestaSheyla_Tesis_maestria_2019.pdf?sequence=1
- FreshPlaza. (2020). Obtenido de El jengibre brasileño aumenta su cuota de mercado: <https://www.freshplaza.es/article/9191859/el-jengibre-brasileño-aumenta-su-cuota-de-mercado/>
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *inei.gob.pe*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1671/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *inei.gob.pe*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1726/Libro.pdf
- Jang, H. (2020). <https://www.tridge.com/>. Obtenido de <https://www.tridge.com/stories/coronavirus-causes-global-ginger-prices-to-escalate>
- La República. (2020). *larepublica.pe*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/20/tlc-cuántos-acuerdos-comerciales-mantiene-el-peru-y-cuántos-están-por-venir/>
- Laos, J. A. (2017). *Plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a exportar*. Obtenido de https://elibro.net/es/lc/bibsipan/titulos/102136?as_all=plan__de__negocios&as_all_op=unaccent__icontains&as_edition_year=2017,2020&as_edition_year_op=range&prev=as

- Melo, C. (2019). *Saldo a favor del exportador y su incidencia en la rentabilidad en las*. (Tesis de Licenciatura). Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46844/Melo_ACC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- MINCETUR. (2015). *mincetur.gob.pe*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf
- Nair, N. (12 de Agosto de 2020). Let's get to the root of the Covid-19 ginger price surge. *Sunday Times Dayli*.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>
- Perez, D., & Zárate, R. (s.f.). *La competitividad de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín - 2019*. (Tesis de Licenciatura). Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7712/4/IV_FIN_107_TE_Perez_Zarate_2020.pdf
- PROCOMER. (2020). Obtenido de AUMENTO EN EL CONSUMO DE JENGIBRE EN EUROPA: https://www.procomer.com/alertas_comerciales/exportador-alerta/aumento-en-el-consumo-de-jengibre-en-europa/
- PROMEXICO. (2015). Obtenido de Decídete a Exportar Guía Básica: <https://cjaduanero.com/cjablog/wp-content/uploads/2016/11/Gu%C3%ADa-Basica-del-Exportador-Promexico-1.pdf>
- Rica, L. P. (2020). *procomer*. Obtenido de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/exportador-alerta/aumento-en-el-consumo-de-jengibre-en-europa/
- Sandoval, K. (2020). *Plan de negocios para la comercialización de la fruta champa (Campomanesia Lineatifolia) y exportación de la fruta liofilizada a Canadá*. (Tesis de maestría). Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/9845/SandovalKelly2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Satizabal, D. (2019). *Trazabilidad del proceso de exportación de infusiones herbales como muestra sin valor comercial a Vancouver - Canadá para la empresa Urban Garden Colombia S.A.S*. (Tesis de Licenciatura). Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/10763/1/2019_Trazabilidad_Exportación_MSVC.pdf

- SBA, S. B. (2020). *Redacte su plan de negocio*. Obtenido de <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan>
- Servicio Nacional de Certificación Ambiental para la Inversiones Sostenibles. (2012). *senace.gob.pe*. Obtenido de <https://www.senace.gob.pe/download/senacenormativa/NAS-4-1-01-DS-019-2012-AG.pdf>
- SIICEX. (2016). Obtenido de DE ORIENTACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS EN EL MARCO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES SUSCRITOS POR EL PERÚ: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/TLC%20SS.pdf>
- Silva, B. (2019). *Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de*. (Tesis de maestría). Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35271/Silva_MBL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- World Economic Forum. (2016). *cdi.org.pe*. Obtenido de http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeInformacion/doc/WEF_GITR_Full_Report.pdf
- Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

ANEXO 1

MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: PLAN DE NEGOCIOS

DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTA O ECUACIÓN	TÉCNICAS	FUENTE / INFORMANTE
Descripción del negocio	Misión Visión Valores	¿Cuál es la misión, visión y valores de la empresa?	Entrevista	Gerente de la empresa
	Idea de negocio	¿Cuál es el origen y el porqué de la idea de negocio?	Entrevista	Gerente de la empresa
Análisis de Mercado	Análisis PEST	¿Cuál son los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos?	Análisis documental	Portal web del peruano, portal web del diario gestión, portal web del siicex
	Análisis PORTER	¿Cuáles es su nivel de competitividad, nivel de productos sustitutos, nivel de nuevos competidores, nivel de relación con sus proveedores?	Entrevista y Análisis documental	Gerente de la empresa y portal web de siicex

Análisis de la situación	Análisis FODA	¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas?	Entrevista y Análisis documental	Gerente de la empresa y portal web de siicex,
Planteamiento Estratégico	Estrategias competitivas	¿Cuáles son las estrategias competitivas de acuerdo al marketing mix?	Entrevista	Gerente de la empresa
Organización societaria	Organigrama	¿Qué tipo de organigrama se emplea en la empresa? ¿Cuántas áreas cuenta la presenta y cuánto es el personal?	Entrevista y análisis documental	Gerente de la empresa e informe de la guía de observación

VARIABLE DEPENDIENTE: EXPORTACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTA O ECUACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Estudio de mercado internacional	Oferta	¿Cuáles son los países que más exportan jengibre?	Entrevista y Análisis documental	Experto en exportación de jengibre o especias y portal web de siicex y Trademap
	Demanda	¿Cuáles son los países que más importan jengibre?		
	Precio FOB	¿Cuál es el precio FOB promedio?		
	Plan de marketing internacional	¿En qué presentación se exporta el jengibre? ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuál es el canal óptimo para la exportación de jengibre?		
Plan de Operación	Proceso productivo	¿Cuál es el diagrama de proceso? ¿Qué materiales e insumos se necesitan para la producción?	Entrevista	Gerente de la empresa
	Costos de producción	¿Cuál el costo de mano de obra? ¿Cuál es el costo de los materiales e insumos?		
Gestión exportadora	Distribución Física Internacional	¿Cómo es el proceso de exportación?	Entrevista y Análisis documental	Experto en exportación de jengibre o especias y portal web de siicex y Trademap
	Documentos para exportar Barreras Arancelarias y No Arancelarias	¿Qué documentos se necesitan para exportar? ¿Qué tipos de barreras arancelarias y no presentan los mercados demandantes?		
Rentabilidad	Estados financieros Análisis de rentabilidad	¿Cuánto es el flujo caja y el estado de resultados? Ecuación del VAN Y TIR económico y financiero	Análisis documental	Análisis de los EEFF Análisis del VAN Y TIR

ANEXO 2

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS Mg. Moisés Revelli Romero

Chiclayo, 27 de octubre del 2020 ...

Señor Mg, Moisés Revelli Romero

Es grato dirigirme a Usted para manifestarle mi saludo cordial. Dada su experiencia profesional y méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforman los instrumentos (anexos), que serán aplicados a una muestra seleccionada que tiene como finalidad recoger información directa para la investigación titulada: **“Plan de negocios para la exportación de jengibre a Canadá, en la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C, Pichanaki.”** para obtener el grado académico de Máster en Administración de Negocios - MBA.

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento.

Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia u otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

Muy atentamente,

Br. Nilton Esleyter Parra Nauca.

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO 01 – ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA														
P R E G U N T A S	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende					OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Esencial	Útil pero no Esencial	No importante	
1.	X		X			X	X		X			X		
2.		X	X			X	X			X	X			Agregar "Valores"
3.		X	X			X	X		X		X			Agregar "Porqué de la idea de negocio"
4.	X		X			X	X		X		X			
5.	X		X			X			X		X			
6.	X		X			X			X		X			
7.	X		X			X			X		X			
8.		X				X	X			X	X			Agregar "Estrategias Comerciales"
9.	X		X			X			X		X			
10.	X		X			X			X		X			
11.		X		X	X			X		X	X			Se reformuló la pregunta
12.		X	X			X	X		X		X			
13.														
14.														
15.														
16.														
17.														
18.														
19.														
20.														

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO 02 – ENTREVISTA A LOS EXPERTOS EN EXPORTACIÓN DE ESPECIAS														
P R E G U N T A S	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Esencial	Útil pero no Esencial	No importante	OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No				
21.	X		X			X	X		X			X		
22.	X		X			X	X		X		X			
23.	X		X			X	X		X		X			
24.	X		X			X	X		X		X			
25.	X		X			X	X		X		X			
26.	X		X			X	X		X		X			
27.	X		X			X	X		X		X			
28.	X		X			X	X		X		X			
29.	X		X			X	X		X		X			
30.		X	X			X	X		X		X			Agregar "no arancelaria" y eliminar "conoce"
31.		X	X			X	X		X		X			Eliminar "conoce"
32.		X	X			X	X		X		X			Eliminar "conoce"
33.														
34.														
35.														
36.														
37.														
38.														
39.														
40.														

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA ENTREVISTA QUE SERÁ APLICADA A LOS ELEMENTOS DE LA MUESTRA

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia con los indicadores, dimensiones y variables de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o mejora de cada pregunta.

Muchas gracias por su apoyo.

Grado Académico: Maestro en Dirección de Operaciones y Logística

Nombre y Apellido: Moisés Revelli Romero



Firma: _____

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, **Moisés Revelli Romero**, con documento de identidad N° 70033565, de profesión Administrador de Empresas con Grado de Maestro, ejerciendo actualmente como Gerente de Operaciones, en la Institución Mpg Global Business S.A.C. (Myperuglobal).

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (entrevista), a los efectos de su aplicación en **una empresa exportadora de jengibre en la ciudad de Pichanaki**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems		X		
Claridad y precisión		X		
Pertinencia			X	

Fecha: 27 de octubre del 2020



Firma
DNI n°70033565

ANEXO 3

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS Mg. Francisco Eduardo Cuneo Fernández

Chiclayo, 30 de octubre del 2020 ...

Señor Mg, Francisco Eduardo Cúneo Fernández

Es grato dirigirme a Usted para manifestarle mi saludo cordial. Dada su experiencia profesional y méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforman los instrumentos (anexos), que serán aplicados a una muestra seleccionada que tiene como finalidad recoger información directa para la investigación titulada: **“Plan de negocios para la exportación de jengibre a Canadá, en la empresa Agroexportaciones Llacta S.A.C, Pichanaki.”** para obtener el grado académico de Máster en Administración de Negocios - MBA.

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento.

Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia u otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

Muy atentamente,

Br. Nilton Esleyter Parra Nauca.

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO 01 – ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA														
P R E G U N T A S	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Esencial	Útil pero no Esencial	No importante	OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No				
1.	x		x		x		x		x		X			
2.	x		x		x		x		x		X			
3.	x		x		x		x		x		X			
4.	x		x		x		x		x		X			
5.	x		x		x		x		x		X			
6.	x		x		x		x		x		X			
7.	x		x		x		x		x		X			
8.	x		x		x		x		x		X			
9.	x		x		x		x		x		X			
01	x		x		x		x		x		X			
1	x		x		x		x		x		X			
1	x		x		x		x		x		X			
2														
1														
3														
1														
4														
1														
5														
1														
6														
1														
7														
1														
8														
1														
9														
2														
0														

EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO 02 – ENTREVISTA A LOS EXPERTOS EN EXPORTACIÓN DE ESPECIAS														
P R E G U N T A S	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Esencial	Útil pero no Esencial	No importante	OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No				
1	2	x		x		x		x		X		X		
2	2	x		x		x		x		X		X		
3	2	x		x		x		x		X		X		
4	2	X		X		X		x		X		X		
5	2	X		X		X		X		X		X		
6	2	X		X		X		X		X		X		
7	2	X		X		X		x		X		X		
8	2	X		X		X		X		X		X		
9	2	X		X		X		X		X		X		
0	3	X		X		X		X		X		X		
1	3	X		X		X		X		X		X		
2	3	X		x		X		X		X		X		
3	3													
4	3													
5	3													
6	3													
7	3													
8	3													
9	3													
0	4													

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA ENTREVISTA QUE SERÁ APLICADA A LOS ELEMENTOS DE LA MUESTRA

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia con los indicadores, dimensiones y variables de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o mejora de cada pregunta.

Muchas gracias por su apoyo.

Grado Académico: __Magister_____

Nombre y Apellido: Francisco Eduardo Cúneo
Fernández_____

Firma:

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Francisco Cúneo Fernández
COORDINADOR
E.P. Negocios Internacionales
UCV - Campus Chiclayo

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, **Francisco Eduardo Cuneo Fernández**, con documento de identidad N° 43790999, de profesión Licenciado en Negocios Internacionales con Grado de Maestro, ejerciendo actualmente como coordinador de la EP de Negocios Internacionales, en la Institución Universidad Cesar Vallejo – Sede Chiclayo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (entrevista), a los efectos de su aplicación en **una empresa exportadora de jengibre en la ciudad de Pichanaki**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Fecha: 30 de octubre del 2020



Firma
DNI n°43790999

ANEXO 4

ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INSTRUMENTO 01: ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C.

OBJETIVO. Recopilar información con el propósito de proponer un plan de negocios para la exportación de jengibre al mercado de Canadá.

¿Cuántos años tiene la empresa en el mercado?

¿Cuál es la misión, visión?

¿Cuál es el origen o idea del negocio?

¿Considera que su empresa es competitiva? Sí o No ¿Por qué?

¿Cuántos competidores considera usted que hay en el mercado?

¿Cuáles son sus Fortalezas?

¿Cuáles son sus Debilidades?

¿Cómo realiza su gestión de ventas?

¿Cómo realiza su gestión de proveedores?

¿Cómo realiza su proceso de personal?

¿Cuál es el diagrama del proceso productivo para la exportación de jengibre?

¿Cuál el costo de mano de obra? ¿Cuál es el costo de los materiales e insumo?

ANEXO 5

ENTREVISTA APLICADA AL Mg, Moisés Revelli Romero EXPERTO EN EXPORTACION DE ESPECIAS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INSTRUMENTO 02: ENTREVISTA DIRIGIDA AL EXPERTO EN EXPORTACIÓN DE ESPECIAS.

OBJETIVO. Recopilar información con el propósito de proponer un plan de negocios para la exportación de jengibre al mercado de Canadá. Datos del experto en la exportación de especias.

1. ¿Cuáles son las principales zonas productoras de jengibre? Junín, principalmente en las zonas de Pichanaki, Satipo, San Martín de Pangoa y Mazamari.
2. ¿Cuáles son los principales destinos de las exportaciones de jengibre? Estados Unidos, Países Bajos, España, Canadá y Rusia.
3. ¿Cuáles son las principales empresas exportadoras de jengibre? Agronegocios La Grama S.A.C., Fruitxchange S.A.C., JCH Agroexportaciones S.A.C., Kion Export S.A.C y Elisur Organic S.A.C.
4. ¿Cuál es el precio FOB promedio de exportación? \$1.80 por KG.
5. ¿En qué presentación se exporta el jengibre? Fresco, polvo, deshidratado y en jugo.
6. ¿Cuál es el perfil del consumidor canadiense? Se caracteriza por ser un consumidor sensibilizado con los problemas del medio ambiente y el exceso de consumo. Por ello, tiende a concentrarse en el origen y calidad de los productos, sin dejar de lado el precio de este, orientando su consumo hacia los productos naturales.

7. ¿Cuál es el canal óptimo para la exportación de jengibre? Canal ONLINE (dada la coyuntura), plataformas B2B (web, LinkedIn, ruedas de negocios virtuales, ferias virtuales) y el email.

8. ¿Cómo se realiza el proceso de exportación de jengibre? La exportación de jengibre se exporta mayoritariamente en fresco. Normalmente sale por la vía marítima en contenedores refrigerados. Asimismo, se venden en consignación. En caso se haga programa de contenedores refrigerados, se puede

9. ¿Qué documentos se necesitan para exportar a Canadá? Factura Comercial, Packing List, Certificado de Origen, Certificado Fitosanitario y documento de transporte internacional (BL o AWB)

10. ¿Qué tipos de barreras arancelarias y no arancelarias presenta el mercado de Canadá?

Barreras Arancelarias: Ninguna. En marco del TLC, el importador no paga aranceles por el jengibre fresco.

Barreras No Arancelarias: Protocolo fitosanitario y LMR de pesticidas que debemos cumplir.

11. ¿Cuáles son las tendencias del mercado de especias en Canadá? En línea con la sensibilización del medio ambiente y calidad del producto, buscan consumir preferentemente en orgánico y con certificaciones que garanticen la inocuidad del producto.

12. ¿Qué tipo de negociador es el importador canadiense? Personal profesional, bastante informado, puntual. Para crear confianza y credibilidad, se necesita trabajar con formalidad y profesionalismo (cree mucho en las palabras de las personas, sobre todo en los hechos). Tiene 2 idiomas oficiales: inglés y francés. Por lo que es importante investigar qué idioma se habla en la ciudad donde esté su potencial comprador.

ANEXO 6

ENTREVISTA APLICADA AL Mg, Manuel Díaz EXPERTO EN EXPORTACION DE ESPECIAS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INSTRUMENTO 02: ENTREVISTA DIRIGIDA AL EXPERTO EN EXPORTACIÓN DE ESPECIAS.

OBJETIVO. Recopilar información con el propósito de proponer un plan de negocios para la exportación de jengibre al mercado de Canadá. Datos del experto en la exportación de especias.

1. ¿Cuáles son las principales zonas productoras de jengibre?
Pichanaqui, Satipo, Pangoa, todas ubicadas en Junin
2. ¿Cuáles son los principales destinos de las exportaciones de jengibre?
USA, Holanda, Canada
3. ¿Cuáles son las principales empresas exportadoras de jengibre?
Agronegocios La Grama SAC, Fruitxchange SAC, JCH Agroexportaciones SAC
4. ¿Cuál es el precio FOB promedio de exportación?
US\$35 por caja de 13.6 kgs
5. ¿En qué presentación se exporta el jengibre?
Cajas de cartón de 13.6 kgs y canastillas plásticas de 7.2 kgs
6. ¿Cuál es el perfil del consumidor canadiense?
Es un cliente que demanda jengibre orgánico y convencional a diferencia de otros países que comprar mayormente orgánico.
7. ¿Cuál es el canal óptimo para la exportación de jengibre?
Venta directa a importadores, mayoristas, supermercados
8. ¿Cómo se realiza el proceso de exportación de jengibre?
Se contacta y ofrece a los clientes, se envía presentación con precios y certificados.
9. ¿Qué documentos se necesitan para exportar a Canadá?
Una parte de los compradores no solicitan certificados, salvo el cert. Organico en caso fuera Organico. Algunas empresas solicitan Certificado Global Gap, Grasp pero no es la mayoría.

10. ¿Qué tipos de barreras arancelarias y no presentan el mercado de Canadá?

No hay barreras arancelarias para el jengibre fresco ni sus derivados, estamos libres de barreras arancelarias

11. ¿Conoce cuáles son las tendencias del mercado de especias en Canadá?

La demanda del mercado de Canadá por productos peruanos está creciendo, debido a que reconocen la calidad de nuestros productos.

Adicional, debido a que son productos asociados a la alimentación o beneficios a la salud, su consumo y demanda se viene incrementando producto de su buen poder adquisitivo.

12. ¿Conoce usted qué tipo de negociador es el importador canadiense?

Es un comprador que confía siempre y cuando uno le demuestre que ya ha vendido antes a alguna empresa de Canadá principalmente, podría ser de USA y un poco de Europa.

En caso que no tenga experiencia de exportación, será más difícil, pero deberá utilizar un sustento real, que genere confianza y demuestre que el exportador tiene la capacidad de cumplir con las expectativas del cliente.

Que el exportador demuestre que domina su producto, que conoce cómo lograr que su producto llegará en óptimas condiciones.

ANEXO 7

EVIDENCIAS DE LAS RESPUESTAS DE LOS EXPERTOS EN VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

MG MOISES REVELLI ROMERO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS Recibidos x

NILTON ESLEYTER PARRA NAUCA mar, 27 oct 13:55 ☆

Estimado, Mg Moises Revelli , un gusto saludarle le estoy enviando el formato para que valide mis instrumentos por favor y mi tesis de referencia Pd. Realice la

Moisés Revelli Romero <moisesrevelliromero@gmail.com> mié, 28 oct 18:26 ☆ ↶ ⋮

para mí -

Hola Nilton,
Adjunto lo solicitado. Gracias.

--
Saludos Cordiales.

Moisés Revelli Romero
Consultor en Comercio Exterior
Especialista en Logística Internacional, Gestión Aduanera y Planes de Negocios.
RPC 997595925



MG FRANCISCO EDUARDO CUNEO FERNANDEZ

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS Recibidos x

NILTON ESLEYTER PARRA NAUCA vie, 30 oct 12:10 ☆

Estimado, Mg Francisco Cuneo, un gusto saludarle le estoy enviando el formato para que valide mis instrumentos por favor y mi tesis de referencia Pd. Realice la

FRANCISCO EDUARDO CUNEO FERNANDEZ -franco@cunef.com - vie, 30 oct 17:35 ☆ ↶ ⋮


para mí -


Estimado magistrado Nilton Parra

Buenos tardes

Recibe lo solicitado. No sin antes indicar que sería bueno que los contenidos que va adjuntar sean de carácter profundos y extensos.

cordialmente,

 **FBA, Francisco E. Cuneo Fernández** | Coordinador
EP de Negocios Internacionales - FBAJ Chuluyta
T. +51(74) 483218 Are. 8356 | +51 92336740



MUCHAS GRACIAS. GRACIAS. RECIBIDO.

↶ Responder ↷ Reservar

ANEXO 8

EVIDENCIAS DE LAS RESPUESTAS DE LOS EXPERTOS ENTREVISTADOS

MG MOISES REVELLI ROMERO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS Recibidos x

NILTON ESLEYTER PARRA NAUCA mar, 27 oct 13:55 ☆
Estimado, Mg Moises Revelli , un gusto saludarle le estoy enviando el formato para que valide mis instrumentos por favor y mi tesis de referencia Pd. Realice la

Moises Revelli Romero mié, 28 oct 18:26 ☆ ↶ ⋮
para mí
Hola Nilton,
Adjunto lo solicitado. Gracias.

--
Saludos Cordiales,
Moises Revelli Romero
Consultor en Comercio Exterior
Especialista en Logística Internacional, Gestión Aduanera y Planes de Negocios.
RPC 997595925



MG MANUEL ALBERTO DIAZ CHAVEZ

INSTRUMENTO 02 - MG MANUEL DIAZ CHAVEZ- EXPERTO EN EXPORTACION DE ESPECIAS Recibidos x

NILTON ESLEYTER PARRA NAUCA Jue, 26 nov 22:05 (hace 8 días) ☆
Estimado, Mg Manuel Diaz, un gusto saludarle le estoy enviando el instrumento 02 para que pueda responder como experto en la exportación de especias. ...

Manuel Alberto Díaz Chavez vie, 27 nov 21:59 (hace 7 días) ☆ ↶ ⋮
para mí
Estimado Nilton
adjunto lo solicitado,

Saludos,
Manuel Diaz



ANEXO 9

FLUJO DE PROCESO DE JENGIBRE ORGÁNICO



ANEXO 10

EVIDENCIAS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE JENGIBRE



CULTIVO DEL JENGIBRE



VEHÍCULO DE ACOPIO EN TRAYECTO



RECEPCIÓN DEL JENGIBRE



LAVADO DEL JENGIBRE



CORTADO DEL JENGIBRE



SECADO DEL JENGIBRE



EMPACADO DEL JENGIBRE



PALETIZADO DEL JENGIBRE



ALMACENADO DEL JENGIBRE



CAJAS EN EL PALLET



INSPECCIÓN DE SENASA



ESTIBA DE LOS PALLETS AL CONTENEDOR

ANEXO 11

FICHA RUC DE LA EMPRESA



Reporte de Ficha RUC AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C. 20600861647

Lima, 29/09/2020

Información General del Contribuyente	
Código y descripción de Tipo de Contribuyente	30 SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Fecha de Inscripción	07/12/2015
Fecha de Inicio de Actividades	30/11/2015
Estado del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0133 - I.P.LAJUNIN-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	HABIDO
Entero electrónico desde	04/05/2018
Comprobantes electrónicos	FACTURA (desde 04/05/2018)

Datos del Contribuyente	
Nombre Comercial	AGROEXPORTACIONES LLACTA
Tipo de Representación	-
Actividad Económica Principal	1030 - ELABORACION Y CONSERVACION DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS
Actividad Económica Secundaria 1	4690 - VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA
Actividad Económica Secundaria 2	-
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	MANUAL/COMPUTARIZADO
Sistema de Contabilidad	MANUAL/COMPUTARIZADO
Código de Profesión / Oficio	-
Actividad de Comercio Exterior	IMPORTADOREXPORTADOR
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	-
Teléfono Fijo 2	-
Teléfono Móvil 1	84 - 955855000
Teléfono Móvil 2	1 - 985236494
Correo Electrónico 1	ajcomsa8001@gmail.com
Correo Electrónico 2	mlaccbetmay@agroexportlacta.com.pe

Domicilio Fiscal	
Actividad Económica Principal	1030 - ELABORACION Y CONSERVACION DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS
Departamento	JUNIN
Provincia	CHANCHAMAYO
Distrito	PICHANAQUE
Tipo y Nombre Zona	C. P. LA FLORIDA
Tipo y Nombre Vía	AV. MARGINAL

ANEXO 12

GUIA DE REMISIÓN

AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C. Acopia Achote, Kilon Saco, Fresco y otros productos de la Región Av. Marginal S/N - RPM/Cel. # 985 206894 - Entel: 978 001892 C. P. La Florida - Pichanaqui - Chanchamayo - Junín		R. U. C. 20600861647 GUIA DE REMISION - REMITENTE 0001 - N° 000352	
Fecha de Inicio del traslado: <u>13-11-2020</u> Punto de Partida: <u>AV MARGINAL NRO 3/N C.P. LA FLORIDA, JUNIN - CHANCHAMAYO - PIENHAYACHO</u> Punto de llegada: <u>AV CONTRAALMIRANTE RAYGADA NRO 111 - PRON. CONST. COLLAO, PRON. CONST. COLLAO - ORTIZ - COLLAO</u> Destinatario: <u>APM TERMINALS COLLAO S.A.</u>			
Motivo de traslado: RUC N° <u>20543083888</u> Doc. Identidad: _____ Costo Mínimo: _____		Tipo y Num. de Comp. de Pago: _____	
<input type="checkbox"/> Venta <input type="checkbox"/> Compra <input type="checkbox"/> Consignación		<input type="checkbox"/> Devolución <input type="checkbox"/> Recibo de Bienes <input type="checkbox"/> Importación	
<input type="checkbox"/> Venta con entrega a terceros <input type="checkbox"/> Venta sujeta a consignación por el comprador <input type="checkbox"/> Traslado entre establecimientos de la misma empresa		<input checked="" type="checkbox"/> Exportación <input type="checkbox"/> Traslado zona primaria <input type="checkbox"/> Traslado por emisor itinerante	
<input type="checkbox"/> Traslado de bienes para transformación <input type="checkbox"/> Otros (especificar): _____			
Datos del bien transformado:			
DESCRIPCION		Cantidad	Unidad de Medida
<u>JENGIBRE FRESCO EN CAJAS DE 13.60 KILOS NETOS</u>		<u>1440</u>	<u>CAJAS</u>
			PESO <u>19584 X6</u>
CLIENTE: _____		1. MS-CI-284-5271	
CONTENEDOR <u>SEG4 9126410</u>		TERMO REGISTROS <u>2. MS-CI-234-5186</u>	
DESTINO: <u>PUERTO DE ROTTERDAM - HOLANDA</u>		PRECINTO ADUANA: <u>0086L002863</u>	
BOOKING <u>087UM 394198</u>		PRECINTO LINEA: <u>FX 13270911</u>	
Datos del Transportista:			
R.U.C. <u>20166522375</u>		Denominación, Apellidos y Nombres: <u>EMPRESA VENTURE S.A</u>	
Código de Autorización (SCOP) OSINERG: _____		Datos de la Unidad de Transporte y Conductor: Marca y Placa: <u>INTERNATIONAL</u> Licencia de Conducir: <u>A40157701</u> <u>AUS-895/D4B979</u>	
Huanqui Morón Livia J. RUC: 10205844848 Av. Marginal # 401 Telefax 084 347341 Aut. SUNAT N° 1124332133 Serie 0001 - 000201 - 000400 F. Imp. 10/07/2020		R. REMITENTE: _____ CONFORMIDAD DEL CLIENTE: _____	
		DESTINATARIO: _____	

ANEXO 13

FACTURA ELECTRÓNICA

18/11/2020

:: Factura Electronica - Impresion ::

AGROEXPORTACIONES LLACTA AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C. AV. MARGINAL S/N C.P. LA FLORIDA ALT KM 25 COSTADO DE IGLESIA ISRAELITA PICHANAQUI - CHANCHAMAYO - JUNIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600861647 E001-102																						
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 18/11/2020 Señor(es) : Establecimiento del Emisor : AV. MARGINAL S/N C.P. LA FLORIDA ALT KM 25 COSTADO DE IGLESIA ISRAELITA JUNIN-CHANCHAMAYO-PICHANAQUI Tipo de Moneda : DOLAR AMERICANO Observación : PRECIO FOB - PUERTO CALLAO - PERU, INCOTERMS 2020, PAGO AL 70% CONTRA DOCUMENTOS Y EL 30% AL ARRIBO DEL BUQUE																								
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario	ICBPER																				
1440.00	CAJA	JENGIBRE FRESCO ORGANICO EN CAJAS DE 13.6 KG NETOS	•	0.00																				
Valor de Venta de Operaciones Gratuitas : \$ 0.00			<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Sub Total Ventas :</td><td></td></tr> <tr><td>Anticipos :</td><td style="text-align: right;">\$ 0.00</td></tr> <tr><td>Descuentos :</td><td style="text-align: right;">\$ 0.00</td></tr> <tr><td>Valor Venta :</td><td></td></tr> <tr><td>ISC :</td><td style="text-align: right;">\$ 0.00</td></tr> <tr><td>IGV :</td><td style="text-align: right;">\$ 0.00</td></tr> <tr><td>ICBPER :</td><td style="text-align: right;">\$ 0.00</td></tr> <tr><td>Otros Cargos :</td><td style="text-align: right;">\$ 0.00</td></tr> <tr><td>Otros Tributos :</td><td style="text-align: right;">\$ 0.00</td></tr> <tr><td>Importe Total :</td><td></td></tr> </table>		Sub Total Ventas :		Anticipos :	\$ 0.00	Descuentos :	\$ 0.00	Valor Venta :		ISC :	\$ 0.00	IGV :	\$ 0.00	ICBPER :	\$ 0.00	Otros Cargos :	\$ 0.00	Otros Tributos :	\$ 0.00	Importe Total :	
Sub Total Ventas :																								
Anticipos :	\$ 0.00																							
Descuentos :	\$ 0.00																							
Valor Venta :																								
ISC :	\$ 0.00																							
IGV :	\$ 0.00																							
ICBPER :	\$ 0.00																							
Otros Cargos :	\$ 0.00																							
Otros Tributos :	\$ 0.00																							
Importe Total :																								
SON: CINCUENTA Y DOS MIL TRESCIENTOS CINCUENTA Y OCHO Y 40/100 DOLAR AMERICANO																								
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.																								

ANEXO 14

DETALLE DEL PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

GASTOS DE ACOPIO PARA EL CONTENEDOR

PRODUCTOR	EXPORTACIÓN / KG	INDUSTRIAL / KG	DESCARTE / KG
GUIDA GALINDO	5276.20	494.80	871.00
HECTOR DE LA CRUZ	2055.00	187.50	184.80
MANUEL LLACCTARIMAY	980.00	75.40	136.80
MIGUEL ACEVEDO	923.80	171.70	326.00
ALEXIS CASTILLO	1077.00	47.20	64.80
GUIDA GALINDO	6059.80	439.00	794.00
MIGUEL ACEVEDO	1043.20	184.40	376.80
MANUEL PALOMAR	3221.00	474.20	242.40
MARDONIO NAVIDAD	1092.60	88.80	134.00
TOTAL ACOPIO	21728.60	2163.00	3130.60

COSTOS DE PRODUCCIÓN

MERMA 5%		1086.43 kilos
TOTAL DE JENGIBRE DE EXPORTACION PARA EMPACAR		20642.17 Kilos
CANTIDAD DE CAJAS DE 14.20 KG		1453.67
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA	S/.	115,161.58
COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA	S/.	3,500.00
MATERIALES E INSUMOS	S/.	100.00
LUZ Y AGUA	S/.	600.00
ALMUERZO	S/.	450.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		S/. 119,811.58

COSTOS DE EXPORTACIÓN

CAJAS TROQUELADAS 1440 UNIDADES	S/.	6,163.20
ZUNCHOS	S/.	52.00
ESQUINEROS 80 UNIDADES	S/.	248.00
ETIQUETA	S/.	350.00
PALLET 20 UNIDADES	S/.	960.00
MONTACARGA	S/.	200.00
INSPECCIÓN SENASA	S/.	300.00
OPERADOR LOGISTICO	S/.	9,282.00
OTROS GASTOS DE EXPORTACIÓN	S/.	500.00

TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN	S/.	18,055.20
------------------------------------	------------	------------------

GASTOS ADMINISTRATIVOS

GERENTE	S/.	750.00
ADMINISTRADOR	S/.	375.00
JEFE DE PLANTA	S/.	300.00
CONTADOR	S/.	500.00
JEFE DE EXPORTACIONES	S/.	375.00

TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/.	2,300.00
--	------------	-----------------

INGRESOS

INGRESO POR VENTAS INTERNACIONALES

CAJAS	1440
PRECIO	\$30.00
T.C	3.57
TOTAL DE INGRESOS	S/.154,224.00

INGRESO POR VENTAS DE INDUSTRIAL

CANTIDAD	2163.00
PRECIO	S/.2.00
TOTAL DE INGRESOS	S/.4,326.00

INGRESO POR VENTAS DE DESCARTE

CANTIDAD	3130.60
PRECIO	S/.0.50
TOTAL DE INGRESOS	S/.1,565.30

TOTAL DE INGRESOS	S/.160,115.30
--------------------------	----------------------