



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA

Br. Cruz Quispe Yoselin Tatiana (ORCID: 0000-0001-7725-1703)

ASESOR

Mg. Túllume Capuñay Victor Raúl (ORCID: 0000-0003-2846-6462)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comercio Internacional

PIURA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios por sus infinitas bendiciones que derrama sobre mí día a día logrando que sea una persona perseverante que no se amilana ante nada.

A mis padres Wilfredo Cruz Manrique y Francisca Quispe Atoche por ser ellos el eje principal de mi educación, porque con su amor y dedicación me transmiten fuerzas para seguir avanzando.

A las señoras directivas de la Asociación de mujeres emprendedoras BOS (MEBOS), por haber confiado en mí veracidad y fidelidad para brindarme datos importantes de su procedimiento y elaboración de la mermelada en estudio y así poder desarrollar con eficiencia este documento.

Agradecimiento

Agradecerle a Dios por la buena salud que me da para así poder seguir logrando lo que tanto anhelo.

A mis padres Wilfredo Cruz Manrique y Francisca Quispe Atoche por ser ellos quienes invierten y me impulsan con amor y perseverancia extendiendo siempre su mano para que pueda lograr mis objetivos.

A mis hermanos Harold Cruz, Cristhian Cruz y Cesar Cruz por ser ellos quienes me brindan apoyo moral y emocional que toda persona necesita.

Y a todos y cada uno de mis profesores de clase, los cuales con su esmero lograron que a lo largo de estos cinco años pueda conocer a fondo la importancia de la carrera profesional queriendo así que en un futuro pueda desempeñarme con eficacia en este medio competitivo.

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 10:30 del día 14 de Enero 2019.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

“Mercado de Canadá, Oportunidad de negocio
frente a exportación de hummelada a base de
avena orgánica: Caso Asociación de mujeres
Autónomas Mujeres 100% Saludables. Tullana 2019.”

Sustentada por:

Quispe Yoselin Yastiana
(Apellidos) (Nombres)

Bachiller en:

ACUERDAN:

otorga el calificativo de 18. (Dieciocho).

RECOMIENDAN

Presidente (a) del Jurado:

Vicente Raúl Trillo Quispe
Nombre Completo Firma

Miembro (a) del Jurado:

Jorge Prado Castro
Nombre Completo Firma

Miembro (a) del Jurado:

Fraida Alicia Coronado
Nombre Completo Firma



Declaración de autenticidad

Yo Cruz Quispe Yoselin Tatiana con DNI N° 73104605, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo ,Facultad de ciencias empresariales ,Escuela de Negocios Internacionales declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica .

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Así mismo, autorizo a la Universidad Cesar Vallejo publicar la presente información si lo cree conveniente.

Piura, diciembre del 2017


Cruz Quispe Yoselin Tatiana

DNI N° 73104605

Índice

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Acta de sustentación de tesis.....	IV
Declaración de autenticidad	V
Resumen.....	IX
Abstract.....	XI
I. Introducción.....	1
1.1. Realidad Problemática	1
1.2. Trabajos Previos	4
1.2.1. Tesis Internacionales	4
1.3. Teorías Relacionadas al Tema.....	5
1.4. Formulación del Problema.....	19
1.5. Justificación del Estudio	19
1.6. Hipótesis.....	20
1.6.1. Hipótesis General	20
1.6.2. Hipótesis Específica	20
1.7. Objetivos	20
1.7.1. Objetivo General.....	20
1.7.2. Objetivos Específicos	20
II. Metodología.....	21
2.1. Diseño de investigación	21
2.2. Variables, Operacionalización	21
2.3. Población y Muestra.....	24
2.4. Técnicas e instrumento	25
2.5. Métodos de análisis de datos.....	26
2.6. Aspectos éticos	26
III. Resultados.....	27
IV. Discusiones	49
V. Conclusiones.....	52
VI. Recomendaciones.....	53
VII. Referencias bibliográficas	55
Anexos	57

Índice de tablas

Tabla N° 01 Segmento de edades	27
Tabla N° 02 Consumo general de mermelada	27
Tabla N° 03 Sabores de consumo.....	28
Tabla N° 04 Precio de compra	29
Tabla N° 05 Temporadas de consumos	30
Tabla N° 06 Consumo de productos orgánicos	30
Tabla N° 07 Disposición a consumir mermelada de banano orgánico	31
Tabla N° 08 Disposición a cancelar por la mermelada a base de banano	31
Tabla N° 09 Otras capacidades.....	32
Tabla N° 10 Tipos envase	32
Tabla N° 11 Lugares de compra.....	33
Tabla N° 12 Oferta de mermelada.....	34
Tabla N° 13 Requisitos Arancelarios.....	37
Tabla N° 14 Documentos requeridos para la exportación a Canadá.....	38
Tabla N° 15 Requisitos para Productos Procesados.....	39
Tabla N° 16 Requisitos de Etiquetado - Alimentos procesados	40
Tabla N° 17 Maquinaria.....	42
Tabla N° 18 Costos de producción.....	43
Tabla N° 19 Mano de obra	44
Tabla N° 20 Impuestos.....	45
Tabla N° 21 Certificados	45
Tabla N° 22 Otros costos	45
Tabla N° 23 Costos totales de producción por frasco	46
Tabla N° 24 Precio de compra EXW	48
Tabla N° 25 Margen de rentabilidad.....	48

Índice de cuadros

Cuadro 1. Componentes del banano.....	18
Cuadro 2. Tipo de estudio	21
Cuadro 3. Diseño de investigación.....	21
Cuadro 4. Variables.....	21
Cuadro 5. Operacionalización	22
Cuadro 6. Técnicas e instrumentos.....	25

Índice de anexos

Anexo A. Encuesta.....	57
Anexo B. Validación de encuesta.....	59
Anexo C. Ficha de confiabilidad	71
Anexo D. Encuestas aplicadas.....	72
Anexo E. Entrevista	82
Anexo F. Validación de entrevista	83
Anexo G. Entrevista aplicada	95
Anexo H. Fotografías de entrevista	97
Anexo I. Matriz de consistencia.....	98

Índice de actas

Acta 1. Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	101
Acta 2. Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional ucv	103
Acta 3. Autorización de la versión final del trabajo de investigación	104

Resumen

El objetivo de estudio fue determinar la oportunidad de negocio en el mercado de Canadá para la exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana. Para determinar el primer objetivo se tomó una población de 28´666.239 habitantes pertenecientes al segmento de edades 18 a más con una muestra de 196 personas las cuales fueron elegidas de manera aleatoria, en el proceso de obtención de resultados se utilizó la técnica de la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario mismo que arrojó datos exactos sobre la demanda potencial de mermelada a base de banano orgánico, donde el 99% de las personas están dispuestas a adquirirla, ya que del mismo modo un 99% tiene preferencia por el consumo de productos orgánicos elaborados de manera natural sin ningún tipo preservante, el 53.1% de las personas tiene un poder adquisitivo de compra entre \$6-9 la presentación de 250mg envasado en frascos de vidrio el cual será consumido en mayor proporción las temporadas de otoño e invierno.

Para analizar el segundo objetivo se aplicó el instrumento la entrevista con su respectivo cuestionario el cual fue aplicado a la Sra. presidenta de la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, donde se identificó que la oferta actual es de 2500 frascos mensuales un equivalente a 625 kilos mismos que son comercializados a mercado distrital, local y regional a un precio unitario de S/.5.00. De tal modo se analizó que tienen una capacidad en planta para la elaboración de 4000 frascos equivalentes a 1000 kilos.

Para el tercer objetivo se investigó en páginas de herramientas comerciales y páginas autorizadas de comercio internacional, donde se detalló todos y cada uno de los requisitos tanto arancelarios y no arancelarios impuestos por el mercado de Canadá.

El cuarto y último objetivo se efectuó mediante un análisis de rentabilidad económica la rentabilidad del proyecto donde dado el precio de venta EXW y el

precio de compra EXW el margen de rentabilidad es de 14% por valor unitario de mermelada a base de banano orgánico.

Se concluyó que el mercado de Canadá representa una gran oportunidad de negocio debido a los gustos y preferencias por el consumo de productos orgánicos, los cuales son muy bien valorados, y adquiridos a precios considerables que generan excelentes márgenes de utilidad. Además es un mercado muy exigente en el tema de requisitos para la importación de productos procesados.

Palabras claves: demanda potencial, oferta, requisitos y rentabilidad económica

Abstract

The objective of the study was to determine the business opportunity in the Canadian market for the export of marmalade based on organic bananas. Case Association of Women Entrepreneurs BOS, Salitral-Sullana. To determine the first objective, a population of 28,666,239 people belonging to the segment aged 18 to over was taken with a sample of 196 people who were chosen at random, in the process of obtaining results the survey technique was used with its respective instrument the same questionnaire that gave exact data on the potential demand of jam based on organic bananas , where 99% of people are willing to acquire it, because in the same way 99% have a preference for the consumption of organic products prepared in a natural way without any type of preservative, 53.1% of people have purchasing power between \$ 6-9 the bottle of 250mg packed in glass bottles which will be consumed in greater proportion during the fall and winter seasons.

To analyze the second objective, the instrument was applied to the interview with its respective questionnaire which was applied to the President of the Association of Women Entrepreneurs BOS, where it was identified that the current offer is of 2,500 bottles per month, equivalent to 625 kilos. Which are marketed at district, local and regional markets at a unit price of S /. 5.00. In this way it was analyzed that they have a plant capacity for the production of 4000 bottles equivalent to 1000 kilos per month.

For the third objective, it was investigated in pages of commercial tools and authorized pages of international trade, where each and every one of the requirements, both tariff and non-tariff imposed by the Canadian market, was detailed.

The fourth and final objective was analyzed through an economic profitability analysis where the profit margin obtained by the export of marmalade based on organic bananas to the Canadian market is 14% unit value on the price of the export price (EXW).

It was concluded that the Canadian market represents a great business opportunity due to the tastes and preferences for the consumption of organic products, which are very well valued and acquired at considerable prices that generate excellent profit margins, it is also a very demanding market on the subject of requirements imposed for the importation of processed products.

Keywords: potential demand, supply, requirements and economic profitability

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

En la cultura canadiense las nuevas tendencias sobre alimentos orgánicos se acomodan al ritmo de los cambios y la manera de actuar de los compradores, en su vida propia y aspectos demográficos, así mismo las estrategias y puntos de distribución son cambiantes relativamente. La masa poblacional es un elemento importante principal que se toma en cuenta a la hora de llevar a cabo productos emergentes, debido a que los clientes de este país tienen un promedio de edad. Los consumidores canadienses de hoy están sumamente educados con respecto a la salud física y alimentación sana a nivel mundial; lo cual se pone en manifiesto en la preferencia al ingerir alimentos más vitalicios, con reducidas porciones de grasa, abundantes hortalizas y frutos frescos.

Sepúlveda (2015) interpreta que todo canadiense consumidor opta por los alimentos orgánicos dígame por diversos motivos, específicamente porque lo califica como un factor importante para la salud y cuidado en la seguridad del medio ambiente, al consumidor de productos agrarios y productores. Una gran representación de consumidores definen a los alimentos orgánicos como más sustanciosos, y agradables de saborizar mismos que favorecen la protección de animales y ecosistema ambiental, pues existe una gran diferencia si se habla de alimentos convencionalmente elaborados. Gracias a la globalización los compradores y/o consumidores canadienses están predispuestos a obtener nuevos conocimientos relacionados al tema de los alimentos que son procesados genéticamente para la obtención de productos modificados transgénicamente, siendo así que con el transcurrir de sus investigaciones están poniendo su confianza en el consumo masivo de productos altamente naturales.

PROMPERU (2016) describe que en el mercado canadiense; exactamente los padres de familia están adquiriendo masivamente productos orgánicos, fortificados y sanos para los más pequeños del hogar, su única finalidad es impulsarles a sostener una vida con estilo saludable. Los consumidores que atraviesan la tercera edad están muy atraídos a mantener una vida con estilo

saludable y un alto porcentaje de vitalidad que acompañe su periodo de jubilación; en conclusión, este grupo de personas invierte cantidades significativas financieras en alimentos sanos, que contengan energía y aditivos orgánicos (naturales); convirtiéndose en un segmento objetivo predominante para la manufactura del bienestar y la salud.

(Health Canadá) Ministerio de salud de Canadá, aclara que en un estudio reciente, el cincuenta y ocho (58%) de los usuarios canadienses saludablemente optan por adquirir muestras de un producto más sano, mientras que por otro lado el cincuenta y siete (57%) de clientes ha tomado ya la iniciativa de preferir un artículo alimenticio de alternativa saludable. Algunos otros en su totalidad ya apartaron por completo el adquirir productos menos saludable (47%), finalmente se sustenta que otro grupo al momento de adquirir un producto en su compra se inclina por lo saludable cosa que no hacía en el pasado.

La productividad de banano orgánico en el Perú, puntualmente en Piura región es una de las actividades más sobresalientes, que permite de dicho modo el crecimiento del departamento. Salitral uno de los distritos de la provincia de Sullana es una de las zonas de cultivo más prosperas en la región, pues en este se produce diariamente cantidad de cajas de banano que posteriormente son vendidas a mercados internacionales. La producción de este en el distrito ha dado lugar a puestos de empleo, se sabe es un alimento totalmente nutritivo que brinda muchos beneficios para el ser humano y disfruta de buena demanda en muchos lugares del exterior.

Dentro de estos puestos se encuentran la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS que fue creada el 23 de marzo de 2010 como una parte de la asociación BOS. Actualmente cuentan con una junta directiva integrada por seis mujeres quienes trabajan de manera autónoma, estas en su mayoría madres de familia las cuales buscan la oportunidad de aportar en la economía de su hogar, pero sobre todo desarrollar capacidades, conocen sus limitaciones y también saben hacia donde quieren llegar.

Su tan ansiado sueño pero no el único es ser reconocidas a nivel mundial por la mermelada a base de banano orgánico, misma que denominaron “Banano mix”. En el proceso de elaboración se utilizan maquinas industriales que fueron adquiridas gracias a un proyecto con el súper mercado Alemán Líder, quien les otorgo 50 mil euros, es más con este recibieron capacitaciones de industrialización y talleres de artesanía en chante, “con el chante se pueden hacer muchas cosas desde cuadros, adornos y vestimentas”.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Tesis Internacionales

Medina (2016) explica en su trabajo de investigación, sobre la exportación y comercialización de jalea de Banana hacia el mercado de Holanda como ejecutar una idea innovadora de emprendimiento a través de la fabricación de un producto con valor agregado derivado de la merma del Banano materia prima que queda desechada por no contar con las características oportunas para la exportación, con este estudio se requiere asistir a la empresa exportadora a introducirse en el mundo de la industrialización ya que solo exporta productos primarios tradicionales durante años, se utilizara todo el potencial de la oferta exportable que tiene nuestro país como fortaleza para atraer nuevos mercados internacionales pero con productos de excelente calidad y con valor agregado que diversifiquen la cartera de negocios de la empresa exportadora. Concluyo que la factibilidad Técnica es viable porque no se requieren de procesos complejos para elaborarla.

Vaca (2016) en su estudio preliminar sobre “Exportación de Mermelada de Arazá hacia el mercado Alemán”, Tiene como misión la exportación del producto. Para la distribución del mismo se utilizaron fuentes de investigación donde se adquirieron temas, tales como el uso del producto en el mercado meta, características, permisos, costos y estadísticas para organizar de manera adecuada todo el proceso de exportación. Concluyo que la mermelada de arazá es un producto que por su valor alternativo tendrá aceptación en el mercado Alemán, ya que en los porcentajes analizados ha tenido una progresión constante dentro de la subpartida del producto.

Morales (2016) en su trabajo de investigación sobre el comercio internacional de puré de banano al mercado estadounidense, tiene como objetivo la formación de una organización exportadora de productos terminados, aprovechando la alta aceptación que está teniendo todo aquel producto que es elaborado a base de la pulpa de banano orgánico, pues este tipo de comercio en la actualidad no es utilizado en su totalidad por el productor ecuatoriano, ofreciendo un producto con

valor agregado a los clientes potenciales de banano mismo que a su vez originara rentabilidad para la empresa. Concluyendo así que el éxito es muy altamente probable puesto que la demanda de este tipo de productos a nivel mundial va en aumento cada año, originado por el ritmo y estilo de vida que prefieren llevar los nuevos clientes que van apareciendo cada año, con preferencias y gustos que les permita favorecer su salud física y mental.

Silva (2015) en su tesis para exportación de Aguaymanto a Japón. Tiene como objetivo proponer un proyecto de exportación con el fin de calcular que tan exitoso y viable puede ser el mismo en un mercado tan desarrollado como Japón, planteando tácticas que lo conlleven al éxito. Concluyendo que de acuerdo a la investigación previamente originada se analizó que Japón como potencia interpone barreras comerciales sumamente rigurosas, de tal modo se solicita todo el esfuerzo correspondiente para ejecutar tratados comerciales que permitan la libre comercialización de productos agrícolas y con esto se promueva el bienestar económico para ambos países. Este estudio se puede aplicar para comparar las barreras comerciales y de accesibilidad a otros posibles destinos para la exportación de mermelada de Aguaymanto.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1. Oportunidad de Negocio

Cuando tratamos el tema de oportunidades de negocio, siempre nos alumbra todo lo relacionado a una plan de negocio exitoso, generalmente esta es la percepción de un producto o servicio, no necesariamente una idea es una oportunidad de negocio; la oportunidad tiene una sujeción al mercado, muestra que efectivamente hay una verosimilitud de perfilar el círculo entre el equipo de trabajo, clientes, productos y servicios. Todo proyecto en una empresa debería tener éxito sobre las oportunidades de negocio, no en las ideas de negocio. Cuando se labora y verifica sobre una oportunidad de negocio ésta se debe orientar en función a una necesidad, un problema que se encuentre en el entorno; es elemental que el

proceso para terminar de adaptar nuestro producto sea del entorno hacia nosotros y no de nosotros hacia el entorno.

1.3.1.1. Definición

La oportunidad de negocio encuentra y propone herramientas que permitan solucionar un problema manifestado brindando productos y/o servicios, descubre el nivel de aprobación mediante las herramientas de análisis a las futuras demandas que puedan existir en el mercado, propone patrones de comunicación mismos que deben estar acorde a la actualización del mercado (publicidad, marketing, etc.) para acrecentar el interés observado por el mercado meta. (Vigo, 2015, p.45).

1.3.1.2. Reconocimiento de una oportunidad de negocio

Villarán (2015) sustenta que toda oportunidad de negocio necesariamente no viene involucrada con grandes capitales tanto financieros y/o tecnológicos. La gran parte de empresas emergentes, incluyendo aquellas que son parte de países en potencia, encuentran oportunidades de negocio en reducidas invenciones globalizadas, en el reconocimiento de novedades tecnológicas o en el descubrimiento de artículos y/o servicios que se encontrasen escasos pero son útiles para cubrir alguna necesidad o requerimiento del mercado.

1.3.1.3. Demanda potencial

MINEDU (2015) la califica como una cifra específica de productos y/o servicios que el mercado objetivo está habilitado a adquirir o consumir. Por lo tanto es de suma importancia verificarla a fondo y detenidamente, de estas técnicas anticipadas dependerá el éxito o fracaso del negocio; para determinarla se debe analizar lo siguiente:

- ¿Mi mercado potencial es?
- ¿Mis clientes potenciales son?
- ¿Cuál es el grado de requerimiento de mis clientes potenciales?
- ¿Qué requerimientos nuevos tienen los clientes potenciales?
- ¿Por qué se inclina más el cliente: calidad o precio?

✓ **Consumo de productos orgánicos**

Péndola (2016) sostiene que la discusión sobre los problemas ocasionados en torno a los productos alimenticios preparados en forma artificial, está desencadenando progresiva desconfianza y aumento de la angustia con relación a las consecuencias que generan por la salud física y mental en los seres humanos y el daño que ocasionan al ecosistema. Es así que todo esto ha originado rápidamente la preferencia por consumir productos elaborados de forma natural .Algunas de las causas que están sustentando estas preferencias son:

- El aumento en el cuidado de la salud tanto física como mental y del medio ambiente, debido al incremento de nuevos conocimientos que obtienen los consumidores.
- Propagación realizada por entidades internacionales, ONG y compañías particulares comercializadoras de productos ecológicos.
- Mejoramiento en la presentación y la frescura de los productos.

✓ **Precio de producto**

Blacutt (s.f) lo define como el estándar flexible de producción, puesto que la curva de oferta comprende el segmento descendente de la curva del Costo Medio, el precio no se puede definir de acuerdo con el costo medio unitario. Viceversa, el precio es pactado en mutuo convenio con la entidad del estado (gobernación, municipio) al grado que autorice la inserción de los tributos, intereses u otros.

✓ **Gustos y preferencias**

Obando (2015) refiere que estos se originan por temporadas y tienen variaciones constantes ya sea por estación o lugar. Los llamados gustos y/o preferencias del consumir revelan en última instancia, la magnitud de los deseos de los consumidores por los bienes y/o servicios .Este factor está encaminado por un sinnúmero de aspectos entre los que podemos citar las culturas tradicionales, los años del consumidor, su sexo, la estructura familiar, el grado de instrucción e incluso las creencias religiosas.

✓ **Tendencias**

Massonnier (2015) explica que es un proceso muy interesante y razonable, pues espera que nada dure para siempre. Hoy en día estas giran notablemente y más aún están direccionadas a las generaciones más jóvenes, que están tomando decisiones con mayor o menor dificultad; Y a su vez contribuye a aumentar el individualismo, rasgo que ha sido analizado de manera muy extensa en todos los trabajos acerca de la denominada postmodernidad.

✓ **Perfil de consumidor**

PROMPERU (2016) explica que es difícil entender particularmente todas las propiedades de un mercado en mención, para ello se es necesario la indagación y aplicación de técnicas que ayuden a examinar el mercado de una forma asequible. Seleccionamos como muestra a la población de un país establecido; de esa población se definen grupos pequeños que estén acorde a sus particularidades determinadas, ventajas:

- Certeza en la cifra oficial del mercado
- Precisión al crear estrategias de acción y reconocimiento del mercado objetivo y sus hábitos de compra.
- Síntesis en la disposición de marcas.
- Viabilidad para impulsar marcas.

1.3.1.4. Oferta de mermelada a base de banano orgánico

IICA (2015) define que “a través de ésta, se muestra a los potenciales compradores e inversionistas sobre la disponibilidad de la oferta, temporalidad, calidad, producción, empaque e inocuidad que ofrece la región y algunas empresas específicas en su cartera de productos”. Todo este proceso se evalúa mediante dos principales indicadores:

- Cantidades producidas
- Precio
- Número mercados consumidores

1.3.2. Exportaciones

1.3.2.1. Definición

Álvarez y Durán (2015) afirman que las exportaciones son bienes y/o servicios comercializados por exportadores de un territorio a otro. Concluyendo, que las exportaciones son bienes fabricados en un territorio nacional (país), mismos que ulteriormente son vendidos en un país distinto al de su fabricación.

“Si se habla de estructura en las exportaciones es importante mencionar el estándar de productos incorporados mayormente dentro de la composición exportadora de artículos tangibles, pues esto definirá el modelo de comercio en el nación”.

Dentro del Perú existen dos grupos distintos de productos tangibles para el comercio internacional (exportación): los tradicionales y los no tradicionales.

1.3.2.2. Requisitos

✓ Arancelarios

SUNAT (2017) los define como una contribución (aranceles) que tienen que costear tanto los exportadores como importadores en los despachos aduaneros de ingreso y egreso de las mercancías. Se implantan obligatoriamente dentro del comercio internacional con el fin de originar su verdadero valor al costo de los productos en el mercado receptor.

✓ No arancelarios

SUNAT (2017) explica son códigos, reglamentos o estatutos de un país, mismos que no están en la estructura usual de un arancel restringiendo así el comercio de bienes y/o servicios.

1.3.2.3. Estudio de rentabilidad económica

Cuervo (2015) explica que la rentabilidad calcula la correlación de los rendimientos económicos de una labor y los medios utilizados para conseguirlos. La rentabilidad es el propósito financiero-económico de la industria; en el análisis de la misma se distingue: la rentabilidad económica o de financiación, la rentabilidad de los fondos exclusivos y finalmente la de mercado o rentabilidad para el capitalista.

✓ Volumen y producción para la exportación.

Villarán (2016) lo define como toda aquella cantidad de bienes que serán comercializados a mercado internacional. Se podría decir que es la oferta exportable que existe en un territorio que expone sus mejores condiciones y formas de calidad para una posterior aceptación en el mercado extranjero.

Los volúmenes productivos de exportación, deben estar a la vanguardia en todo momento, para así poder satisfacer la demanda que se presenta y convertirse en una empresa competitiva.

✓ Presupuesto de ingresos

Suria y Gonzales (2016) resumen el presupuesto de ingresos en los siguientes aspectos:

- Controlar la ejecución del presupuesto de ingresos
- Servir de base para la rendición de la cuenta general al tribunal de cuentas.
- Suministrar a los órganos de gestión la información precisa sobre la realización y ejecución de los ingresos presupuestarios.
- Suministrar los datos precisos para poder realizar la integración de las cuentas de las administraciones públicas

✓ Margen de rentabilidad

Céspedes (2015) lo define como la diferencia entre el monto de venta y el importe del bien y/o servicio liquidado. Usualmente se manifiesta de manera porcentual; calculándose entre el precio de comercialización, o entre el valor de producción.

1.3.3. Canadá

1.3.3.1. Aspectos generales

OFICINA DE INFORMACIÓN DIPLOMÁTICA CANADÁ (2017) sustenta que el país canadiense limita con Estados Unidos por la zona sur, y se encuentra ubicado en el continente americano exactamente al extremo norte, por el este con el atlántico (océano), por el norte con el glaciar ártico (océano). Así mismo se distribuyen unos 8.893 límites con estados unidos y sus fronteras (siendo así su único limitante por tierra). Canadá país es una sábana repartida de manera occidental por rocosas montañas, pero delimitada por gigantes lagos en la zona este.

1.3.3.2. Población

OFICINA DE INFORMACION DIPLOMATICA CANADA (2017) sostiene que en Canadá se calcula una población de 36'443.632 millones aproximadamente de habitantes, de acuerdo al mes de octubre del 2017 según el IEC (instituto estadísticos canadiense), contando además 3.65 habitantes por densidad de cada km². El país canadiense es una potencia con un sinnúmero de razas y lenguas, originando así agrupaciones que forman y mantienen su cultura propia, costumbres, legua y tradiciones. Desde sus orígenes Canadá como dominio francés y británico, fue habitando por pobladores de los dos países. Hoy dentro de la actualidad existe un veintiocho por ciento de habitantes con descendencia británica, un veintitrés por ciento con descendencia francesa, un nueve por ciento con descendencia alemana, un cuatro por ciento de descendencia italiana, un cuatro por ciento de descendencia china, un tres por ciento de descendencia ucraniana, un tres por ciento de personas naturales que llegan a formar un grupo de más de 1 millón de ciudadanos, finalmente un restante con nacionalidades heterogéneas.

PORTAL SANTANDER TRADE (2016) menciona que la cantidad de habitantes que se encuentran ubicados en el rango de edades (18 a más) son equivalentes al **79%** de la población en general, es decir, **28'666.239** millones de habitantes entre hombres y mujeres.

1.3.3.3. Tratado de libre comercio Perú-Canadá

MINCETUR (2015) explica que este entro en vigencia el primero de agosto del año 2009, se dice que un cien por ciento de las transacciones internacionales de bienes tangibles e intangibles del mercado peruano al Canadiense desde ese entonces entran con un cero de arancel.

El gran potencial de productos peruanos son: las confecciones sobre textiles, objetos en madera, orfebrería, artículos agrícolas y manufacturas, panaché, uvas entre más.

Desde el primero de agosto del 2009, el 94% de los productos importados de Canadá entran al Perú con la tasa de cero arancel, originando así un intercambio comercial lleno de oportunidades dentro del mercado peruano.

1.3.4. Mermelada a Base de Banano orgánico

1.3.4.1. Definición de mermelada

“Jalea espesa y viscosa que se adquiere mediante el cocimiento y conglomeración de la fruta de su elección, ya sea troceada, entera o licuada, con la medida exacta de agua y el endulzante de su elección”. (Imbaquingo y Alva 2016, p.9).

1.3.4.2. Mermelada a Base de Banano orgánico

Es un producto 100% saludable pues no cuenta con ningún tipo de preservante artificial. Elaborada con el toque casero de siempre, que hace de ella un manjar que satisface los paladares de quienes la consumen. Su elaboración es a base de banano orgánico maduro el cual se complementa y fusiona con otras frutas de la región (mango ciruelo, tamarindo, maracuyá) haciendo que tome un sabor diferenciado, generando una ventaja competitiva sobre otras en el mercado.

1.3.4.3. Proceso de elaboración

Diagrama de flujo

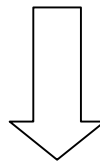
Recepción
de materia



Lavado



Pelado



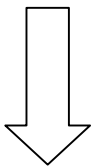
Pulpeado



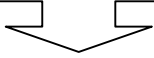
Refinado



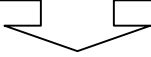
Estandarizado
(Uso del PH para
verificar el grado
de acidez)



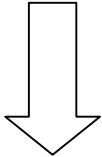
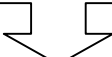
Cocción



Envasado



Etiquetado



Embalaje



Almacenaje



1.3.4.4. Características del producto

✓ Envase



Nota: Envase de 250 mg de mermelada a base de banano orgánico.

✓ Etiqueta



1.3.4.5. Propiedades del Banano

El plátano (banano) forma base en la alimentación de muchas naciones que cuentan con climas tropicales, a nivel mundial se encuentra con un alto índice de consumo, gracias a su mutabilidad y adecuación para diversas mezclas y preparaciones.

Podemos disfrutar de este fruto alimenticio cualquier temporada, ya que se cosecha en todas las épocas del año. (Imbaquingo y Alva 2016, p.22).

1.3.4.6. Valor Nutricional del Banano

Imbaquingo y Alva (2016) “explica los valores nutricionales en el siguiente cuadro” (p.29)

Cuadro 1. Componentes del banano

Componentes	Contenido
Nivel kcal	80 kcal
Nivel Prot	1.2 g
Cm(H ₂ O)n	18.5 g
Grasas total	0.2 g
Vit A1	38 mg
Vit B1	0.0 mg
Vit B2	0.0 mg
Vit B3	0.7 mg
Vit B6	0.3 mg
Vit C	11 mg
Vit E	0.5 mg
Na	1 mg
P	27 mg
Ca	8 mg
K	38 mg
Mg	36 mg
Fe	0.24 mg

Nota: En el cuadro se explica y observa los componentes nutricionales del banano.

1.4. Formulación del Problema

¿Es factible que el mercado de Canadá se constituya en una oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico; producidas por la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana?

1.5. Justificación del Estudio

La presente investigación, está enfocada en el estudio de mercado para un posterior proceso de exportación de mermelada a base de banano orgánico al mercado de Canadá, con la finalidad de ayudar a la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS del distrito de Salitral-Sullana a mirar más allá de sus expectativas, quizá más adelante poniendo en práctica lo elaborado en este documento. Pues son ellas las artífices en la elaboración, siempre resaltando el toque casero de siempre.

Del mismo modo, se busca introducir el producto a mercado internacional para su propia valoración, ya que es un producto 100% orgánico y elaborado a base de banano y otras frutas tropicales de la región. El banano, producto utilizado como materia prima es también un producto orgánico, pues es aquel que sobra como merma de la exportación que realiza la Asociación BOS –Salitral; cabe resaltar que BOS comercializa banano orgánico a mercados internacionales, constancia de ello son las certificaciones orgánicas con las que cuenta, mismas que son obtenidas por la certificadora orgánica CONTROL UNION que permite se le habrá más ventanas comerciales de exportación.

Es así que la presente investigación se realizó en conjunto con ellas, las cuales nos proporcionaron información necesaria de la elaboración, materiales, duración, capacidad y distribución de estas. Pues se puede mencionar que este plan de negocio es tan viable como rentable, ya que la materia prima es un producto que se encuentra a disposición, su elaboración es fácil de realizar y la mano de obra es eficiente.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

- El mercado de Canadá, constituye en gran medida una oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral - Sullana.

1.6.2. Hipótesis Específica

- Existe una demanda potencial considerable en el mercado Canadá con respecto al consumo de mermelada a base de banano orgánico.
- Existe oferta de mermelada a base de banano orgánico, en la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.
- El detalle de los requisitos arancelarios y no arancelarios que impone el mercado de Canadá, ayudara a la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS a tener en claro las exigencias para la exportación de mermelada a base de banano orgánico.
- Con el estudio de rentabilidad económica, se demostrara la oportunidad de negocio para la exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de mujeres emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

- Determinar la oportunidad de negocio en el mercado de Canadá para la exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Determinar la demanda potencial de mermelada a base de banano orgánico en el mercado Canadá.
- Analizar la oferta existente de mermelada a base de banano orgánico, de la asociación de mujeres emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.
- Detallar los requisitos arancelarios y no arancelarios que impone el mercado de Canadá.
- Efectuar un estudio de rentabilidad económica.

II. Metodología

Cuadro 2. Tipo de estudio

De acuerdo a la técnica de contrastación	De acuerdo al régimen de la investigación
Análisis descriptivo, pues accedió describir las propiedades y particularidades del hecho en cuestión de estudio.	Investigación orientada, para la realización del estudio se utilizaron los estándares y guías de análisis que nos otorga la Escuela De Negocios Internacionales dentro de la Universidad.

Nota: En el cuadro se observa el tipo de estudio que se está aplicando

2.1. Diseño de investigación

Cuadro 3. Diseño de investigación

No experimental
En el presente estudio se utilizó el diseño no experimental, pues el fenómeno fue observado y analizado de acuerdo a la manera en que sucedió, no se influyó en el proceso, además no hubo manipulación de ninguna de las variables.

Nota: En el cuadro se observa el tipo de diseño de investigación

2.2. Variables, Operacionalización

2.2.1. Clasificación de Variables

Cuadro 4. Variables

Independiente	Dependiente	Interviniente
Oportunidad de negocio	Exportación de mermelada a base de banano orgánico	Para

Nota: En el cuadro se observa la clasificación de las variables

(Independiente, dependiente e interviniente)

2.2.2. Cuadro de Operacionalización

Cuadro 5. Operacionalización

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
VARIABLE INDEPENDIENTE: Oportunidad de Negocio	“La oportunidad de negocio propone solución a un problema, ofreciendo productos o servicios. Detecta el grado de aceptación de estas soluciones en el mercado, y aplica diferentes modelos de comunicación. (Vigo, 2015, p.45).	La oportunidad de negocio será determinada por la demanda potencial del mercado de Canadá y la oferta de mermelada a base de banano orgánico.	Demanda de mermelada a base de banano orgánico	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda potencial • Precio de producto 	Ordinal
			Oferta de mermelada a base de banano orgánico	<ul style="list-style-type: none"> • Gustos y preferencias • Tendencias • Perfil del consumidor 	Nominal
			Oferta de mermelada a base de banano orgánico	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidades producidas • Precio • Numero de mercados consumidores 	Ordinal

<p>VARIABLE DEPENDIENTE: Exportación de mermelada a base de banano orgánico</p>	<p>“Las exportaciones son bienes y servicios vendidos por exportadores de un país a otro país”.(Durán & Álvarez, 2010,p.9)</p>	<p>Las exportaciones serán determinadas por los requisitos de acceso al mercado Canadiense y la rentabilidad económica que estas generaran.</p>	<p>Requisitos del mercado Canadiense</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Arancelarios • No arancelarios 	<p>Nominal</p>
			<p>Estudio de rentabilidad económica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de producción para la exportación. • Presupuesto de costos. • Presupuesto de ingresos. • Margen de rentabilidad 	<p>Ordinal</p>

Nota: Está basada de acuerdo a (Vigo, 2015) y (Duran y Álvarez 2015)

2.3. Población y Muestra

2.3.1. Población

La población en estudio está constituida por los **28'666.239** millones de habitantes del mercado de Canadá, comprendiendo el segmento de edades de 18 a más, entre mujeres y hombres.

2.3.2. Muestra

La unidad de análisis en la presente investigación está comprendida por los 196 habitantes del segmento de edades de 18 a más años entre mujeres y hombres del mercado de Canadiense. Mismos que fueron seleccionados de manera aleatoria.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(28666239)}{(0.07)^2(28666239) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 195.99$$

n=196

2.4. Técnicas e instrumento

Cuadro 6. Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumento
<p>La entrevista: INV ED MED (2013) La conceptualiza como “un dialogo que se da con la finalidad de tener una conversación especial y profunda”. Es una técnica instrumental de gran ayuda para las investigaciones de forma cualitativa, mediante la cual se obtiene información veraz y exacta.</p>	
<p>La Encuesta: Tamayo & Silva (s.f) Afirman que esta técnica da posición al contacto establecido con el ser en observación, las cuales se dan por medio de seleccionados cuestionarios mismos que son previamente elaborados. Se pueden distinguir los siguientes tipos de encuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por teléfono móvil • Por correo electrónico • Personal • Online 	<p>El Cuestionario: Casas (2015) Explica que es un instrumento fundamental que servirá para la aplicación de la técnica de la encuesta, pues a través de este se obtendrá una relación sistematizada de los indicadores comprendidos dentro del objetivo que está tenga.</p>

Nota: En el cuadro se observa las técnicas e instrumentos, que fueron utilizados para el análisis y recolección de datos.

2.4.1. Validez

Para la validación de los instrumentos que fueron utilizados en la recolección de datos, se tuvo que someter a juicio por parte de expertos en la materia.

2.4.2. Confiabilidad

Para poderle dar el grado confiable al instrumento aplicado (cuestionario), en la encuesta aplicada a población de Canadá del segmento de edades 18-a más, se sometió a verificación por el encargado estadístico del área de investigación de la Universidad César Vallejo – Filial Piura.

2.5. Métodos de análisis de datos

Análisis ligados a las hipótesis: La formulación de la hipótesis fue elemento primordial en la verificación, utilizándose tablas estadísticas que indicaron el desarrollo de los indicadores.

2.6. Aspectos éticos

En la presente investigación se consideraron los más importantes factores de la ética, tales como: la consideración y admiración por la pertenencia mental e intelectual, la seguridad en la identificación de las personas que fueron participes en el tema de investigación, la integridad de los procesos de análisis y en la recaudación de indagación.

III. Resultados

3.1. Demanda potencial de mermelada a base de banano orgánico en el mercado Canadá.

Tabla N° 01 Segmento de edades

Segmento de edades					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-28	25	12,8	12,8	12,8
	28-38	37	18,9	18,9	31,6
	38-48	68	34,7	34,7	66,3
	58-58	42	21,4	21,4	87,8
	58 a más	24	12,2	12,2	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Nota: la tabla en mención presenta el segmento de edades a la cual pertenece cada persona que fue encuestada. Pues de entre todas las alternativas la mayor proporción de personas se encuentra en un rango de edad de 38-48 años de edad.

Tabla N° 02 Consumo general de mermelada

¿Consume Mermelada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	194	99,0	99,0	99,0
	No	2	1,0	1,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Nota: En la tabla se presenta el consumo general de mermeladas en el mercado de Canadá, de la cual se pudo extraer que del 100% de personas encuestadas solo el 1% no consume ningún tipo de mermelada mientras tanto el otro 99% opta por el consumo de esta.

Tabla N° 03 Sabores de consumo

¿De qué sabores normalmente suele consumir?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Fresa	93	47,4	47,9	47,9
	Piña	12	6,1	6,2	54,1
	Chabacano	9	4,6	4,6	58,8
	Naranja	11	5,6	5,7	64,4
	Zarzamora	26	13,3	13,4	77,8
	Durazno	3	1,5	1,5	79,4
	Cereza	4	2,0	2,1	81,4
	Frambuesa	29	14,8	14,9	96,4
	Albaricoque	5	2,6	2,6	99,0
	Combinación de frutas	2	1,0	1,0	100,0
	Total	194	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se presentan los sabores tradicionales o de preferencia común del consumidor canadiense. Por lo tanto, se observa que los mencionados con mayor frecuencia son: Fresa con un 47,9% de preferencia luego le sigue Frambuesa con un 14,9%, posteriormente Zarzamora con 13,4%.

Finalmente, piña 6,2%, chabacano 4,6%, Naranja 5,7%, durazno 1,5%, cereza 2,1%, albaricoque 2,6% y combinación de frutas 1%.

Tabla N° 04 Precio de compra

¿A qué precio la adquiere y en qué presentación?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$8.39	52	26,5	26,8	26,8
	\$4.99	19	9,7	9,8	36,6
	\$7.99	32	16,3	16,5	53,1
	\$8.99	47	24,0	24,2	77,3
	\$5,29	28	14,3	14,4	91,8
	\$2,99	16	8,2	8,2	100,0
	Total	194	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se presentan los precios con los normalmente el consumidor canadiense adquiere mermelada. El 26,8 de ellos pagan hasta \$8.39, el 24,2% \$8.99 (pues observamos que un porcentaje mayoritario de personas cancela entre los precios más considerables del mercado).

Finalmente, el 9,8% de personas paga \$4,99, el 16,5% \$7,99, el 14,4% \$ 5,29 y el 8,2% \$2,99

Tabla N° 05 Temporadas de consumos

¿En qué temporada del año, considera usted que se incrementa el consumo de mermelada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Otoño	78	39,8	40,2	40,2
	Invierno	116	59,2	59,8	100,0
	Total	194	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se muestran las temporadas donde existe mayor consumo de mermelada en el mercado de Canadá. Pues se establecieron las 4 estaciones con las que cuenta todo el año, donde solo otoño con un 40,2% e invierno con 59,8 % son las temporadas por las que las personas optan su mayor consumo de mermelada.

Mientras que en primavera y verano no hay consumo del producto.

Tabla N° 06 Consumo de productos orgánicos

¿Usted tiene prioridad por el consumo de productos orgánicos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	194	99,0	100,0	100,0
	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se presenta que el 99% de personas tiene prioridad por el consumo de productos orgánicos.

Tabla N° 07 Disposición a consumir mermelada de banano orgánico

¿Estaría dispuesto a consumir mermelada a base de banano orgánico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	194	99,0	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En el presente cuadro se presenta la disposición del consumidor canadiense en la compra de mermelada a base de banano orgánico, de los cuales el 99% está dispuesto a consumirla.

Tabla N° 08 Disposición a cancelar por la mermelada a base de banano

Le ofrecemos una mermelada de 250mg ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por ella?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3-6 dólares	55	28,1	28,4	28,4
	6-9 dólares	103	52,6	53,1	81,4
	9 a más dólares	36	18,4	18,6	100,0
	Total	194	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se presenta cual es la disposición del consumidor canadiense en cancelar una mermelada a base de banano orgánico con un peso de 250 mg, donde el 28,4% pagaría entre \$3-6, el 53,1% \$6-9 y un 18,6% de \$9-a más.

Tabla N° 09 Otras capacidades

Aparte de los envases de 250mg. ¿De qué otras capacidades estaría dispuesto usted a comprar la mermelada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	500 mg	115	58,7	59,3	59,3
	750 mg	79	40,3	40,7	100,0
	Total	194	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se presenta de que otras capacidades el consumidor canadiense está dispuesta a consumir la mermelada a base de banano orgánico , de los cuales el 59,3% también optaría por la compra de un envase de 500mg mientras que el 40,7% por un envase de 750mg.

Tabla N° 10 Tipos envase

¿En qué tipo de envase preferiría adquirir el producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vidrio	194	99,0	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se presenta cual es el tipo de envase que prefiere el consumidor canadiense, donde el 99% prefiere un envase de vidrio para el consumo de mermelada a base de banano

Tabla N° 11 Lugares de compra

¿Qué lugar de venta prefiere para realizar la compra?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Supermercado	157	80,1	80,9	80,9
	Tiendas gourmet y especializadas	5	2,6	2,6	83,5
	Drugstores	32	16,3	16,5	100,0
	Total	194	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Nota: En la tabla se muestra cual es el lugar de compra que ellos prefieren para adquirir el producto, donde el 80,9% opta por realizar su compra en un supermercado mientras que el 16,5% en drugstores y el 2,6 en tiendas gourmet y especializadas.

3.2. Oferta de mermelada a base de banano orgánico, de la asociación de mujeres emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.

Tabla N° 12 Oferta de mermelada

Ítem	Francisca Quispe Atoche (Presidenta de la asociación de mujeres emprendedoras BOS , Salitral-Sullana)
1. ¿Cuántos frascos de mermelada elaboran de manera mensual?	Actualmente, estamos elaborando 2500 frascos de 250 mg de mermelada a base de banano orgánico mensuales, logrando satisfacer a nuestros clientes con los que contamos por lo pronto.
2. ¿Cuál es el precio con el que la comercializan?	El precio con el que la estamos comercializando ahora es de 5 soles la unidad .Ya que nuestros clientes son quienes recogen el pedido en nuestro local, nosotros no gastamos en transporte.
3. ¿Cuántos tipos de envases usan para su presentación?	Solo usamos 1 solo tipo de envase, que es un envase de vidrio, delgado con tapa rosca que almacena 250mg de mermelada a base de banano orgánico.
4. ¿En cuántos mercados comercializan su producto?	Por ahora vendemos a 5 mercados nacional y local y distrital.
5. Con respecto a la pregunta anterior ¿Cuáles son estos?	<ul style="list-style-type: none"> • Talara – 850 (mensual) • Piura – 300 (mensual)

	<ul style="list-style-type: none"> • Sullana – 350 (mensual) • Trujillo – 750 (mensual) • Salitral – 250 (mensual)
6. Usted como presidenta de la asociación, ¿siente que cubren la demanda que se les presenta en el mercado?	Si, nosotros desde que venimos trabajando con nuestros 5 clientes hemos sabido llegar a ellos. Pues siempre están conformes con nuestro trabajo.
7. ¿Cuántas son las personas que trabajan en la elaboración de mermelada a base de banano orgánico?	Actualmente somos 15 las socias en donde nosotras mismas trabajamos 3 días a la semana con un total de 12 días mensuales, con horarios de 2 a 6 de la tarde .Así lograr cumplir con el pedido pactado con nuestro cliente y cubrir su demanda.
8. Con respecto a la pregunta anterior ¿La cantidad es suficiente para cubrir todo el pedido solicitado?	Si, somos más que suficientes. Pues el proceso de elaboración de nuestro producto no es nada complicado, se podría decir que entre las 15 nos asignamos tareas diferentes que nos lleven a un solo objetivos.
9. Regresando a la pregunta número 1 ¿Ustedes como asociación, tienen la capacidad en planta para superar la cantidad que ahora en la actualidad vienen elaborando?	Nuestra Asociación cuenta con una capacidad en planta para elaboración de 4000 mermeladas de 250 mg mensuales. Pues nuestros tangibles principales para el proceso de elaboración son: 50 ollas con una capacidad de 20 kilos y 25 cocinas industriales de 2 ornillas cada una.

	Entonces el total máximo que como pequeña asociación podemos elaborar de manera mensual es de 1000 kilos.
--	---

Nota: La tabla muestra una síntesis de la entrevista que fue dirigida a la Sra. presidenta de la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana, donde se especifica que su producción mensual de mermelada es de 2500 frascos con un peso de 250mg los cuales son envasados en frasco de vidrio. Su oferta actualmente cubre una demanda nacional, local y distrital logrando así complacer las exigencias de sus clientes.

El precio con el que la comercializan a sus mercados es de S/. 5.00, pues la elaboración es de manera artesanal la cual hace que las 15 asociadas trabajen de manera conjunta para lograr su objetivo.

Es más la capacidad con la que cuentan en su planta de proceso les permite elaborar 4000 frascos de mermeladas, que equivale un promedio de 1000 kilos mensuales.

3.3. Requisitos arancelarios y no arancelarios que impone el mercado de Canadá.

3.3.1. Requisitos Arancelarios

A partir del primero de agosto del 2009 entro en vigencia el tratado de libre comercialización entre el país canadiense y el peruano, trayendo consigo utilidad arancelaria en la exportación nacional peruana, como se aprecia en la tabla N° 13

Tabla N° 13 Requisitos Arancelarios

PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION	MUNDO	PERU	COMPETIDORES
200799	Mermeladas, jaleas y confituras. Purés de frutos u otras frutas, obtenidos por cocción. Con edulcorantes o azucares añadidos.	7%	0%	Estados Unidos (0%), Francia (7%) y Turquía (7%)

Fuente: TradeMap

Elaboración: Propia

3.3.2. Requisitos no Arancelarios

Tabla N° 14 Documentación exigida para el intercambio comercial con Canadá

1. Conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga	Es un recibo contractual otorgado por la transportadora tanto marítima como área. Dando un título a la mercancía, y los duplicados firmados forman parte de pruebas al derecho del propietario.
2. Certificado de Origen	La agencia de servicios fronterizos en Canadá, exige un certificado de origen para identificar dónde se producen los productos y para definir la tasa aduanera de aranceles.
3. Factura Comercial	Usada por el vendedor para cobrar el valor de la mercancía al cliente del país de Canadá. Estos formularios deben incluir un listado de información exigida tales como: nombre y dirección del remitente (vendedor) como el receptor (comprador) de la mercancía, fecha de emisión, numero de la contratación, definición de los bienes tangibles, precio por unidad, cantidad de unidades por envoltura, peso general y circunstancia del intercambio comercial (pago y entrega).
4. Licencias de Exportación	Aquellos que se exigen en la comercialización internacional de mercancías restringidas.
5. Certificación para la Inspección	Por ejemplo la certificación sanitaria es emitida por DIGESA.

6. Lista de Empaque	Provisionalmente es solicitada como complemento de la factura comercial.
----------------------------	--

Fuente: Siicex

Elaboración: Propia

Tabla N° 15 Requerimiento para Productos Procesados

<p>Para buscar una posibilidad de comercialización en el mercado canadiense de productos procesados, se debe tener en cuenta que este se encuentra ligado en su mayoría a la calidades de los productos que se importan; para ello, es imprescindible conocer los hábitos de compra de los habitantes canadienses, mediante técnicas que nos permitan saber cuáles son sus formas de consumo de acuerdo a su estilo de vida y alimentación.</p> <p>Los bienes alimenticios que se ofertan en el mercado Canadiense se guían de acuerdo a las normas de seguridad alimenticia y salud física establecidos por la CFIA, que deniegan la comercialización de alimentos falsificados o incorrectamente etiquetados y administra los insumos y/o colorantes que pueden ser utilizados en los productos procesados.</p> <p>La Canadian Food Inspection Agency (AGENCIA CANADIENSE DE INSPECCIÓN ALIMENTARIA).</p>	<p>1. Los alimentos bajos en ácidos en recipientes herméticamente cerrados (por ejemplo, productos vegetales enlatados, sopas vegetales).</p>
	<p>2. Alimentos de Baja acidez o alimentos enlatados acidificados (por ejemplo, fermentadas o productos encurtidos acidificados, rábano, verduras enlatadas acidificadas).</p>
	<p>3. Los alimentos congelados (por ejemplo, frutas congeladas, vegetales congelados).</p>
	<p>4. La comida ácida (dígase, conserva de frutos, enlatados de tomate).</p>
	<p>5. Bajo contenido de agua (ejemplo, mermeladas, jaleas, relleno de la empanada, glase de la fruta).</p>
	<p>6. Zumos y néctares (por ejemplo, zumos de fruta, verduras en jugo).</p>

Clasifica los productos procesados en seis tipos:	
---	--

Fuente: TFO Canadá

Elaboración: Propia

Tabla N° 16 Requisitos de Etiquetado - Alimentos procesados

1. Idioma Inglés y Francés	<ul style="list-style-type: none"> • Debido a que los dos son oficialmente idiomas del mercado canadiense.
2. Uso del nombre general	<ul style="list-style-type: none"> • Si el alimento no está reglamentado puede usarse el nombre con el que se conoce al alimento normalmente.
3. Peso Neto	<ul style="list-style-type: none"> • La cantidad neta de los productos procesados debe ser declarada por peso, volumen o recuento numérico. • No es necesario colocar frases como “net”, “net weight”, “net contents”, “net quantify” como parte de la declaración, y si es usado debe figurar en idioma inglés y francés.
4. Nombre y dirección del fabricante	<ul style="list-style-type: none"> • La identidad y el lugar principal de actividad de la persona (individuo, empresa, negocio, oficina principal, distribuidor, importador, etc.) • El nombre y la dirección debe ser completa, con el fin de permitir la comunicación por escrito con la parte responsable.

<p>5. Lista de ingredientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente los insumos deben estar listados ordenadamente de acuerdo a su importancia y peso. • Uso de “señalizaciones” que permitan la lectura sencilla de los alimentos. Los azúcares serán desintegrados, mencionara de forma coherente la existencia de productos alérgicos, sulfatos y la no libertad de gluten. Los Colorantes serán enumerados con su nombre común.
<p>6. Vida útil del producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se exige un informe declaratorio “Best-before”, para todo aquel producto que tenga una vida útil menor o igual a noventa días.
<p>7. Etiquetado Nutricional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La información debe ser colocada en formato bilingüe inglés y francés. • Obligatoriedad en la mención de porciones. Incluir el tanto por ciento de azúcares que simboliza el alimento de acuerdo al grado de consumo recomendado. Incrementar la densidad de las letras en las kcal, agregándole además el subrayado para hacerlo sobresalir con el fin de ser vistoso para los consumidores.
<p>8. País de Origen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es obligatorio declarar el país de origen.

9. Inscripción de la manufactura o inscripción de la planta de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas que fabriquen o elaboren alimentos procesados deben estar debidamente registradas. • El registro posibilitara la evaluación de la planta de proceso, el procedimiento y circunstancias medio ambientales.
--	---

Fuente: Siicex

Elaboración: Propia

3.4. Estudio de rentabilidad económica

El estudio de rentabilidad económica se planteara de acuerdo a la capacidad en planta con la que cuenta la Asociación de mujeres emprendedoras BOS, que es de 4000 frascos equivalentes a 1000 kilos. El proceso de exportación se efectuara bajo el término de negociación EX WORKS (en fábrica) donde el intercambio comercial se ejecutara al momento que la mercancía (detallada, envasada y embalada, en el periodo de contratación), se coloca en manos del cliente en el local o manufactura del vendedor.

Tabla N° 17 Maquinaria

Maquinaria	Unidad	Precio unitario	Precio total
Ollas (20 kilos)	50	S/. 150	S/. 7 500
Licuada industrial	1	S/. 600	S/. 600
Mesas de acero inoxidable	3	S/. 250	S/. 750
Balanza industrial	1	S/. 1 000	S/. 1000
Juego de cuchillos	1	S/. 120	S/. 120
Gavetas	50	S/. 5	S/. 250
Congeladoras	2	S/. 1 500	S/. 300

Cocinas industriales	25	S/. 450	S/. 11250
Peachímetros	20	S/. 25	S/. 500
TOTAL	-	-	S/.24.970

3.4.1. Costos variables

Tabla N° 18 Costos de producción

Ingredientes	Cantidad	Costo	Costo total
Banano	100 gramos	S/. 1.00 kilo	S/. 0.10
Azúcar orgánica	300 gramos	S/. 7.00 kilo	S/. 2.10
Maracuyá/ tamarindo o mango	100 gramos	S/. 1.00 kilo	S/. 0.10
Manzana verde	2 gramos	S/. 2.00 kilo	S/. 0.01
Frascos de vidrio	1 frasco		S/. 0.80
250 MG DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGANICO (COSTO DE PRODUCCION)			3.11

Costo de embalaje

Cada caja tiene la capacidad de albergar 50 frascos de 250mg de mermelada a base de banano. Entonces 4000 frascos / 50 capacidad en caja = 80 cajas utilizadas.

Cajas de cartón	S/. 80 x
Precio	S/. 1.5
TOTAL	S/. 120 ÷
Cantidad de frascos	S/. 4000
Costos unitario de embalaje	S/. 0.03

3.4.2. Costos fijos

Para la producción de los 4000 frascos de 250 mg de mermelada a base de banano se requiere de 15 personas que colaboren en su elaboración, donde cada una de ellas trabaja 8 horas diarias durante 5 días al mes.

Tabla N° 19 Mano de obra

N° de trabajadores	15
Sueldo del día por persona	S/. 30.00
Total de sueldos por día	S/. 450
N° de días de trabajo (al mes)	5 días
Total de sueldos al mes	S/. 2,250

N° frascos mensuales	4000
Total de sueldos al mes	S/. 2,250
Costo unitario de mano de obra para la producción de un frasco.	S/. 1.78

Tabla N° 20 Impuestos

SUNAT (impuestos) – por la venta de 4000 frascos, la Asociación tendrá que pagar una renta de S/. 720.

N° Frascos	4000
Renta	S/. 720
(Impuestos) costo de producción por frasco	S/. 0.18

Tabla N° 21 Certificados

Certificado sanitario (emitido por DIGESA)	S/. 69.00
N° frascos	4000
(certificado) costo de producción por frasco	S/. 0.17

3.4.3. Otros costos

Tabla N° 22 Otros costos

Servicios básicos	5 días mensuales laborables
Agua	S/. 40
Luz	S/. 60
GAS (16 unidades de s/. 34.00)	S/. 544
TOTAL	S/. 644

Total de otros costos	S/. 644
N° de frascos	4000
Total otros costos (costo unitario de producción)	S/. 0.161

Transporte interno	S/. 200 ÷
N° de frascos	4000
Costo unitario por frasco	S/.0.03

3.4.4. Costos totales de producción por frasco de mermelada a base de banano orgánico

Tabla N° 23 Costos totales de producción por frasco

Costos variables	Costo de producción de 250 mg de mermelada	S/. 3.11
	Costo de producción unitaria de mermelada (MANO DE OBRA)	S/.1.78
	Impuestos – costos de producción por frasco	S/.0.18
	Costo unitario de embalaje	S/.0.03
Costos fijos	Certificaciones costos de producción por frasco	S/.0.17
Otros gastos	Total de otros gastos (para la producción unitaria de mermelada)	S/.0.161
	Transporte interno	S/.0.03
TOTAL DE COSTO PARA LA PRODUCCION UNITARIA DE MERMELADA A BASE DE BANA O ORGANICO		S/.5.461

3.4.5. Precio de venta ex Works (EXW)

El término de negociación a utilizar es EXW, ya que la Asociación de mujeres emprendedoras BOS no cuenta con conocimientos básicos de exportación, y actualmente solo vende el producto ha mercado distrital, nacional y local.

Para calcular el precio EXW con el que será vendida la mermelada, se utilizó la siguiente formula:

MP = Materias primas nacionales

MPE = Materias primas extranjeras

MO = Mano de obra

ENV = Envase

EMB = Embalaje

FI = Flete interno

GFB = Gastos financieros bancarios

OG = Otros gastos

IP = Impuesto de pre financiamiento

IG = Impuesto a la ganancia

U = Utilidad

$$EXW = \frac{MP+ MPE+MO+ENV+EMB+FI+GFB+OG}{1 -(IP+(U/IG))}$$

$$EXW = \frac{3.11+0+1.78+0.80+0.03+0.05+0+0.511}{1 -(0+(0.3/0.18))}$$

EXW = 6.281

3.4.6. Precio de compra EXW

Según lo establecido por Siicex, el mercado de Canadá importa bajo término de negociación EXW productos de la partida arancelaria 200799 (donde incluye todo tipo de mermelada), de nuestro principal competidor EE.UU a un precio de compra de \$ 2.279 que equivale a S/. 7.34.

Tabla N° 24 Precio de compra EXW

Exportador	Importador	Precio de compra Valor unitario (USD/unidades)
EE.UU	CANADA	\$2.279
		S/. 7.34

Fuente: siicex

Elaboración: Propia

3.4.7. Margen de rentabilidad

El precio de compra por el importador en término de negociación EXW, se analizó con referencia a las exportaciones de nuestro principal competidor que es EE.UU, donde de tal forma podamos determinar nuestra margen de rentabilidad.

Tabla N° 25 Margen de rentabilidad

Precio de venta EXW	S/.6.281 -
precio de compra EXW	S/.7.34
MARGEN DE RENTABILIDAD POR VALOR UNITARIO	S/.1.059

**Que equivale a un 14% del 100%
de precio de compra EXW**

IV. Discusiones

De los resultados obtenidos se determinó la demanda potencial de mermelada a base de banano orgánico al mercado de Canadá, donde en la encuesta aplicada a la población del mercado objetivo, que se posiciona en un segmento de edades entre 18 a más años, el 99% de los encuestados están dispuestos a adquirir el producto, mismos que en un 99% también prefieren el consumo de productos orgánicos. Este resultado concuerda con las bases teóricas de Sepúlveda (2015) donde explica que todo canadiense consumidor opta por los alimentos orgánicos dígase por diversos motivos, específicamente porque lo califica como un factor importante para la salud y cuidado en la seguridad del medio ambiente, al consumidor de productos agrarios y productores, es más el resultado de la investigación tiene similitud con lo investigado por Morales (2016) quien concluye que el éxito es muy altamente probable puesto que la demanda de este tipo de productos a nivel mundial va en aumento cada año, originado por el ritmo y estilo de vida que prefieren llevar los nuevos clientes que van apareciendo cada año, con preferencias y gustos que les permita favorecer su salud física y mental. Finalmente, Péndola (2016) refuerza el resultado explicando que se está generando aceleradamente la preferencia por consumir productos obtenidos de forma natural Algunas de las motivaciones que están sustentando estas preferencias son:

- El aumento en el cuidado de la salud tanto física como mental y del medio ambiente, debido al incremento de nuevos conocimientos que obtienen los consumidores.
- Propagación realizada por entidades internacionales, ONG y compañías particulares comercializadoras de productos ecológicos.
- Mejoramiento en la presentación y la frescura de los productos.

En los resultados también se presenta la oferta de mermelada a base de banano orgánico de la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, donde en la entrevista realizada a la presidenta de dicha Asociación se encontró la oferta actual con la que cuentan que es de 2500 frascos de 250 mg que equivale a 625 kilos mensuales los cuales son distribuidos a 5 mercados nacionales, locales y distritales y comercializados a un precio unitario de S/ 5.00, es más se explicó que la capacidad con las que ellas cuentan en planta es 4000 frascos mensuales equivalentes a un promedio de 1000 kilos mensuales. Este resultados tiene equilibrio con la base teórica sustentada por IICA (2015) quien define que “a través de ésta, se muestra a los potenciales compradores e inversionistas sobre la disponibilidad de la oferta, temporalidad, calidad, producción, empaque e inocuidad que ofrece la región y algunas empresas específicas en su cartera de productos”. Todo este proceso se evalúa mediante dos principales indicadores:

- Cantidades producidas
- Precio
- Número de mercados consumidores

Es más en la entrevista realizada se extrajo que el número de colaboradoras que trabajaban en la elaboración de mermelada es 15 personas, ya que todo el proceso es fácil de realizar y no es nada tedioso, pues siempre tratando de ponerle un toque casero que la diferencie de las demás. Este punto importante concuerda con la investigación realizada por Medina (2016), quien concluyó que la factibilidad Técnica es viable porque no se requieren de procesos complejos para elaborarla.

En los resultados se presentan los requisitos arancelarios y no arancelarios que impone el país de Canadá, mercado meta al cual se enfoca la comercialización internacional de mermelada a base de banano orgánico; donde en la página de herramienta comercial TRADE MAP (2016) se encontró que el arancel que se impone para la exportación de productos comprendidos en la partida arancelaria **200799** es **0%**, gracias al acuerdo de libre comercialización firmado entre Perú-Canadá, mismo que se encuentra vigente hasta el año 2026. Mientras tanto como requisitos no arancelarios, Canadá se presenta como uno de los países más exigentes en el tema de importación de productos procesados, mismos que son verificados por la CFIA, en español (**Agencia Canadiense de Inspección**

Alimentaria) antes de ser distribuidos, en el tema del etiquetado se presenta una serie de requisitos a tomar en cuenta al momento de la exportación. Este resultado concuerda con lo investigado por Silva (2015), quien Concluyó que de acuerdo a la investigación previamente originada se analizó que Japón como potencia interpone barreras comerciales sumamente rigurosas, de tal modo se solicita todo el esfuerzo correspondiente para ejecutar tratados comerciales que permitan la libre comercialización de productos agrícolas y con esto se promueva el bienestar económico para ambos países. Este estudio se puede aprovechar para comparar las barreras comerciales y de accesibilidad a otros posibles destinos para la exportación de mermelada de Aguaymanto. Por tanto estas dos investigación tiene respaldo teórico definido por SUNAT (2017) quien define a los requisitos arancelarios como una contribución (aranceles) que tienen que costear tanto los exportadores como importadores en los despachos aduaneros de ingreso y egreso de las mercancías.

En los resultados también se presenta un estudio de rentabilidad económica que originará la exportación de mermelada a base de banano orgánico al mercado de Canadá, donde a través de todo un procedimiento de costos e ingresos se logró identificar qué tan rentable es la exportación del producto, siendo así que el margen de rentabilidad esperado es de 14% sobre el precio total de exportación (EXW) por valor unitario. Este resultado tiene contenido teórico por parte de Cuervo (2015) quien explica que la rentabilidad calcula la correlación de los rendimientos económicos de una labor y los medios utilizados para conseguirlos. La rentabilidad es el propósito financiero-económico de la industria; en el análisis de la misma se distingue: la rentabilidad económica o de financiación, la rentabilidad de los fondos exclusivos y finalmente la de mercado o rentabilidad para el capitalista.

V. Conclusiones

1. La demanda potencial de mermelada a base de banano orgánico es viable, pues el 99% de las personas están dispuestas a consumirla, ya que también un 99% tiene preferencia por el consumo de productos orgánicos respectivamente, mismos que son adquiridos masivamente en épocas de otoño con un 40,2% e invierno con un 59,8%, es más optan por productos envasados en frasco de vidrio y los establecimientos de compra a los cuales recurren con mayor frecuencia es a los supermercados.
2. La oferta de mermelada a base de banano de orgánico de la asociación de mujeres emprendedoras BOS, en la actualidad es de 2500 frascos, mismos que equivalen a 625 kilos mensuales. Los cuales son distribuidos a mercado distrital, local y nacional, y comercializados a un precio de S/. 5.00 por frasco.
3. Los requisitos arancelarios que impone el mercado de Canadá para la partida arancelaria N° 200799, misma donde se encuentra ubicado el producto a exportar “mermelada a base de banano organico“ es 0% gracias al acuerdo de libre comercialización que se firmó entre Perú-Canadá a inicios del 2009, el cual se encuentra vigente hasta el año 2026 .Dentro de los requisitos no arancelarios Canadá cuenta con un órgano CFIA en español (Agencia Canadiense de Inspección Alimentaria) que se encarga de verificar que los productos procesados importados efectúen y lleven a cabo los patrones calidad, inocuidad y salubridad, otro de los requisitos no arancelarios primordiales para el ingreso de productos procesados a territorio canadiense es el tema de envasado donde se concluye que todos los productos deben de contener la información específica, como el tamaño y descripción del producto, código de precio, país de origen, nombre del importador y dirección, entre otros, en los dos idiomas (inglés y francés) ambos oficiales del mercado Canadiense.
4. Con el estudio de rentabilidad económica se pudo demostrar que la exportación de mermelada a base de banano orgánico al mercado de Canadá es rentable, ya que el margen de rentabilidad obtenido es de 14% por valor unitario sobre el precio de compra EXW.

VI. Recomendaciones

- 1.** Ahora que se demostró la oportunidad de negocio que presenta el mercado de Canadá sobre el consumo de mermelada a base de banano orgánico, seguir trabajando con más empeño en éste proyecto, de tal forma que se siga ofreciendo un producto 100% orgánico que satisfaga las necesidades del consumidor, dado que, se ha podido observar que el mercado meta (Canadá) tiene una demanda alta sobre los productos naturales orgánicos que no contengan ningún tipo de conservantes. Es más la demanda potencial es de 99% en la preferencia de la mermelada a base de banano orgánico respectivamente.
- 2.** Se recomienda, prever de los insumos utilizados para la fusión (maracuyá, tamarindo, mango ciruelo) en la temporadas donde existe mayor producción, los cuales pueden ser almacenados en congeladores que eviten su descomposición. De tal manera que siempre exista oferta de estos dentro de la asociación, logrando así satisfacer la demanda con los mismos sabores de siempre.
- 3.** Analizar o implementar estrategias de distribución para la oferta de mermelada a base de banano orgánico los meses de junio –setiembre (primavera y verano), mismos en que los consumidores canadienses no consumen ningún tipo de productos importados, pues existe oferta excesiva de sus producto tradicionales.
- 4.** Trabajar sobre la capacidad en planta con la que cuenta, que es de 4000 frascos mensuales, equivalentes a 1000 kilos. Puesto que existe demanda potencial para la exportación de mermelada a base de banano orgánico las temporadas de otoño e invierno misma que debe ser satisfecha.

- Seguir adecuadamente los requisitos que impone el mercado de Canadá para la importación de sus productos. Uno del más importante es el etiquetado, ya que el consumidor canadiense siempre opta por los productos de buena presentación que cuenten con las normas establecidas que impone CFIA.



Ejemplo de etiqueta, requerida por el mercado de Canadá

- Se recomienda, tener un sistema optimizado de costos, que les ayude a obtener el costo real total de producción. Ya que actualmente el precio de comercialización por frasco es de S/. 5.00, mismos que no están siendo calculados con los todos los costos utilizados para la producción.
- Se recomienda trabajar el tema de las exportaciones bajo el término EWX, donde el importador asume todos los gastos para la exportación desde la fábrica del exportador, ya que es una asociación pequeña que recién se está involucrando en el tema de internacionalización de producto. A la misma vez esto permitirá que su margen de ganancia siga siendo de 14% por valor unitario logrando establecerse y crecer más como asociación.

VII. Referencias bibliográficas

- Eslava, J. d. (2016). "Rentabilidad Económica". En Análisis económico financiero de las decisiones de gestión empresarial (pág. 103). Madrid: ESIC.
- FAO. (2015). Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. En "Agricultura Orgánica: una herramienta para el desarrollo rural sostenible y la reducción de la pobreza" (pág. 40). Costa Rica.
- IICA. (2015). "La calidad e inocuidad de la oferta agrícola exportable". Venezuela.
- Massonnier, V. (2015). Tendencias de mercado. Argentina: ediciones Granica S.A.
- Medina, M. N. (2016). "Plan de Exportación Para Jalea de Banana para trabajar desde Machala al mercado de Holanda". Obtenido de Repositorio: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9151/1/TTUACE-2016-CI-DE00040.pdf>
- MINCETUR. (2015). Ministerio de comercio exterior y turismo. Obtenido de Tratado de libre comercio Perú- Canadá: http://www.camaralima.org.pe/bismarck/DESCARGAS/Beneficios_Oportunidades_Tratado_Libre_Comercio_Peru_Canad%C3%A1.pdf
- MINCETUR. (s.f). "Acuerdos comerciales". Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=cate_gory&layout=blog&id=36&Itemid=27
- Obando, J. R. (2015). "Elementos de la Macroeconomía". Universidad estatal a distancia.
- Péndola, F. F. (2016). "La importancia del mercado en la investigación agraria para el desarrollo alternativo". Lima.
- PROMPERU. (2016). Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen. Obtenido de: "Elaboración de plan de negocio de exportación": http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=3367_A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF

- Pueyo, S. A. (2015). "Gestión de presupuesto de ingresos". En Manual de presupuesto y contabilidad de las corporaciones locales (pág. 501).
- Santoyo, A. R. (2015). FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA.
- Suria, S. A., & Gonzales Pueyo, J. (2016). "Gestión de presupuesto de ingresos". En Manual de presupuesto y contabilidad de las corporaciones locales (pág. 501).
- TFO Canadá. (s.f). Expertos en comercio al servicio de países en desarrollo. Obtenido de "Toronto-Canadá": http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=5_11
- Vaca, A. E. (2016). "Exportación de mermelada de Arazá hacia Alemania". Obtenido de Repositorio: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4946/1/UDLA-EC-TTEI-2016-02.pdf>
- Villarán, K. W. (2016). Lima: Nathan Associates Inc. Obtenido de Plan de Negocios.
- Villarán, K. W. (2009). Lima: Nathan Associates Inc.
- SUNAT. (Mayo de 2017). "Acceso a mercados internacionales". Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/>
- Cuervo, Z.P (2015) .Madrid. "El análisis económico de la empresa" .Obtenido de http://www.aeca.es/old/refc_1972-2013/1986/49-1.pdf
- Céspedes, H.G (2015) .Bogotá. "Cálculo de la rentabilidad económica de una empresa". Obtenido de <https://economistas.es/Contenido/EC/gestor/boletines/Boletin16/03.pdf>

Anexos

Anexo A. Encuesta

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“ENCUESTA PARA MEDIR LA DEMANDA DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGANICO EN EL MERCADO DE CANADA”

Reciba un cordial saludo, soy una estudiante Peruana de la Carrera Profesional de Negocios Internacionales. Me dirijo a usted para solicitar de su tiempo y ayuda con el llenado de esta pequeña encuesta que me favorecerá en la realización de mi desarrollo de tesis titulado “Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017”

Agradeciendo anticipadamente su disponibilidad y generosidad.

- Marque con una (x) la alternativa que usted prefiera

1. ¿A qué segmento de edades pertenece usted?

18-28 28-38 38-48 48-58 58-a más

2. ¿Consume Mermelada?

SI NO

3. ¿De qué sabores normalmente suele consumir?

Rpta.....

4. ¿A qué precio la adquiere?

Rpta.....

5. ¿En qué temporada del año, considera usted que se incrementa el consumo de mermelada?

Primavera Verano Otoño
Invierno

6. ¿Usted tiene prioridad por el consumo de productos orgánicos?

SI NO

7. ¿Estaría dispuesto a consumir mermelada a base de banano orgánico?

SI NO

8. Le ofrecemos una mermelada de 250mg ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por ella?

3-6 Dólares 6-9 Dólares 9-a mas Dólares

9. Aparte de los envases de 250mg. ¿De qué otras capacidades estaría dispuesto usted a comprar la mermelada?

500 mg 750 mg 1000 mg

10. ¿En qué tipo de envase preferiría adquirir el producto?

Vidrio Tetra pack

11. ¿Qué lugar de venta prefiere para realizar la compra?

Supermercado Tiendas gourmet y especializadas
Drugstores

Anexo B. Validación de encuesta



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jorge Luis Martínez Pérez, con DNI N° 42191140 Magister en Master Business Administration

N° ANR: de profesión Ing. Industrial y de Sistemas desempeñándome actualmente como Profesional Independiente en rubros de Agricultura, Construcción e Inmobiliaria.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario de la encuesta, para medir la demanda en: "Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

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

Cuestionario para población de Canadá entre hombres y mujeres del segmentó de edades (18 a mas)	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura los 03 días del mes de Octubre del Dos mil Diecisiete.

MG. MBA : *Jorge Luis Martínez Pérez*
DNI : *42941140*
Especialidad : *Dirección General*
E-mail : *jorge.luis.martinez.p@gmail.com*

"MERCADO DE CANADÁ, OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EXPORTACIÓN DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGÁNICO. CASO ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS BOS, SALITRAL – SULLANA 2017"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
1.Clareidad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
2.Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				95						
3.Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				95						
4.Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				95						
5.Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				95						

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Vicenta Leizaola con DNI N° 8278896 Magister
 en Gerencia Empresarial
 N° ANR: de
 profesión ING. AGRÓNOMO desempeñándome actualmente
 como Docente Universitario en
Escuela de Gerencia Empresarial


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Questionario de la encuesta, para medir la demanda en: "Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico, Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

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

Questionario para población de Canadá entre hombres y mujeres del segmentó de edades (18 a mas)	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					84
2. Objetividad					86
3. Actualidad					86
4. Organización					86
5. Suficiencia					86
6. Intencionalidad					86
7. Consistencia					86
8. Coherencia					86
9. Metodología					86

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura los 03 días del mes de Octubre del Dos mil Diecisiete.


MG. *Vicente José Tello*
DNI *02288696*
Especialidad: *Procedimiento Internacional*
E-mail *victortello@hotmail.com*



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"MERCADO DE CANADÁ, OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EXPORTACIÓN DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGÁNICO. CASO ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS BOS, SALITRAL – SULLANA 2017"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	49	54	59	64	69	74	79	84	89	94	99					
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	49	54	59	64	69	74	79	84	89	94	99					
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, lra. Guisela Cordero Negro..... con DNI N° 41903873 Magister en Administración de Negocios con mención a Gerencia Empresarial N° ANR: de profesión Administradora de Empresas..... desempeñándome actualmente como Directora de Escuela..... en Negocios Internacionales.....


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario de la encuesta, para medir la demanda en: "Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

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

Cuestionario para población de Canadá entre hombres y mujeres del segmento de edades (18 a más)	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			+		
3. Actualidad			+		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			+		
6. Intencionalidad			+		
7. Consistencia		X			
8. Coherencia			+		
9. Metodología			+		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura los 03 días del mes de Octubre del Dos mil Diecisiete.


MG. : *Edmundo Antonio Landa Neiro*
DNI : *41908873*
Especialidad : *Administración de Empresas*
E-mail : *elanda@ucv.edu.pe*

“MERCADO DE CANADÁ, OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EXPORTACIÓN DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGÁNICO. CASO ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS BOS, SALITRAL – SULLANA 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado									X																	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables									X																	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación									X																	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems									X																	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.									X																	

Anexo C. Ficha de confiabilidad

Informe 156-2017-RAAJ-OI-UCV-Piura

OFICINA DE INVESTIGACIÓN. UCV PIURA

Informe técnico de confiabilidad.

Estudiante: CRUZ QUISPE, YOSELIN TATIANA
Escuela Académica de Negocios Internacionales

Docente a tiempo completo

Oficina de investigación

MSc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ - COESPE N° 507-

Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez del instrumento para el estudio: "MERCADO DE CALIDAD, OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACION DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGANICO. CASO ASOCIACION DE MUJERES EMPRENDEDORAS VOS, SALITRAL – SULLANA 2017"

- El estudiante desarrolló 11 preguntas en el **Instrumento**, para aplicar a los pobladores del Mercado de Canadá en los segmentos de edad entre (18 a más), con el objetivo de **identificar la demanda potencial de mermelada a base de banano orgánico**, donde el instrumento no se definen por escala en las respuestas, no pudiendo obtenerse resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al no existir homogeneidad, ni uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, no se puede usar la fiabilidad estadística. Para el tipo de instrumento definido hay un rasgo de estudio, que define en sus preguntas de manera heterogénea y su uso pretendido como instrumento al ser para estudio **se recomienda, usarlo como instrumento válido y no calculable la confiabilidad estadística.**

Piura, 20 de Noviembre del 2017



RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ
ING. EN ESTADISTICA
COESPE 507

Anexo D. Encuestas aplicadas



INTERNATIONAL BUSINESS PROFESSIONAL ACADEMIC SCHOOL
"SURVEY TO MEASURE THE ORGANIC BANANA JAM DEMAND IN THE CANADA MARKET"

Receive a cordial greeting, I am a Peruvian student of the International Business Professional Career. I am writing to you to request your time and help with the completion of this small survey that will help me in the development of my thesis entitled "Canada Market, business opportunity for export of jam based on organic bananas. Case Association of Women Entrepreneurs BOS, Salitral - Sullana 2017".

Thank you in advance for your availability and generosity.

- Mark with one (x) the alternative that you prefer

1. ¿What age segment do you belong to?

18-28 28-38 38-48 48-58 58- to but

2. ¿Eat Jam?

YES NOT

3. ¿What flavors do you usually consume?

Answer . STRA WBEERY..

4. ¿At what price do you buy it?

Answer ... \$ 8.39

5. ¿In what season of the year, do you consider that jam consumption is increasing?

Spring Summer Autumn
Winter

6. ¿You have priority for the consumption of organic products?

YES NOT

7. ¿Would be willing to consume jam based on organic bananas?

YES NOT



8. We offer you a 250mg jam ¿ How much would you be willing to cancel for it?

3-6 Dollars 6-9 Dollars 9-to but Dollars

9. Apart from the packings of 250mg. ¿Of what other capacities you would be ready to buying the jam?

500 mg 750 mg 1000 mg

10. ¿ In what type of packing it would prefer acquiring the product?

Glass Tetra paks

11. ¿ What place of sale he prefers to realize the purchase?

Supermarket Shops gourmet and specialized

Drugstores



INTERNATIONAL BUSINESS PROFESSIONAL ACADEMIC SCHOOL
"SURVEY TO MEASURE THE ORGANIC BANANA JAM DEMAND IN THE CANADA MARKET"

Receive a cordial greeting, I am a Peruvian student of the International Business Professional Career. I am writing to you to request your time and help with the completion of this small survey that will help me in the development of my thesis entitled "Canada Market, business opportunity for export of jam based on organic bananas. Case Association of Women Entrepreneurs BOS, Salitral - Sullana 2017".

Thank you in advance for your availability and generosity.

- Mark with one (x) the alternative that you prefer

1. ¿What age segment do you belong to?

18-28 28-38 38-48 48-58 58- to but

2. ¿Eat Jam?

YES NOT

3. ¿What flavors do you usually consume?

Answer ... *Peach*

4. ¿At what price do you buy it?

Answer ... *S. 29*

5. ¿In what season of the year, do you consider that jam consumption is increasing?

Spring Summer Autumn
Winter

6. ¿You have priority for the consumption of organic products?

YES NOT

7. ¿Would be willing to consume jam based on organic bananas?

YES NOT



8. We offer you a 250mg jam ¿ How much would you be willing to cancel for it?

3-6 Dollars 6-9 Dollars 9-to but Dollars

9. Apart from the packings of 250mg. ¿Of what other capacities you would be ready to buying the jam?

500 mg 750 mg 1000 mg

10. ¿ In what type of packing it would prefer acquiring the product?

Glass Tetra paks

11. ¿ What place of sale he prefers to realize the purchase?

Supermarket Shops gourmet and specialized

Drugstores



INTERNATIONAL BUSINESS PROFESSIONAL ACADEMIC SCHOOL
"SURVEY TO MEASURE THE ORGANIC BANANA JAM DEMAND IN THE CANADA MARKET"

Receive a cordial greeting, I am a Peruvian student of the International Business Professional Career. I am writing to you to request your time and help with the completion of this small survey that will help me in the development of my thesis entitled "Canada Market, business opportunity for export of jam based on organic bananas. Case Association of Women Entrepreneurs BOS, Salitral - Sullana 2017".

Thank you in advance for your availability and generosity.

- Mark with one (x) the alternative that you prefer

1. ¿ What age segment do you belong to?

18-28 28-38 38-48 48-58 58- to but

2. ¿Eat Jam?

YES NOT

3. ¿ What flavors do you usually consume?

Answer *STRA..WIBERRY*

4. ¿ At what price do you buy it?

Answer *\$ B. 39.....*

5. ¿ In what season of the year, do you consider that jam consumption is increasing?

Spring Summer Autumn

Winter

6. ¿ You have priority for the consumption of organic products?

YES NOT

7. ¿ Would be willing to consume jam based on organic bananas?

YES NOT



8. We offer you a 250mg jam ¿ How much would you be willing to cancel for it?

3-6 Dollars 6-9 Dollars 9-to but Dollars

9. Apart from the packings of 250mg, ¿Of what other capacities you would be ready to buying the jam?

500 mg 750 mg 1000 mg

10. ¿ In what type of packing it would prefer acquiring the product?

Glass Tetra paks

11. ¿ What place of sale he prefers to realize the purchase?

Supermarket Shops gourmet and specialized

Drugstores



INTERNATIONAL BUSINESS PROFESSIONAL ACADEMIC SCHOOL
"SURVEY TO MEASURE THE ORGANIC BANANA JAM DEMAND IN THE CANADA MARKET"

Receive a cordial greeting, I am a Peruvian student of the International Business Professional Career. I am writing to you to request your time and help with the completion of this small survey that will help me in the development of my thesis entitled "Canada Market, business opportunity for export of jam based on organic bananas. Case Association of Women Entrepreneurs BOS, Salitral - Sullana 2017".

Thank you in advance for your availability and generosity.

- Mark with one (x) the alternative that you prefer

1. ¿What age segment do you belong to?

18-28 28-38 38-48 48-58 58- to but

2. ¿Eat Jam?

YES NOT

3. ¿What flavors do you usually consume?

Answer blackberry

4. ¿At what price do you buy it?

Answer \$ 4.99

5. ¿In what season of the year, do you consider that jam consumption is increasing?

Spring Summer Autumn

Winter

6. ¿You have priority for the consumption of organic products?

YES NOT

7. ¿Would be willing to consume jam based on organic bananas?

YES NOT



8. We offer you a 250mg jam ¿ How much would you be willing to cancel for it?

3-6 Dollars 6-9 Dollars 9-to but Dollars

9. Apart from the packings of 250mg. ¿Of what other capacities you would be ready to buying the jam?

500 mg 750 mg 1000 mg

10. ¿ In what type of packing it would prefer acquiring the product?

Glass Tetra paks

11. ¿ What place of sale he prefers to realize the purchase?

Supermarket Shops gourmet and specialized

Drugstores



INTERNATIONAL BUSINESS PROFESSIONAL ACADEMIC SCHOOL
"SURVEY TO MEASURE THE ORGANIC BANANA JAM DEMAND IN THE CANADA MARKET"

Receive a cordial greeting, I am a Peruvian student of the International Business Professional Career. I am writing to you to request your time and help with the completion of this small survey that will help me in the development of my thesis entitled "Canada Market, business opportunity for export of jam based on organic bananas. Case Association of Women Entrepreneurs BOS, Salitral - Sullana 2017".

Thank you in advance for your availability and generosity.

- Mark with one (x) the alternative that you prefer

1. ¿What age segment do you belong to?

18-28 28-38 38-48 48-58 58- to but

2. ¿Eat Jam?

YES NOT

3. ¿What flavors do you usually consume?

Answer Pineapple

4. ¿At what price do you buy it?

Answer \$ 7.99

5. ¿In what season of the year, do you consider that jam consumption is increasing?

Spring Summer Autumn
Winter

6. ¿You have priority for the consumption of organic products?

YES NOT

7. ¿Would be willing to consume jam based on organic bananas?

YES NOT



8. We offer you a 250mg jam ¿ How much would you be willing to cancel for it?

3-6 Dollars 6-9 Dollars 9-to but Dollars

9. Apart from the packings of 250mg. ¿Of what other capacities you would be ready to buying the jam?

500 mg 750 mg 1000 mg

10. ¿ In what type of packing it would prefer acquiring the product?

Glass Tetra paks

11. ¿ What place of sale he prefers to realize the purchase?

Supermarket Shops gourmet and specialized

Drugstores

Anexo E. Entrevista

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES **“ENTREVISTA PARA MEDIR LA OFERTA DE MERMELADA A BASE DE** **BANANO ORGÁNICO EN LA ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS** **BOS, SALITRAL-SULLANA 2017”**

Reciba un cordial saludo, soy una estudiante Carrera Profesional de Negocios Internacionales. Me dirijo a usted para solicitar de su tiempo y ayuda con esta pequeña entrevista que me favorecerá en el desarrollo de mi proyecto de investigación, titulado “Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017”

Agradeciendo anticipadamente su disponibilidad y generosidad.

GUÍA DE PREGUNTAS

- **OFERTA DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGANICO**

12. ¿Cuántos frascos de mermelada elaboran de manera mensual?
13. ¿Cuál es el precio con el que la comercializan?
14. ¿Cuántos tipos de envases usan para su presentación?
15. ¿En cuántos mercados comercializan su producto?
16. Con respecto a la pregunta anterior ¿Cuáles son estos?
17. Usted como presidenta de la asociación, ¿siente que cubren la demanda que se les presenta en el mercado?
18. ¿Cuántas son las personas que trabajan en la elaboración de mermelada a base de banano orgánico?
19. Con respecto a la pregunta anterior ¿La cantidad es suficiente para cubrir todo el pedido solicitado?
20. Regresando a la pregunta número 1 ¿Ustedes como asociación, tienen la capacidad en planta para superar la cantidad que ahora en la actualidad vienen elaborando?

Anexo F. Validación de entrevista



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Vicente José Córdova DNI N° 6298696 Magister
 en Administración
 N° ANR: de
 profesión Idioma Inglés desempeñándome actualmente
 como Docente Universitario en
Escuela de Negocios Internacionales


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Ficha de registro, para medir la oferta en: "Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

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

Cuestionario para analizar la oferta de mermelada a base de banano orgánico en la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					/
2. Objetividad					/
3. Actualidad					/
4. Organización					/
5. Suficiencia					/
6. Intencionalidad					/
7. Consistencia					/
8. Coherencia					/
9. Metodología					/

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura los 03 días del mes de Octubre del Dos mil Diecisiete.


MG : *Victor José Villena Arroyo*
DNI : *09788696*
Especialidad : *Abogadía Internacional*
E-mail : *victorull@hotmail.com*

"MERCADO DE CANADÁ, OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EXPORTACIÓN DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGÁNICO. CASO ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS BOS, SALITRAL – SULLANA 2017"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
1.Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
2.Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3.Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4.Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5.Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jorge Luis Martínez Pérez, con DNI N° 42191140 Magister en Master Business Administration - MBA
 N° ANR: de profesión Ing. Industrial y de Sistemas desempeñándome actualmente como Profesional independiente en los rubros de Agricultura, Construcción e inmobiliaria.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Ficha de registro, para medir la oferta en: "Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

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

Cuestionario para analizar la oferta de mermelada a base de banano orgánico en la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura los 03 días del mes de Octubre del Dos mil Diecisiete.



MG. MBA : Jorge Luis Martínez Pérez
DNI : 42141140
Especialidad : MBA - Administración General.
E-mail : jorge.luis.martinezp@gmail.com

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Gen Galiana Cerda Nino con DNI N° 41903873 Magister en: Negocios Internacionales con opción a Gestión Especial N° ANR: de profesión Administradora de Empresas desempeñándome actualmente como Directora de Escuela en Negocios Internacionales


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Ficha de registro, para medir la oferta en: "Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

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

Cuestionario para analizar la oferta de mermelada a base de banano orgánico en la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			✓		
2. Objetividad			✓		
3. Actualidad			✓		
4. Organización			✓		
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad			✓		
7. Consistencia			✓		
8. Coherencia			✓		
9. Metodología			✓		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura los 03 días del mes de Octubre del Dos mil Diecisiete.


MG. : *Esmeralda Cerda Néira*
DNI : *41903073*
Especialidad : *Administración de Empresas*
E-mail : *ecerda@ucv.edu.pe*

"MERCADO DE CANADÁ, OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EXPORTACIÓN DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGÁNICO. CASO ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS BOS, SALITRAL – SULLANA 2017"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado										X																
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables									X																	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación									X																	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems									X																	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.									X																	

Anexo G. Entrevista aplicada



ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
"ENTREVISTA PARA MEDIR LA OFERTA DE MERMELADA A BASE DE
BANANO ORGÁNICO DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS
BOS, SALITRAL-SULLANA 2017"

Reciba un cordial saludo, soy una estudiante Carrera Profesional de Negocios Internacionales. Me dirijo a usted para solicitar de su tiempo y ayuda con esta pequeña entrevista que me favorecerá en el desarrollo de mi proyecto de investigación, titulado "Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

Agradeciendo anticipadamente su disponibilidad y generosidad.

GUÍA DE PREGUNTAS

• OFERTA DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGANICO

1. ¿Cuántos frascos de mermelada elaboran de manera mensual?

Actualmente, estamos elaborando **2500** frascos de **250** mg de mermelada a base de banano orgánico mensuales, logrando satisfacer a nuestros clientes con los que contamos por lo pronto.

2. ¿Cuál es el precio con el que la comercializan?

El precio con el que la estamos comercializando ahora es de **5** soles la unidad. Ya que nuestros clientes son quienes recogen las cajas de pedido en nuestro local, nosotros no gastamos en transporte.

3. ¿Cuántos tipos de envases usan para su presentación?

Solo usamos **1** solo tipo de envase, que es un envase de vidrio, delgado con tapa rosca que almacena 250mg de mermelada a base de banano orgánico.

4. ¿En cuántos mercados comercializan su producto?

Por ahora vendemos a 5 mercados nacional y local y distrital

5. Con respecto a la pregunta anterior ¿Cuáles son estos?

- Talara – 850 (mensual)
- Piura – 300 (mensual)
- Sullana – 350 (mensual)



- Trujillo – 750 (mensual)
- Salitral – 250 (mensual)

6. Usted como presidenta de la asociación, ¿siente que cubren la demanda que se les presenta en el mercado?

Si, nosotros desde que venimos trabajando con nuestros 5 clientes hemos sabido llegar a ellos. Pues siempre están conformes con nuestro trabajo.

7. ¿Cuántas son las personas que trabajan en la elaboración de mermelada a base de banano orgánico?

Actualmente somos 15 las socias en donde nosotras mismas trabajamos 3 días a la semana con un total de 12 días mensuales, con horarios de 2 a 6 de la tarde. Así lograr cumplir con el pedido pactado con nuestro cliente y cubrir su demanda.

8. Con respecto a la pregunta anterior ¿La cantidad es suficiente para cubrir todo el pedido solicitado?

Si, somos más que suficientes. Pues el proceso de elaboración de nuestro producto no es nada complicado, se podría decir que entre las 15 nos asignamos tareas diferentes que nos lleven a un solo objetivos

9. Regresando a la pregunta numero 1 ¿Ustedes como asociación, tienen la capacidad en planta para superar la cantidad que ahora en la actualidad vienen elaborando?

Nuestra Asociación cuenta con una capacidad en planta para elaboración de 4000 mermeladas de 250 mg mensuales. Pues nuestros tangibles principales para el proceso de elaboración son: 50 ollas con una capacidad de 20 kilos y 25 cocinas industriales de 2 ornillas cada una.

Entonces el total máximo que como pequeña asociación podemos elaborar de manera mensual es de 1000 kilos.



Francisca Quispe Atoche

Presidenta

DNE 03653379

Anexo H. Fotografías de entrevista



Entrevista dirigida a la Presidenta de la Asociación de mujeres emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.



Anexo I. Matriz de consistencia

**“Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico.
Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017”**

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Metodología	Población y muestra
¿Es factible que el mercado de Canadá se constituya en una oportunidad de negocio para la exportación de mermelada a base de banano orgánico de la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana?	<p>Objetivo general</p> <p>- Determinar la oportunidad de negocio en el mercado de Canadá para la exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>- Determinar la demanda potencial de mermelada a base de</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>- El mercado de Canadá, constituye en gran medida una oportunidad de negocio para la exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>- Existe una demanda potencial considerable en el mercado Canadá con respecto al consumo de</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Oportunidad de negocio</p> <p>Variable interviniente</p> <p>Para</p> <p>Variable dependiente</p> <p>Exportación de Mermelada a base de banano orgánico.</p>	<p>Tipo de estudio</p> <p>Descriptiva, ya que permitió describir las características y las propiedades del fenómeno a estudiar.</p>	<p>Población</p> <p>La población de estudio estuvo conformada por los 28.666.239 habitantes del mercado de Canadá, de los segmentos de edades de 18 a más años entre hombres y mujeres</p> <p>Muestra</p> <p>La unidad de análisis en el</p>

	<p>banano orgánico en el mercado Canadá.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar la oferta existente de mermelada a base de banano orgánico, de la asociación de mujeres emprendedoras BOS, Salitral-Sullana. - Detallar los requisitos arancelarios y no arancelarios que impone el mercado de Canadá. - Efectuar un estudio de rentabilidad económica. 	<p>mermelada a base de banano orgánico.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe oferta de mermelada a base de banano orgánico, en la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana. - El detalle de los requisitos arancelarios y no arancelarios que impone el mercado de Canadá, ayudara a la Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral-Sullana a tener en claro las exigencias para la exportación de mermelada a base de banano orgánico. - Con el estudio de rentabilidad económica, se demostrara la oportunidad 		<p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Se usara el diseño no experimental ya que se analizó el fenómeno tal y como ocurriere, sin intervenir en su desarrollo, además no hubo manipulación de ninguna de las variables.</p>	<p>presente estudio la comprende los 196 habitantes del segmento de edades de 18 a más años entre hombres y mujeres del mercado de Canadá. Los cuáles fueron elegidos de manera aleatoria.</p> <p>Técnica</p> <ul style="list-style-type: none"> - La encuesta - La entrevista <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> - El cuestionario
--	---	---	--	--	---

		<p>de negocio para la exportación de mermelada a base de banano orgánico.</p> <p>Caso Asociación de mujeres emprendedoras BOS, Salitral-Sullana.</p>			
--	--	--	--	--	--

Actas

Acta 1. Acta de aprobación de originalidad de tesis

Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

22%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

22%

★ Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado





ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE
TESIS


Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, **VICTOR RAUL TULLUME CAPUÑAY** docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo-Filial Piura, revisor (a) de la tesis titulada

"Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017", de la estudiante **Cruz Quispe Yoselin Tatiana**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Piura, 25 de octubre de 2019


Firma
VICTOR RAUL TULLUME CAPUÑAY
DNI: 02788696



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Acta 2. Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional ucv

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo Cruz Quispe Yoselin Tatiana, identificado con DNI N° 73104605 egresada de la Escuela Profesional de **Negocios Internacionales** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **“MERCADO DE CANADÁ, OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EXPORTACIÓN DE MERMELADA A BASE DE BANANO ORGÁNICO. CASO ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS BOS, SALITRAL -SULLANA 2017”**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


FIRMA

DNI: ..73104605.....

FECHA: ..26..... deJunio..... del 201.8....



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Acta 3. Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS**

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Cruz Quispe Yoselin Tatiana.....
D.N.I. : 73104605.....
Domicilio : Calle Bolognesi #507, Salitral-Sullana, Piura.....
Teléfono : Fijo : Móvil : 917311676.....
E-mail : Tatianacruz_05@hotmail.com.....

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales.....
Escuela : Negocios internacionales.....
Carrera : Negocios internacionales.....
Título : Licenciada en Negocios internacionales.....

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Cruz Quispe Yoselin Tatiana.....

Título de la tesis:

"Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada
a base de banano orgánico. Caso Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS,
Salitral -Sullana 2017"

Año de publicación : 2019.....

**4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN
ELECTRÓNICA:**

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha : 26-06-2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
La Escuela Profesional de Negocios Internacionales, Mg. Lorena Ramírez Briones

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Cruz Quispe, Joselin Tatiana

INFORME TITULADO:

"Mercado de Canadá, oportunidad de negocio para exportación de mermelada a base de barano orgánico. Caso
Asociación de Mujeres Emprendedoras BOS, Salitral –Sullana 2017"

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: Piura, 14 de enero de 2019

NOTA O MENCIÓN: 18 dieciocho

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

