



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SNACK A BASE DE CALAMAR GIGANTE EN LA EMPRESA ALTAMAR FOODS S.R.L, 2017”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

AUTORA

KELLY MARGARITA CUEVA CURO.

ASESORES

MBA. DANNA JIMENEZ BOGGIO.

MSC. JOSE FOCIÓN ECHEVERRIA JARA.

LINEA DE INVESTIGACIÓN

COMERCIO INTERNACIONAL.

CHICLAYO - PERÚ

2017

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 8:00 AM horas del día 30 de Julio del 2018, de acuerdo a los dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 1565, de fecha 30 de Julio del 2018, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SNACK A BASE DE CALAMAR GIGANTE EN LA EMPRESA ALTAMAR FOODS SRL - 2017", presentado por la Bachiller: CUEVA CURO KELLY MARGARITA, con la finalidad de obtener el Título de Licenciada en Negocios Internacionales, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

PRESIDENTE : Mgtr. José Foción Echeverría Jara

SECRETARIO (A) : Mgtr. Danna Johana Jiménez Boggio

VOCAL : Mgtr. Mónica del Pilar Pinedo Damian

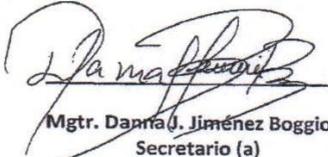
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

Aprobar por Mayoría.

Siendo las 9:00 AM del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 30 de Julio del 2018


Mgtr. José F. Echeverría Jara
Presidente


Mgtr. Danna J. Jiménez Boggio
Secretario (a)


Mgtr. Mónica del P. Pintado Damián
Vocal

DEDICATORIA

A ti madre mía por forjarme valores para ser cada día mejor, por brindarme tu apoyo incondicional; eres el motor que tengo para salir adelante.

En general a toda mi familia por brindarme su entera confianza, en cada adversidad que se me presentaba, sin dudar de mi inteligencia y mi capacidad para vencer dichas capacidades.

Kelly

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios porque está guiándome en el camino, protegiéndome y dándome fortalezas para salir adelante.

De igual manera agradezco a mis padres por sembrar en mí valores, por darme aliento para seguir adelante y por brindarme su apoyo incondicional; de la misma manera al resto de mi familia, por confiar en mis habilidades.

Así mismo a los colaboradores, encargados y en general a todos los trabajadores de la empresa ALTAMAR FOODS PERU S.R.L, en especial a los del área de Comercio exterior que me facilitaron llegar a concluir la presente investigación.

A mis profesores de la escuela de ciencias empresariales por brindarme conocimientos, en especial a mi asesora y metodólogo de tesis, por guiarme y apoyarme a lo largo de esta investigación.

Kelly

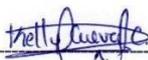
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Kelly Margarita Cueva Curo con DNI N° 72930933, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela académico profesional de Negocios Internacionales; declaro bajo juramento que toda la documentación que presento es veraz y auténtica.

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

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

Chiclayo, Diciembre del 2018



CUEVA CURO, Kelly Margarita

DNI N° 72930933

PRESENTACIÓN

Señores que conforman el honorable Jurado:

Cumpliendo con el Reglamento de elaboración y sustentación de tesis de la Universidad “Cesar Vallejo”, para obtener el título profesional de licenciada en Negocios Internacionales, presento la siguiente tesis denominada “Plan de Negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L - 2017”

En el trabajo mencionado se desarrolló en ocho capítulos: Introducción, Método, Resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, propuesta y referencias. Cuya solución fue la elaboración de un plan de negocios para la exportación de snack que se tomó la hamburguesa como producto específico, a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L con destino a Estados Unidos.

Señores miembros del jurado esperamos que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Atentamente.

Autora.

ÍNDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad problemática.....	12
1.2. Trabajos previos.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	18
1.3.1. Plan de negocios.....	18
1.3.2. Exportación.....	28
1.4. Formulación del problema.....	38
1.5. Justificación del estudio:.....	39
1.6. Hipótesis:.....	39
1.7. Objetivos.....	39
1.7.1. General.....	39
1.7.2. Específicos.....	39
II. MÉTODO.....	40
2.1. Diseño de investigación.....	40
2.2. Variables y Operacionalización.....	41
2.3. Población y muestra.....	43
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
2.5. Métodos de análisis de datos.....	45
2.6. Aspectos éticos.....	45
III. RESULTADOS.....	46
IV. DISCUSIÓN.....	59
V. CONCLUSIONES.....	61
VI. RECOMENDACIONES.....	62

PROPUESTA.....	63
VII. REFERENCIAS.....	107
VIII. ANEXOS	109
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....	132
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	133

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Plan de negocios.....	19
Ilustración 2 Modelos de estructura de planes de negocios.....	21
Ilustración 3: Idea de negocio a partir del análisis del entorno	23
Ilustración 4: procesos de identificación de un análisis interno	23
Ilustración 5: costos de producción	27
Ilustración 6: Diseño de investigación	40
Ilustración 7: Presentaciones de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L	52
<i>Ilustración 8: Empresa Altamar Foods S.R.L.....</i>	<i>64</i>
Ilustración 9 : Calamar gigante	68
Ilustración 10 : El dorado.....	70
Ilustración 11 : Pejerrey.....	70
Ilustración 12: Planta de hielo	71
Ilustración 13: Ficha país de Estados Unidos.....	80
Ilustración 14: Alianzas estratégicas.	83
Ilustración 15: Hamburguesa de calamar gigante	84
Ilustración 16: Nutrition facts	86
Ilustración 17: Estrategias de venta.....	89
Ilustración 18: jefa del área de comercio de la empresa Altamar Foods S.R.L ..	130
Ilustración 19: Asistente del área de Comercio exterior de la empresa Altamar Foods S.R.L	131
Ilustración 20: Ingeniero de Producción y preformados de la empresa Freeko Perú S.A.C.....	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: situación actual de las exportaciones de calamar gigante.....	50
Tabla 2. Descripción de la sub-partida nacional de sepias, jibias y calamares. ...	71
Tabla 3. Exportaciones nacionales de sepias, jibias y calamares, 2012 - 2016 ...	72
Tabla 4. Principales países importaciones a nivel mundial de sepias, jibias y calamares.....	73
Tabla 5. Escala de Valor	74
Tabla 6 Países mayor participación en el consumo de sepias, jibias y calamares.	74
Tabla 7: indicadores y porcentajes necesarios para el mercado objetivo.....	75
Tabla 8. Países seleccionados implementando los indicadores.....	76
Tabla 9. Puntaje designado por resultados de indicadores.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Empresa ALTAMAR FOODS S.R.L	47
Figura 2: Área de exportación de la empresa altamar Foods S.R.L.....	48
Figura 3: Exportación en la Empresa Altamar Foods S.R.L	49
Figura 4: Evolución de la exportación calamar gigante en la empresa altamar Foods S.R.L	51
Figura 5 volúmenes de exportación en la empresa altamar Foods S.R.L	53
Figura 6: hamburguesa de calamar gigante en la empresa altamar Foods.....	54
Figura 7: Presentaciones.....	69
Figura 8: Presentaciones.....	69

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: País donde exporta Altamar Foods S.R.L.....	37
Cuadro 2: Envases y embalajes para la exportación de hamburguesa de Calamar Gigante.....	54
Cuadro 3: Perfil y tendencias del exportador de calamar gigante.....	56
Cuadro 4 : productos sustitutos.....	64
Cuadro 5: competencia indirecta.....	65
Cuadro 6: competencia directa.....	67
Cuadro 7: Descripción de proceso productivo.....	91

ÍNDICE DE APÉNDICE

APÉNDICE 1: ENTREVISTA.....	109
APÉNDICE 2: ENTREVISTA.....	115
APÉNDICE 3: ENTREVISTA.....	121

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó en la empresa Altamar Foods S.R.L de la provincia de Piura, distrito de Paita en el año 2017, en donde participaron el área de comercio exterior, experto sobre el área de exportación, así como también empresas competidoras en el rubro de calamar gigante pre cocido.

El problema planteado fue: ¿Cómo lograr la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa altamar Foods SRL?, para lo cual se precisó como objetivo general de elaborar un plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa ALTAMAR FOODS S.R.L.

El diseño de la investigación es descriptivo no experimental con propuesta, donde las poblaciones de estudio estuvieron conformadas por 3 especialistas en el área de exportación de la empresa Altamar Foods, 1 especialista en el área de exportación de hidrobiológicos y 1 ingeniero de producción de hidrobiológicos. Así mismo, para la obtención de información se utilizaron los instrumentos de guía de observación y entrevista validada por tres expertos.

Finalmente, se ha llegado a la conclusión que la empresa Altamar Foods S.R.L debe contar con una diversificación de productos para exportar, y se tuvo que esta propuesta de snack de calamar gigante, según su estudio de mercado tiene como país meta Estados Unidos y las oportunidades podrán ser aprovechadas y aptas para la oferta y cumpliendo los requisitos de exportación.

PALABRAS CLAVES: Plan de negocios, exportación, calamar gigante, hamburguesa.

ABSTRACT

The present research work was carried out in the company Altamar Foods SRL of the province of Piura, district of Paita in the year 2017, where the foreign trade area participated, expert on the export area, as well as competing companies in the giant pre-cooked squid.

The problem was: How to achieve the export of giant squid-based snack at Altamar Foods SRL?, for which purpose it was necessary to develop a business plan for the export of giant squid-based snack in the company ALTAMAR FOODS SRL

The design of the research is non-experimental descriptive with proposal, where the study populations were made up of 3 specialists in the export area of the company Altamar Foods, 1 specialist in the export area of hydrobiological and 1 engineer of production of hydrobiological. Likewise, to obtain information, the observation and interview guide instruments validated by three experts were used.

Finally, it has been concluded that the company Altamar Foods SRL must have a diversification of products to export, and this proposal of giant squid snack, according to its market study, has as its target country the United States and the opportunities They can be used and suitable for the offer and fulfilling the export requirements.

KEYWORDS: Business plan, export, giant squid, hamburger.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática:

Hoy en día el ser humano necesita tener alimentos con distintas proteínas, vitaminas, las cuales se pueden obtener con fuentes de origen animal en el cual el calamar gigante, *Dosidicus gigas*, es la única especie de calamar explotada comercialmente en nuestro país, además de ser un recurso de grandes beneficios nutricionales, capaz de satisfacer las necesidades alimenticias.

Como se sabe en el diccionario de la real academia española, tiene como definición de SNACK como un alimento ligero ingerido entre las principales comidas.

En la actualidad en nuestro mercado existen distintas variedades de snack, los cuales pueden ser elaborados de frutas deshidratadas, cereales, entre otros. Sin embargo, no hemos escuchado un producto elaborado con pulpa de calamar gigante disponible en tiendas o supermercados.

La cantidad de calamar gigante que se envía al extranjero ha crecido considerablemente en los últimos tiempos ya sea por sus precios económicos así como por sus diversas variedades de presentación impulsando esto la amplitud en los mercados internacionales; Asia es el continente donde mayor aceptación ha tenido, siendo china el de mayor requerimiento, este producto concentra altos valores nutritivos, bajos índices calóricos y mínimas grasas, precio mínimo, fácil de preparar, además que se puede preparar en diversas formas lo que facilita su ingesta frecuente.

En el ámbito internacional Terranova, (2013) nos dice:

El desarrollo de la Tecnología pesquera, es de vital importancia para aprovechar los recursos alimenticios acuáticos. Los diferentes métodos de conservación y procesamiento del pescado, constituyen una alternativa para los países con elevada producción marítima y continental. La utilización industrial de la carne de pescado y de los

subproductos, mejora el componente nutricional de poblaciones humanas y animales. (p.25)

La extracción y comercialización al mercado internacional del calamar gigante comenzó en la década del 90 debido al interés de algunos países asiáticos, lo que provocó que el Perú emitiera normas legales a fin de regular la extracción y procesamiento del calamar gigante en cuanto a los permisos para su captura.

La captura de este producto tiene mayor auge en el norte del país (Paita) permitiendo esto una mayor recaudación de divisas, así como una mayor demanda de mano de obra. (Gestión, 2016, p.01), esto beneficia considerablemente a su población paiteña.

La empresa Altamar Foods, una empresa exportadora de una diversidad de productos a base de calamar gigante como son: (tentáculos de pota congelado, filete de pota congelado, picadillo pre-cocido de pota congelado, etc.). Es reconocida en el ámbito local y regional, pero sus productos a exportar son enviados como materia prima lo cual en el país de exportación son procesados para el consumo, para lo cual se realiza el presente proyecto con la finalidad de poder generar que sea más reconocida y de igual manera tener una cartera de productos, a la cual se integre el presente producto teniendo de por sí un valor agregado. Tiene como principales mercados España, China, Brasil, Francia; entre otros.

1.2. Trabajos previos

La presente investigación cuenta con investigaciones anteriormente hechas, sobre el mismo problema, para poder comprender mejor el tema y en torno a eso evaluar los resultados del presente proyecto de tesis.

Según Espinoza, (2015) en su trabajo titulado: "Diseño de un plan de negocios para la exportación de pulpa de arazá desde Machala provincia de el oro hacia el mercado de Ginebra – suiza", dicha investigación presenta como objetivo general: "Determinar cómo influye la carencia de un plan de negocio para la exportación de la pulpa de arazá desde la ciudad de Machala, Provincia de El Oro hacia el mercado de Ginebra Suiza". (p.25), donde se concluyó, que la producción y comercialización de pulpa de arazá es una oportunidad de negocio para impulsar el desarrollo

agroindustrial, mismo que permitirá contribuir al cambio de la matriz productiva del país por medio de la generación de valor agregado a los productos primarios.

Con referencia a lo anterior expuesto, aportara en el presente proyecto de tesis elaborar un plan de mercado donde se va identificar la información básica del destino donde va ir dirigido el producto, así como también la economía de dicho país.

De igual forma Cuenca, (2013) donde presenta como título: “Plan de negocio de exportación de muebles rústicos de madera Kuspi Huasii hacia el mercado de los estados unidos”, dicha investigación presenta como objetivo general: “Recopilar los datos necesarios y suficientes que permitan crear una base para el plan de exportación para los productores KASPI HUASI y presentar una opción empresarial mediante un proyecto piloto de tamaño medio de producción de muebles rústicos que permita alcanzar nuevos mercados en el exterior” (p. 08), donde se concluyó: que haciéndose un estudio de mercado va concretar un mercado meta potencial en los productos antes mencionados a estados unidos con mayor preferencia de consumo y mucha conveniencia para los muebles artesanales rústicos de madera. EE. UU al ser uno de los principales países importadores a nivel mundial de muebles, se le considera como un mercado prioritario para las exportaciones ecuatorianas.

Ante la situación planteada, esta tesis aporta a la presente investigación en elaborar una proyección en mercado, basándose en las tendencias crecientes y teniendo en cuenta la demanda de los consumidores.

En el ámbito nacional, según Palomino, (2015) quien presenta como título de la tesis: "Elaboración de hojuela dulce a partir del manto molido de pota (*Dosidicus gigas*) con quinua (*Chenopodium quínoa*)” El objetivo general del presente estudio fue: Elaborar una hojuela dulce de pota (*Dosidicus gigas*) con harina de quinua (*Chenopodium quínoa*) nutritiva y destinado para niños en edad preescolar” (p. 04), donde se concluyó que fue posible elaborar una hojuela dulce de pota (*Dosidicus gigas*) utilizando manto de pota tratada con DOSIPLUS al 2%, en mezcla con harina de quinua (*Chenopodium quínoa*) y almidón de papa que cumplió con los requerimientos de la NTP-209.260 (2004) para alimentos cocidos destinados para

niños en edad preescolar entre dos y cinco años, respecto al contenido de proteína y aminoácidos.

Ante la situación planteada, esta tesis aporta con el tema de la materia prima donde se encuentra las características y las distintas presentaciones que se tiene del calamar gigante, contando de esta manera con las distintas formas de distribución e innovación de dicho producto.

Según Cueva y Quispe, (2014) como título de tesis: "Plan de negocio para la exportación de aguaje". El objetivo general del presente estudio fue: Desarrollar un Plan de Negocios para la Exportación del Aguaje que permita una producción y comercialización eficiente y sostenible, en los principales mercados del mundo" (p. 10), donde se concluyó que; el plan de negocios propuesto es formar una nueva empresa encargada de la transformación y exportación de Aguaje Liofilizado comercializado como beta caroteno al mercado compuesto por el bloque económico NAFTA, lo cual resulta un negocio rentable y factible de realizar así como lo demuestra el análisis financiero realizado y teniendo en cuenta las consideraciones técnicas y de salud que se requiere para el exigente mercado objetivo.

Con referencia a lo anterior expuesto, la tesis aportará a este proyecto de tesis con la estructura de un plan de marketing donde la necesidad no será solo de desarrollar el producto, sino también de lograr la aceptación del producto por los clientes.

Según Luque, (2015) como título de tesis: "Plan de negocios para la exportación de Quinoa a Canadá, 2015", dicha investigación presenta como objetivo general: "Promover la producción y exportación con altos estándares de calidad exigidos por el mercado objetivo para poder posicionarse internacionalmente como un producto de alta calidad" (p. 12), donde se concluyó que: se ha desarrollado el plan de negocios para la exportación de Quinoa a Canadá de forma satisfactoria para el periodo 2015. Se puede apreciar que al realizar este proyecto teniendo en cuenta los 5 años se obtiene rentabilidad positiva, El valor actual neto financiero es de S/. 51,298.02. Se realizó una inversión de S/. 76,155.50 siendo recuperada prácticamente en dos años y medio.

Ante la situación planteada, esta tesis aporta respectivamente a tener la herramienta que resulta ser más económica para la promoción del producto teniendo un gran impacto para los consumidores finales.

Según Asenjo y Zapatel, (2014) presenta como título de tesis: “Plan de negocio para la producción y comercialización de Tilapia de Nilo en el caserío de Paredones del distrito de Chongoyape – región Lambayeque”. Tuvo como objetivo general: “Determinar la viabilidad de la producción y comercialización de tilapia de Nilo en el caserío de Paredones en el distrito de Chongoyape, departamento de Lambayeque para satisfacer los mercados de Patapo y Chongoyape”, donde se concluyó que; analizando el mercado, se concluye que existe demanda insatisfecha de pescado en los distritos de Patapo y Chongoyape, el 64 % de la población que respondió que no consume carne de tilapia dijo que la razón era que no la venden en la zona, el mercado potencial hallado fue de 24,311 habitantes donde se observa que el 14% está dispuesto a pagar nuestro precio propuesto S/. 11.00 nuevos soles, la cantidad total ofertada entre restaurantes y población es de 2,362.44 Kilogramos mensuales. Con referencia a lo anterior expuesto, la tesis aportara a la estructura de un plan estratégico que identificara las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa para de esta manera tener las soluciones más efectivas y saber con las necesidades externas e internas de la empresa.

Por otra parte, en la investigación, Chumacero, (2016) presenta la tesis titulada: "Elaboración experimental de snack a partir de pulpa de calamar gigante dosidicus gigas (D' Orbigny 1835)" Tuvo como objetivo general: “Elaborar un producto tipo snack a partir de pulpa de calamar gigante (Dosidicus gigas)” (p. 03), donde se concluyó que: Es factible la elaboración de un producto tipo snack a partir de la pulpa de calamar gigante o pota, con tecnología sumamente sencilla, de bajo costo, inocuos y aceptables por los consumidores.

Con referencia a lo anterior expuesto, aporta en el proyecto de tesis ya que se analiza las características físico – químicas del snack de pulpa de pota, teniendo mayores contenidos de proteínas que otros productos similares en el mercado.

La abundancia de recursos ictiológicos en el mar peruano, convierte al país en uno de las principales zonas pesqueras, lo cual lo coloca en una posición privilegiada,

debido a que cuenta con una gran variedad de moluscos, de los cuales resulta la pota. “La pota, por ejemplo, es la segunda pesca más importante del país y se coloca entre los primeros lugares de los productos marinos exportados (...)” (Párr. 02), según afirma República (2017)

Según el diario Gestión, (2016) El Instituto de Mar del Perú (IMARPE) estimó:

En el Perú y sus aguas adyacentes existe abundancia del calamar gigante (Pota), de lo cual se puede deducir que este recurso se encuentra en estado de sub-explotación, por lo que se necesita de estudios que planteen darle un valor agregado a dicho producto que generalmente exportan las empresas, con la finalidad de poder generar marca a las empresas, haciendo de su materia prima una serie de procesos para poderlas convertir en un producto demandado por diferentes países en el mundo.

Por otra parte, República, (2017) cita a Juan Carlos Sueiro, director de pesquería de Océano Perú, quien afirma:

Fuera de las 200 millas peruanas, hemos contabilizado entre 200 y 250 embarcaciones que operan en el borde y entran a nuestra zona para presuntamente hacer actividades pesqueras. Esa flota se va a Argentina y se mueve con dirección al Perú.

Si bien es cierto, el Perú es rico en recursos ictiológicos, pero en el caso del calamar gigante, no se explota como es debido o se le resta importancia debido a que tiene un bajo precio en el mercado nacional, el problema es que las empresas no se proponen generar marca al país y exportar productos innovadores que pueda satisfacer los gustos y preferencias de la gran demanda internacional, que como nos podemos dar cuenta, están invadiendo nuestro litoral marino, ya que otros países no tienen la variedad de recursos marinos que tiene el país sin embargo ellos vienen en busca de lo que las empresas le restan importancia, pasar de un estado de sub-explotación a ser explotado totalmente.

En el mismo orden de la idea anterior se tiene que “El litoral peruano goza actualmente de buenas condiciones climáticas para la pesca; sin embargo, no se descarta que estas puedan cambiar y perjudicar la disponibilidad de los recursos

marinos en el 2017". (Párr. 01), según indica Juan Carlos Sueiro, referenciado en República (2017)

Por otra parte, en Arequipa, el jefe regional de Producción, José Luis Rivera, señaló que "La anchoveta y la pota son especies marinas que se retiraron a varias millas del lugar de pesca por el incremento de la temperatura del mar", según indica el (diario República, 2016, párr. 01).

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Plan de negocios

Se tiene un concepto mejor establecido sobre lo que es un Plan de negocio, lo cual se define como un "Documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán "amigable" contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado", según afirma, (Weinberger, 2009, p.33)

Ilustración 1: Plan de negocios



Fuente: Weinberger (2009)

Un plan de negocio es de suma importancia debido a que con su desarrollo se conoce a detalle el entorno, de igual manera se tiene un análisis de preciso en cuanto al análisis FODA, además de esto nos da a conocer como se organizaran los recursos en función a cada uno de los objetivos planteados, se establece un plan estratégico e incluso se realiza un presupuesto, y se conocen posibles resultados, mostrando la viabilidad de un proyecto. (Weinberger, 2009, p. 34-35)

Los planes de negocio sirven para presentar oportunidades e ideas de negocio, de igual manera para brindar información a posibles inversionistas y como una guía para la puesta en marcha y desarrollo de las actividades de una empresa.

Para (Weinberger, 2009, p. 41-43), existen 3 tipos de planes de negocio, los cuales se muestran a continuación:

A) Plan de negocio para puesta en marcha

Por lo general, las empresas en marcha van aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

B) Plan de negocio para nuevas empresas

Para las nuevas empresas, el desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha.

C) Plan de negocio para inversionistas

El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y, sobre todo, datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión.

Estructura de un plan de negocio

Diferentes autores dan sus modelos de estructuras respecto a lo que concierne al plan de negocios. Dentro de los cuales Weinberger (2009), indica que se deben hacer diferentes planes de negocio para un nuevo negocio y para una empresa en marcha como se muestra a continuación.

Ilustración 2 Modelos de estructura de planes de negocios

Plan de negocios para una empresa en marcha (GERENTE)	Plan de negocios para una empresa Nueva (INVERSIONISTA O GERENTE)
Resumen Ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa <ul style="list-style-type: none"> • Historia de la empresa • Análisis de la industria. Los productos sustitutos competencia Productos y servicios ofrecidos	Formalización de una idea de negocio Análisis de la oportunidad Presentación del modelo de negocio
Análisis Entorno <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado 	Analisis del entorno Analisis de la industria, del mercado y estimación de demanda
Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Alianzas estratégicas 	Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> • Analisis foda • Misión y visión • Objetivos estratégicos • Estrategias genéricas
Plan de Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de venta 	Plan de marketing
Plan de operaciones <ul style="list-style-type: none"> • Proceso productivo • Flojograma • Distribucion del producto 	Plan de operaciones
Evaluación financiera <ul style="list-style-type: none"> • Costos de producción • Costos de exportación • Selección de precio de exportación • Modalidad de pago • Documentos de exportación 	Proyección de los estados financieros
Conclusiones y recomendaciones	Conclusiones y recomendaciones
Anexo	Anexo

Fuente: (Weinberger, 2009, p. 43)

Elaboración: propia.

Plan de negocios para una empresa puesta en marcha

Historia de la empresa:

Este acápite buscará responder a las siguientes preguntas:

¿Cuándo se fundó la empresa? ¿Quién la fundó? ¿Cuál fue la razón o motivaciones para fundarla? ¿Cuál fue el giro de la empresa y cómo ha evolucionado hasta la fecha? ¿Qué productos vende y a quiénes?

- **Análisis de la industria:**

Acá, se buscará conocer: ¿cómo se encuentra el sector o industria en el que trabaja empresario? ¿La industria está creciendo, está madurando o está en declinación? ¿Qué variables económicas, sociales, tecnológicas, políticas o legales, a nivel local, regional, nacional o global podrían influir en la industria de manera positiva o negativa?

- **Productos y servicios ofrecidos:**

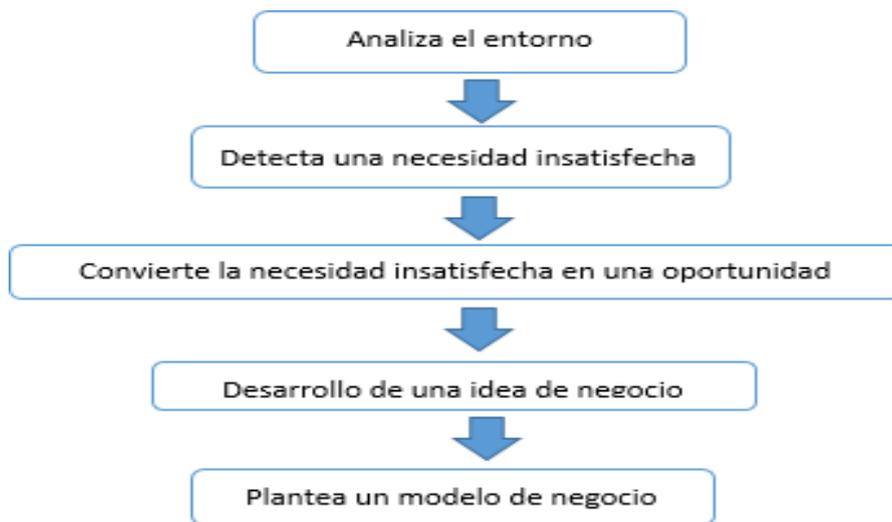
En esta parte se reincidan los productos y servicios que la empresa ofrece en la actualidad. Se debe presentar:

¿Cuáles son los atributos y características distintivas de dichos productos o servicios? ¿Quiénes son sus clientes y por qué la actual propuesta de valor es relevante para ellos? ¿Quiénes son los competidores y sus principales proveedores? ¿La empresa tiene alguna ventaja competitiva? ¿Cuál es esa ventaja y cómo piensa mantenerla en el tiempo? ¿Cuáles son los procesos necesarios para el logro de los objetivos empresariales? ¿Todos los procesos necesarios para el logro de los objetivos empresariales? ¿Todos los procesos son realizados por los trabajadores de la empresa? ¿Qué subcontrataciones se hacen?

- **Información económica y financiera:** Tratándose de una empresa en marcha, es indispensable presentar los estados financieros de los últimos dos o tres años, que permitan dar a conocer la situación económica y financiera de la compañía en términos de liquidez, rentabilidad, solvencia y gestión financiera.

A) Proceso de identificación de una idea de negocio a partir del análisis del entorno

Ilustración 3: Idea de negocio a partir del análisis del entorno.

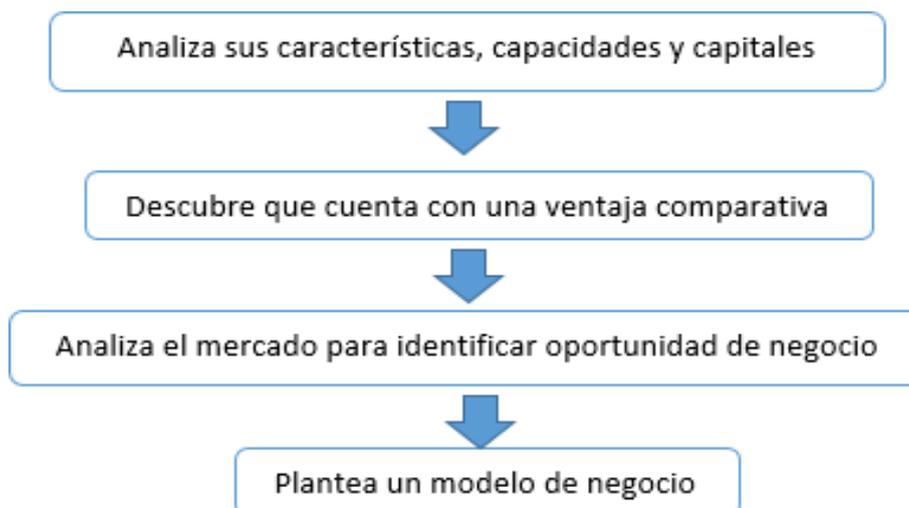


Fuente: Weinberger (2009)

B) Proceso de identificación de una idea a partir del análisis interno u oportunidad

Tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas.

Ilustración 4: procesos de identificación de un análisis interno



Fuente: Weinberger (2009)

C) Análisis del entorno

Reiteramos que el análisis del entorno es fundamental para descubrir oportunidades sobre la base de las cuales podrían surgir ideas de negocios. Además, un profundo análisis del entorno permitirá al empresario identificar las amenazas que dificultan su ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rumbo de la empresa.

Según Weinberger (2009), indica que: “Cuando se hace un análisis del entorno, por lo general se estudian los siguientes factores: Económico, sociales, políticos y legales, tecnológicos y ambientales”. (p. 54)

D) Análisis de la industria

Cuando se habla de industria, se entiende que es el conjunto de empresas que fabrican productos que compiten entre ellos o que son sustitutos cercanos.

Respecto al análisis de una industria, Weinberger (2009), manifiesta:

Implica el estudio de aquellas fuerzas que podrían afectar directamente el desarrollo y desempeño de una empresa. De acuerdo con el modelo de Michael Porter (1979), estas fuerzas son: Los competidores actuales, los competidores potenciales, los productos o servicios sustitutos, los clientes, los proveedores. (p. 60)

Plan estratégico de la empresa

El plan estratégico de una empresa comienza con una relación de las variables que pudieran representar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) para ella.

A) Visión

Determinar la visión de la empresa, quiere decir, lo que la empresa quiere ser en el futuro. Por lo general, la visión de la empresa responde a la visión o sueño del empresario y suele establecerse por un periodo superior a los tres años.

B) Misión

La misión de una empresa es su razón de ser. Para poder definirla se debe responder a las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Para quién lo hacemos?, ¿Cómo lo hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?

Plan de marketing

El plan de marketing debe comenzar con una definición del segmento de mercado o público objetivo al que se pretende llegar y cuál es el posicionamiento que la empresa quiere lograr, es decir, cómo quiere el empresario que la empresa sea vista o recordada.

A) Objetivos de marketing

Para Weinberger (2009), Los objetivos deben ser claros, sencillos, precisos, medibles y realizables. Los objetivos deben tener indicadores que sirvan para evaluar el desempeño de las actividades planeadas y ser constantemente controlados. (p. 70)

B) La mezcla de marketing

La mezcla de marketing se utiliza para posicionar los productos o servicios en el mercado objetivo. La mezcla de marketing se define como las 4 P: producto y servicio, precio, promoción y plaza.

Plan de operaciones

El plan de operaciones, tiene como fin establecer:

1. Los “objetivos de producción” en función al plan de marketing.
2. Los “procesos de producción” en función a los atributos del producto o servicio.
3. Los “estándares de producción” que harán que la producción sea eficiente, se logre satisfacer las demandas de los clientes.

A) Proceso de producción

Para hacer un proceso de producción se debe:

1. Definir el flujo de operación del bien o servicio.
2. Establecer los estándares de calidad.
3. Determinar cuáles son los factores críticos para el cumplimiento de los estándares de calidad.

En la cual existen estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal, así también como las estrategias de motivación. En función a los objetivos y requerimientos de personal, el empresario diseñará estrategias para atraer y retener a las personas más adecuadas para su organización.

Plan financiero

Según Weinberger, (2009) afirma:

Hasta el momento, usted ha demostrado a los inversionistas que ha sido capaz de identificar un producto o servicio, que puede ser comprado por un grupo importante de clientes; ha demostrado que se puede contar con el personal adecuado; es decir que el dinero invertido, si el plan resultará económica y financieramente viable. (p. 94)

El plan financiero es sumamente importante porque permite:

- a) Determinar los costos totales del negocio, es decir, los costos de producción, ventas y administración.
- b) Determinar el monto de inversión inicial.
- c) Determinar las necesidades de financiamiento.
- d) Determinar las fuentes de financiamiento
- e) Proyectar los estados financieros
- f) Evaluar la rentabilidad económica y financiera

A) Estado financiero de la empresa

Se debe realizar proyecciones de:

- a. Estados de Ganancias y Pérdidas.
- b. Balances Generales
- c. Flujo de Caja mensual
- d. Ratios financieras que se desprendan del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Balance General

B) Análisis de costos

Los costos de producción son todos los costos, relacionados de manera directa o indirecta, con los procesos productivos de la empresa.

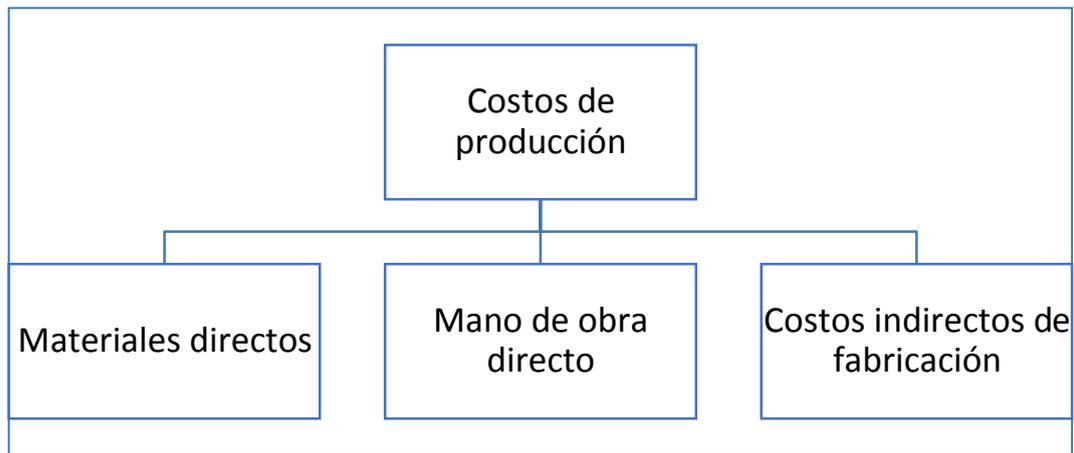
- **¿Cómo se determinan los costos de producción?**

Las dos formas más comunes de visualizar los costos son las siguientes:

a) Costo total = Total de costos de producción + Total de costos de administración + Total de costos de comercialización (ventas)

b) Costo total = Total de costos variables + Total de costos fijos

Ilustración 5: costos de producción



Fuente: Weinberger (2009)

- Proyección de flujo de caja:

El flujo de caja es la herramienta básica de planificación financiera y de evaluación de proyectos.

Sirve para:

- Planificar, ordenar y controlar la liquidez de la empresa por un periodo determinado.
- Ver si se puede cumplir con los compromisos adquiridos en las fechas programadas.
- Evaluar la posibilidad de gestionar un financiamiento adicional.
- Evaluar la necesidad de cambiar las condiciones de plazo en el cobro a clientes y el pago a proveedores.
- Determinar la utilidad económica del proyecto y estimar su rentabilidad.

El flujo de caja muestra todos los ingresos y egresos, actuales y futuros, que tiene o tendrá un plan de negocios. Empieza con la inversión inicial y luego se incluye la proyección de ventas. La cifra de ventas será calculada en base a la estimación de la demanda hecha como resultado del sondeo de mercado y a las políticas de precios y descuentos establecidas por el plan de marketing. En segundo lugar, se incluyen los gastos y finalmente el financiamiento.

En resumen, el flujo de caja debe considerar tres aspectos importantes:

- Ingresos: Total de cantidad vendida multiplicada por el precio unitario de venta.
- Egresos: Suma de costos de fabricación + costos administrativos + costos de Comercialización.
- Financiamiento: amortizaciones de intereses y capital.

Es decir, todo aquello que signifique movimiento de dinero en efectivo en un periodo de tiempo determinado.

Para elaborar el flujo de caja es recomendable trabajar con los siguientes presupuestos:

1. Presupuesto de ventas.
2. Presupuesto de producción.
3. Presupuesto de materiales directos.
4. Presupuesto de mano de obra directa.
5. Presupuesto de costos indirectos de fabricación.
6. Presupuesto de costos administrativos y de comercialización.
7. Inversión inicial.
8. Tabla de amortización de préstamos.

1.3.2. Exportación

Según Minervini, (2014) muestra la definición de exportación respondiendo las siguientes interrogantes muy esenciales:

¿Qué es exportación?

Las exportaciones hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero. En otras palabras, la exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro. Este tráfico puede generar numerosos fenómenos fiscales dado que, cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un país, está sometido a diversas legislaciones y puede estar regido por acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino

¿Por qué exportar?

Son varios los motivos para exportar que llevan varias empresas a incursionar en el mercado internacional.

Los principales motivos para exportar se presentan en el siguiente checklist.

- ✓ Por una estrategia de desarrollo de la empresa.
- ✓ Para usar mejores las instalaciones, incrementar la productividad y optimizar los costos de producción.
- ✓ Para superar posibles dificultades de ventas en el mercado interno (pero tenga cuidado: no considere la exportación como una “salida a la crisis”. Hay que pensar en exportar antes de que llegue la crisis).
- ✓ Por la posibilidad de obtener precios más competitivos en otros mercados.
- ✓ Para prolongar el ciclo de vida de producto.
- ✓ Para diversificar los riesgos que dejan solo de concentrarse solo en el mercado interno.
- ✓ Para un mayor desarrollo tecnológico e incremento de la rentabilidad.

¿Quién puede exportar?

Numerosas empresas tienen miedo a exportar. Es común escuchar afirmaciones como “mi empresa es demasiado pequeña para internacionalizarse”, “no tengo recursos para invertir en la exportación” o “no tengo precios para competir”.

Con frecuencia, lo único que les falta a esas empresas es información. La exportación tiene una escasa vinculación con las dimensiones de la empresa, esto es, es mucho más importante la actitud de los empresarios (claro que quien quiera exportar ciertos productos, como los automóviles, deben contar con una empresa de altas dimensiones).

La exportación exige un gran compromiso con la calidad, creatividad, innovación y profesionalismo, a la vez que, con frecuencia, el tamaño de la empresa es un elemento coadyuvante en esta historia. Usted puede conocer que empresas es un elemento coadyuvante en esta historia. Usted puede conocer que empresas de su país exportan a través de diversas instituciones de promoción del comercio exterior. Solo por mencionar algunas de ellas: Ices (España), fundación exportar (Argentina), Pro México y Bancomext (México), Pro export (Colombia), Pro Chile (Chile), etc.

¿A dónde exportar?

No podemos considerar el mercado externo como una sencilla extensión de mercado interno, pensando que “lo que sirve para nuestro mercado también sirve para el mundo”. Por lo tanto, no es posible exportar a cualquier país lo que vendemos en el nuestro. Es necesario identificar, dentro de la gama de nuestros productos, cuales tienen mayor ventaja competitiva y satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores de ciertos mercados extranjeros, que previamente deben ser investigados.

Una de las herramientas para conseguir más información respecto de las necesidades, costumbres y gustos de estos consumidores es internet.

Como alternativas de las visitas a ferias, podemos realizar una investigación previa para identificar mercados en los que es posible encontrar condiciones de entrada más rentables, con costos y riesgos mínimos.

Casi siempre las empresas comienzan a exportar dando una respuesta a pedidos de las más variadas procedencias o luego de participar en ferias internacionales.

Por lo general exportan hacia mercados con las siguientes características:

- Próximos
- En rápido crecimiento

- Con una cultura similar al país donde ya operan.
- Donde la competencia es menos agresiva.
- Grandes (como estados unidos, china, india, etc.)

¿Cuándo exportar?

En muchos países es común que las empresas que nunca han exportado quieran ingresar a los mercados extranjeros cuando el mercado interno está en crisis. No podemos encarar la exportación como una acción de vender en el exterior todo lo que sobra en el mercado interno. Incluso no existe peor momento para comenzar a exportar que cuando la empresa siente las consecuencias negativas de una crisis del mercado interno.

La exportación es una actividad de mediano o largo plazo. Cuando la empresa pasa por un periodo de crisis, la prioridad es sobrevivir, no hay tiempo, ni recursos para planear, adecuar el producto e incluso pensar. A menudo, varios “aspirantes” a exportadores comienzan en esta forma, y consiguen exportar, pero suele suceder que cuando la crisis interna termina, concluye también la exportación, pues les interesa más reconquistar a los antiguos clientes que conquistar nuevos compradores.

¿Cómo exportar?

Se deben tener como base tres parámetros.

- a) Crear una empresa en condiciones de competir.
- b) Preocuparse por hacer llegar el producto al mercado de destino de la forma más competitiva posible (cuidando la logística, el empaque, los aspectos legales, etc.)
- c) Optimizar la gerencia de los mercados (seleccionar los mercados, los socios/importadores, la forma de entrada, la comunicación la política de distribución, etc.)

Veamos una lista de las principales etapas del proceso de exportación:

1. Evaluar la capacidad exportadora.

2. Identificar nuestros productos más competitivos
3. Seleccionar pocos mercados.
4. Detectar el segmento del mercado (con quien usted quiere competir y cuál será su público meta)
5. Encontrar una forma de entrar al mercado (con un agente, un distribuidor, etc.)
6. Realizar actividades de promoción.
7. Seleccionar posibles candidatos a socios (importadores, compradores, distribuidores, etc.)
8. Identificar a su socio.
9. Establecer una ruta de trabajo.

¿Qué exportar?

Las estadísticas permiten observar una amplia gama de productos exportados, como peces exóticos, plásticos telefónicos, camiones, bolsas, jugo de fruta, ropa, automóviles, aviones, tequilas y muchas más.

Ante tantas oportunidades de productos tan distintos, la respuesta a la pregunta ¿Qué exportar? Dependerá de su capacidad para entender los mercados, de su creatividad, recursos y preparación para moverse en los intrincados vericuetos si un producto o servicio cumple con las exigencias del mercado importador.

Más que exportar un producto, la mayoría de las veces la empresa explotara su capacidad para innovar, proyectar, producir, empaçar, organizar, etc. Si su empresa tuviera un producto de buena calidad, de nivel internacional, con diseño actualizado e innovador, su proceso de exportación ya habrá recorrido la mitad de camino.

Barreras a la exportación

Para comenzar a exportar, es fundamental considerar cuáles serán las barreras o las dificultades que se deberán sortear antes de cerrar un negocio exitoso. Si las conoce con anhelación, tendrá más posibilidades de alcanzar el éxito.

Antes de examinar las barreras que se encuentran en el mercado internacional, es necesario averiguar si en el mercado existen obstáculos que dificultan la exportación.

Podemos asegurar que existen tres tipos importantes de barreras, que se basan en:

- Factores históricos: en relación con América Latina, las empresas se han dedicado por más tiempo al mercado interno, porque están protegidos por altos aranceles a la importación, ya que no tienen, en muchos casos, productos muy competitivos (en realidad, numerosos países se han dedicado a exportar abundante materia prima y pocos productos con alto valor agregado)
- Factores culturales: en general, el latino trata de obtener resultados a corto plazo, mientras que la exportación, por definición, es una actividad que produce resultados a mediano y largo plazo. La exportación requiere paciencia, persistencia e inversión.
- Factores estructurales: América Latina (con excepción de México, centro América y el caribe) se encuentran lejos de los principales.

Así como también Ministerio de Comercio Exterior; Prom Perú (2014), muestra los documentos que se requieren para la exportación.

Documentos comerciales necesarios en exportación

Factura comercial

Documento que comprueba la compraventa internacional, no está afecto al IGV y recoge los siguientes datos:

- Nombre y dirección del consignatario o importador
- Datos del exportador.
- Descripción de la mercancía.
- Precio, lugar y condiciones de venta.

Listas de empaque o packing list

- Detalle de todas las mercancías embarcadas o sus componentes.
- Documento de transporte
- Instrumento que asegura el embarque de la mercancía, otorga la propiedad de la misma a quien lo posee y sin el cual no se puede retirar en destino.
- En transporte marítimo es el conocimiento de embarque o bill of lading (B/L)
- En transporte aéreo es la guía aérea o airway bill (AWB)
- En transporte terrestre es la carta porte.

Certificado de origen

Documento que permite identificar y garantizar la procedencia de las mercancías, permitiendo a los exportadores hacer uso de las preferencias arancelarias que otorga el país importador. En la mayoría de los casos, lo extiende la cámara de comercio de lima, las cámaras de comercio a nivel internacional, la asociación de exportadores (ADEX) y la sociedad nacional de industrias (SIN), realizando previamente el registro obligatorio de la declaración de origen ante la VUCE.

Certificados de inspección oficial

Documentos que garantizan el cumplimiento de las especificaciones técnicas de los productos embarcados. Son emitidos por entidades oficiales de control de mercancías restringidas. Entre los certificados más importantes se encuentra los siguientes:

Certificado de Origen:

Acredita al potencial comprador que el producto que planea importar es de origen peruano.

Certificado Zoosanitario:

Refrenda que los animales y productos de origen animal (excepto hidrobiológicos) de transformación primarias que estén en condiciones adecuadas. Son expedidos por SENASA.

Certificación Sanitaria Oficial Para Productos Hidrobiológicos:

Avala la condición sanitaria y de calidad de los alimentos de origen pesquero y acuícola. Emitido por el instituto tecnológico pesquero del Perú. (ITP)

Certificado Sanitario Oficial De Exportación De Alimentos Y Bebidas:

Legitima la inocuidad de alimentos y bebidas para consumo humano. Emitido por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA)

Certificado Cites:

Custodia que la exportación de animales, plantas silvestres y otras variedades naturales no constituya una amenaza para su supervivencia. Se tramita en el ministerio de agricultura.

Exportación De Replicas Y Bienes Patrimoniales:

Necesario para la exportación de réplicas o recreación de pieza u obras que son parte del patrimonio cultural de la Nación.

Es emitido por el ministerio de cultura.

El contrato

Es el documento que estipula los derechos y obligaciones de cada una de las partes contratantes (exportador e importador) con relación a determinada mercancía, convirtiéndose en un acto jurídico perfecto y la transacción en un acuerdo legal.

Sus principales elementos son:

- Información del exportador e importador.
- Descripción de la mercancía objeto del contrato, especificando el peso embalaje, cantidad, calidad. Etc.
- Condiciones de entrega (INCOTERMS).
- Requisitos y normativas en el país del exportador y del importador.
- Ley aplicable al contrato (leyes del país del exportador, del importador o arbitraje internacional)
- Precio unitario y total

- Condiciones y plazos de entrega.
- Bancos que intervienen en la operación
- Documentos solicitados por el importador
- Plazos de entrega y disponibilidad.
- Operadores logísticos que intervienen en la operación.
- Modalidades de seguro, transporte y pago de flete.
- Lugar de embarque y desembarque.
- Inclusión de costos en el precio de la mercancía, para la obtención de documentos requeridos en la exportación.

Otros documentos

Existen documentos emitidos a petición expresa del importador o del país de destino, que permiten garantizar condiciones y requerimientos del comprador, tales como: certificado de calidad, inspecciones pre-embarque o documentos complementarios a los certificados de inspección oficiales. Estos documentos son expendidos por empresas certificadoras autorizadas de INDECOPI.

Altamar Foods S.R.L fue inscrita el 27 de julio del 2010, empezando en actividad el 01 de agosto del mismo año, como actividad se tiene la exportación e importación, actualmente cuenta con un total de 115 obreros en el trabajo productivo; como personal administrativo 24 y con 84 personas en el área de operaciones.

Altamar Foods es la única empresa que actualmente se rige por todas y cada una de las normas del medio ambiente. Somos especialistas en la producción y comercialización de productos pesqueros congelados. Gracias al gran apoyo de todos nuestros colaboradores, nos hemos convertido en la empresa líder del mercado.

Misión

Altamar Foods, es una empresa productora de alimentos, dedicada a la transformación de recursos hidrobiológicos en productos de la más alta calidad y certificación; destinados a satisfacer la demanda de clientes nacionales e

internacionales, empleando recursos humanos capacitados e identificados con la empresa y sus valores, satisfacer con su trabajo, con la tecnología necesaria para asegurar el mayor procesamiento, con fortaleza financiera y patrimonial, respetando el medio ambiente y con responsabilidad social; todo ello enmarcado en un accionar con alto contenido ético.

Visión

- Una empresa productora y exportadora de alimentos a base de recursos marinos dedicada a satisfacer las necesidades de sus clientes, asegurando los más altos estándares de calidad en todos sus procesos y productos.
- Altamar Foods, pretende generar una tradición exportadora y consolidarse a través de la calidad en los exigentes mercados internacionales
- Aprovechar las ventajas competitivas de las más de 2500 kilómetros de costa del Perú, como país mega diversos, con gran riqueza en recursos marinos, procesador y comercializador de productos marinos y sus derivados.
- Entregar productos de primera calidad que contribuyan a satisfacer la creciente demanda mundial por alimentos

Cuadro 1: País donde exporta Altamar Foods S.R.L.

Mahi Mahi	Pota	Vieras	Calamar
Pejerrey	Merluza	Jurel	Anchoveta

FUENTE: Elaboración propia

Venezuela	Italia	Taiwan	México
Korea	Portugal	Lithuania	Ucrania
Holanda	Grecia	Argentina	Brasil
Colombia	Panamá	Francia	Uruguay

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro N° 01 se muestra los principales países donde se exporta hamburguesa de la empresa Altamar Foods S.R.L.

FICHA TÉCNICA:

  <p>FOTO REFERENCIAL</p>	EMPRESA	ALTAMAR FOODS S.R. L
	CONSERVACION	Mantener a temperaturas de -18°C
	Etiquetado	Nombre producto, nombre científico, origen, nombre del productor, fecha de producción, fecha de vencimiento, lote, destino, número de habilitación Sanitaria, Importador, peso neto, condiciones de almacenamiento del producto, y recomendaciones sobre su uso.
	Características Físicas	Ausencia de quemaduras por frío y de materias extrañas.
	INFORMACIÓN ADICIONAL	Descongelar sin empaque y no volver a congelar.

Elaboración: propia.

1.4. Formulación del problema:

¿Cómo lograr la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa altamar Foods SRL?

1.5. Justificación del estudio:

Pertinencia: El Plan de Negocios es importante porque agrega valor a la empresa, elevando la productividad y optimizando el recurso humano de tal manera que se potencialice para obtener mejores resultados en los productos que se elaboran.

Relevancia Económica: Debido a que al elaborar un Plan de Negocios se brindará un nuevo producto, innovador para extender su diversidad de productos, lo cual permitirá a la empresa generar ingresos económicos.

Implicancias Prácticas: El Plan de Negocios, será brindado a la empresa, y va a tener una ejecución como prueba piloto para satisfacer las necesidades del mercado internacional.

Valor teórico: En el presente Proyecto de Tesis, se utilizará la metodología más apropiada y adecuada respecto a la realidad de la entidad, que permita conseguir el cumplimiento de los objetivos.

Utilidad metodológica: La presente investigación incentivará a futuras investigaciones sobre exportaciones, de tal manera que sepan cuáles son los factores referentes a la exportación. De igual manera servirá el Plan de Negocios para posteriores investigaciones en las cuales se planea crear una nueva empresa, o generar ventaja competitiva a una existente.

1.6. Hipótesis:

Si se elabora un plan de negocios, entonces se logrará la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Food S.R.L.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Elaborar un plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa ALTAMAR FOODS S.R.L

1.7.2. Específicos

- Diagnosticar el estado actual de las exportaciones en la empresa altamar Food S.R.L
- Identificar los procesos para la producción de snack a base de calamar gigante en la empresa ALTAMAR FOOD S.R.L

- Analizar los mercados de exportación para el snack a base de calamar gigante.

II. MÉTODO

La metodología del presente proyecto de tesis, es observacional; ya que permitió describir y analizar el objeto de estudio, donde se identificó una necesidad de producto innovador para lo cual se implementó un Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

2.1. Diseño de investigación

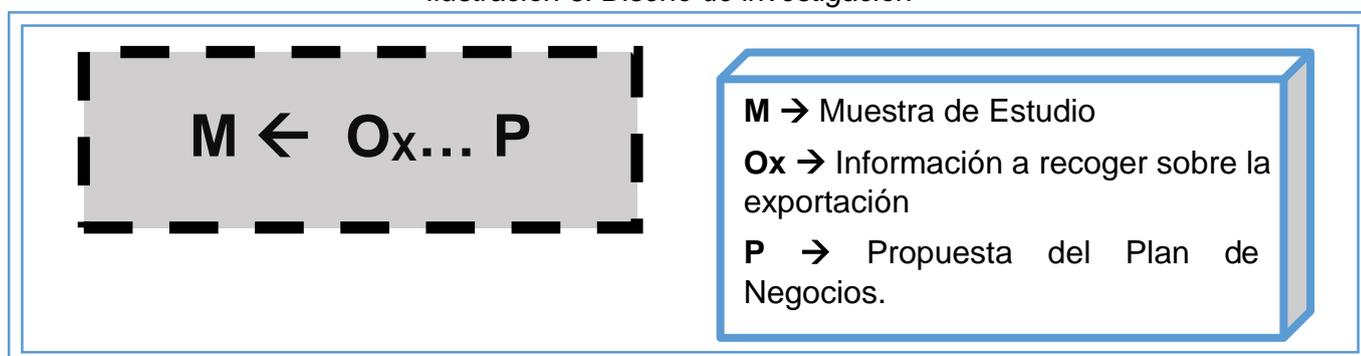
Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) el termino diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema.

Según Toro (2006, p. 168)

Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

El diseño de investigación que presenta la presente investigación es Descriptivo – No experimental con propuesta.

Ilustración 6: Diseño de investigación



FUENTE: Elaboración propia

2.2. Variables y Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
V1: Independiente: Plan de Negocios.	“Documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. (Weinberger 2009, p. 33)	Es un instrumento utilizado como guía en una empresa, ya que muestra desde los objetivos a donde se quiere llegar, hasta las acciones cotidianas que se desarrollan para alcanzarlo .	Estructura de Plan de Negocios.	Descripción de la empresa.
				Análisis Entorno
				Planeamiento estratégico.
				Plan de marketing.
				Análisis de la infraestructura.
				Plan de operaciones.
Evaluación financiera.				
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
V2: Dependiente	Las exportaciones hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con	Las exportaciones hacen referencia a la salida de cualquier bien o servicio		Evaluar la capacidad de exportación.
				Identificar nuestro producto más competitivo
				Seleccionar pocos mercados.

Exportación.	fines comerciales a un país extranjero. En otras palabras, la exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro. (Minervini, 2014)	para su uso o consumo en otro país, bajo diversas legislaciones y acuerdos específicos según el país de destino. Un tema predominante que consiste en identificar los factores que pueden afectar a los trabajadores de una empresa, con la finalidad de poder tomar medidas preventivas para dichos factores, como lo son los riesgos.	Procesos de exportación	Detectar el segmento del mercado.
				Encontrar la forma de entrar al mercado
				Realizar actividades de promoción
				Seleccionar posibles importadores.
				Establecer una ruta de trabajo.
			Barreras de Exportación.	Factores Históricos
				Factores Culturales.
				Factores Estructurales
			Documentos Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Factura Comercial • Listas De Empaque O Packing List • Documento De Transporte • Certificado de origen. • Certificación Sanitaria Oficial Para Productos Hidrobiológicos.

2.3. Población y muestra

En esta investigación se utilizó tres poblaciones, debido a que, se pudo obtener y recopilar mayor información que contribuya en la comprobación de la hipótesis planteada.

La población estuvo conformada por:

- ❖ Primera población: Colaboradores de la Empresa Altamar Foods. S.R.L.
- ❖ Segunda población: Expertos en Comercio Exterior.
- ❖ Tercera población: especialista en productos hidrobiológicos.

La primera población que se estudió son 3 colaboradores de la empresa Altamar Foods. S.R.L., la cual es nuestra fuente primaria de investigación.

La empresa objeto de estudio, proporcionó información necesaria para la investigación.

Criterios de inclusión:

- ❖ Personas que laboran en la empresa Altamar Foods. S.R.L.
- ❖ Personal administrativo.
- ❖ Jefes de área.
- ❖ Personas que pertenezcan a las áreas relacionadas con el tema de investigación.
- ❖ Personal que se encuentren laborando más de 2 año en la empresa.

El tamaño de la primera población estuvo conformado de la siguiente manera:

1. Jefe de Comercio Exterior: Luz Karina Quezada.
2. Asistente de Comercio: Paul Villegas Curo
3. Asistente de Comercio: Patricia Castro.

La segunda población, la muestra estuvo determinada por 1 experto en el área de comercio.

Criterios de inclusión:

- ❖ Expertos en el área de exportación, ubicados en la región de Piura.
- ❖ Experiencia laboral más de dos años.

Para esta población, la muestra estuvo determinada por 1 experto en la materia; y el tipo de muestreo es no probabilístico intencional, ya que la elección de los expertos es por conveniencia.

En esta población se inició el contacto con los siguientes expertos:

1. Licenciada: Mónica Yamunaque.

La tercera población, la muestra estuvo determinada por 1 expertos en el área de hidrobiológicos.

Criterios de inclusión:

- ❖ Experto en el área de producción de hidrobiológicos.
- ❖ Ubicado en la zona norte del país.
- ❖ Experiencia laboral más de dos años.

Para esta población, la muestra estuvo determinada por 1 experto en la materia; y el tipo de muestreo es no probabilístico intencional, ya que la elección de los expertos es por conveniencia.

En esta población se inició contacto con el siguiente experto:

1. Ing. De producción: Carrasco Girón, Dalán.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

- Guía de entrevista: fue aplicada a los expertos en la materia, al área de comercio exterior de la empresa Altamar Foods S.R.L y a los colaboradores expertos en productos hidrobiológicos de la provincia de Paita.
- Guía de observación: fue aplicada a la empresa Altamar Foods S.R.L
- Guía de análisis documental: fue aplicada para recoger información necesaria de la empresa Altamar Foods, e información requerida para mi marco teórico de la presente investigación obtenida de libros, artículos de revistas y libros digitales.

2.5. Métodos de análisis de datos

Los métodos de análisis de datos a aplicar en la presente investigación son los siguientes:

Gráficos: utilizando tablas de frecuencia, lineales gráficos de flujo.

Estadísticos: para analizar la evolución de exportaciones del calamar gigante utilizamos Microsoft Excel 2016.

2.6. Aspectos éticos.

En el tema de aspectos éticos, se tuvo en cuenta la veracidad en cuanto a los resultados, de los instrumentos aplicados a los expertos en el área de comercio, de igual manera se tuvo en cuenta el respeto por la propiedad intelectual, citando y reconociendo lo indicado por los diferentes autores referenciados; así mismo, el respeto por las convicciones políticas, destacando valores como honestidad, responsabilidad ética, etc.

III. RESULTADOS

En este capítulo, se detallan los resultados habiéndose aplicado los instrumentos en el trabajo de campo.

Por ello, para lograr estos resultados, se utilizó el diseño descriptivo. Asimismo, es importante mencionar que se trabajó con tres poblaciones, las cuales son: los colaboradores de la empresa Altamar Foods S.R.L, los expertos en el área de comercio y por último experto en el área de producción.

La investigación tuvo como objetivo principal desarrollar un plan de negocio para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Food S.R.L. y como objetivos específicos: Diagnosticar el estado actual de las exportaciones en la empresa altamar Food S.R.L, identificar los procesos para la producción de snack a base de calamar gigante en la empresa altamar Foods S.R.L, analizar los mercados de exportación para los snack a base de calamar gigante y por último estimar el costo de la implementación del plan de negocios.

3.1. Situación actual de las exportaciones de la empresa Altamar Foods S.R.L

Para el desarrollo del primer objetivo específico “Diagnosticar el estado actual de las exportaciones en la empresa altamar Foods S.R.L”, la población estuvo conformada por los colaboradores de la misma, en consecuencia, se utilizó como instrumento la guía de entrevista a profundidad.



Figura 1: Empresa ALTAMAR FOODS S.R.L

Fuente: Entrevista al área de exportación el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

La figura 1 muestra los resultados de la entrevista realizada al área de exportación de la empresa Altamar Foods S.R.L. donde se dio a conocer que la empresa fue creada en el 2010, empezando en operaciones el 01 de agosto del mismo año, así mismo la empresa cuenta con el rubro de hidrobiológicos pero además de eso también cuenta con una planta de hielo que sirve para proveer a las demás empresas, teniendo en mente incrementar en el rubro de harina de papa; también se afirma que se cuenta con competidores directos en Paita que es PROANCO, luego sigue SANTA MONICA y SEAFROST; que son empresas grandes en el rubro de hidrobiológicos.

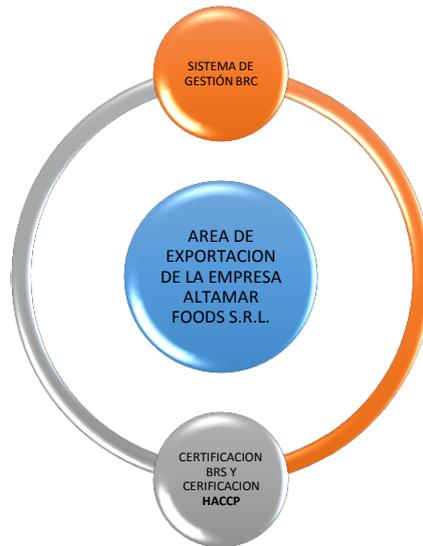


Figura 2: Área de exportación de la empresa altamar Foods S.R.L.

Fuente: Entrevista al área de exportación el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

La figura 2 muestra los resultados de la entrevista realizada a los encargados del área de exportación de la empresa Altamar Foods. S.R.L. donde se indica que la empresa actualmente cuenta con el sistema de gestión que es BRC es implementado con una calificación doble A, siendo la más alta calificación de un sistema de control de calidad; también afirma que la empresa cuenta con las certificaciones BRS y la certificación HACCP que son muy fundamentales para la empresa.



Figura 3: Exportación en la Empresa Altamar Foods S.R.L

Fuente: Entrevista al área de exportación el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

La figura 3 muestra los resultados de la entrevista realizada a los encargados del área de exportación de la empresa Altamar Foods S.R.L. de tal forma se puede afirmar que en este año a la fecha se ha cerrado el mes de julio con un total de 425 contenedores la misma cantidad no es de todos los meses, porque depende de la materia prima que ingrese. También se denota que altamar exporta a los siguiente cinco países en mayores cantidades: España, china, Italia; mejorando con Brasil; porque son muy 3exigentes y solicitan un documento llamado DIPOA que muy pocas empresas tienen, pero es un requisito fundamental; terminando con Tailandia; ya en general se puede ver que se tiene un 70% a Europa continua china y América. Por otra parte, Altamar Foods años atrás exporto lo que es llamado hamburguesa de calamar gigante al mercado de Venezuela en pocas cantidades; pero por falta de un estudio de mercado ya no se ha generalizado la exportación.

Además, de analizar las entrevistas, se realizó un gráfico estadístico mostrado sus exportaciones en los últimos 3 años de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L

Tabla 1: situación actual de las exportaciones de calamar gigante.

MES	2015			2016			2017		
	Cont.	Cantidad (Kg)	Total CFR (\$)	Cont.	Cantidad (Kg)	Total FOB (\$)	Cont.	Cantidad (Kg)	Total FOB (\$)
ENERO	54	1,307,136.62	2,759,534.39	12	299,610.40	635,564.50	67	1,707,770.00	3,638,332.00
FEBRERO	43	1,016,126.46	1,832,037.87	21	513,234.00	711,250.00	62	1,525,852.20	2,939,122.00
MARZO	79	1,995,523.11	2,001,390.11	24	571,351.50	873,433.80	49	1,217,640.00	2,459,743.00
ABRIL	57	1,419,240.54	1,858,795.06	63	1,614,002.10	2,750,338.50	46	1,135,897.00	2,327,974.00
MAYO	66	1,658,448.91	2,424,346.60	71	1,815,420.00	3,234,091.50	55	1,377,730.00	2,821,880.00
JUNIO	36	912,444.07	1,529,491.79	20	481,310.00	818,267.10	117	2,969,003.20	6,591,382.00
JULIO	34	822,405.84	1,465,796.41	14	338,921.00	628,703.40	30	703,461.00	1,487,977.00
AGOSTO	28	629,555.0	1,203,347.73	27	673,770.00	1,177,293.70	39	934,890.00	1,993,613.50
SETIEMBRE	38	955,142.58	1,459,896.51	59	1,438,268.00	2,156,255.30			
OCTUBRE	30	747,245.28	1,549,249.41	35	866,931.50	1,488,308.10			
NOVIEMBRE	37	902,723.40	1,555,786.16	32	774,066.80	1,507,357.80			
DICIEMBRE	13	292,237.20	896,829.38	55	1,385,905.00	2,974,665.80			
TOTAL	515	12,658,229.01	20,536,501.42	433	10,772,790.30	18,955,529.50	465	11,572,243.40	24,260,023.50

Fuente: área de exportación.

Elaboración: Propia.

Contenedores Embarcados 2016 Vs 2017

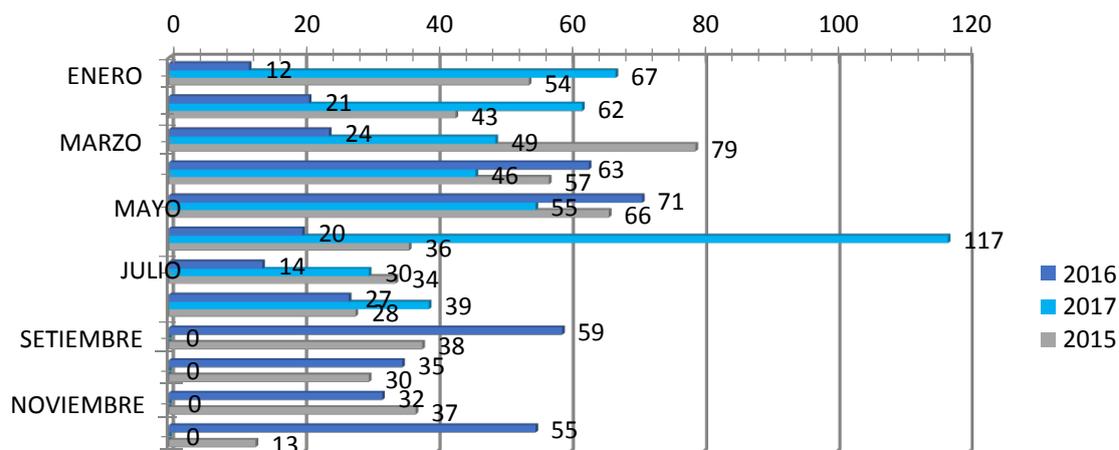


Figura 4: Evolución de la exportación calamar gigante en la empresa altamar Foods S.R.L.

Fuente: área de exportación.

Elaboración: Propia.

La figura 4 muestra los contenedores exportados en los últimos tres años mostrando que en junio del 2017 fue de mayor auge de exportación con un total de 117 contenedores y 2,821,880.00 de total FOB; también nos muestra en julio del mismo año se exporto 30 contenedores teniendo un inferior total 1,487,977.00 valor FOB.



Ilustración 7: Presentaciones de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L

Fuente: Altamar Foods S.R.L

Elaboración: propia.

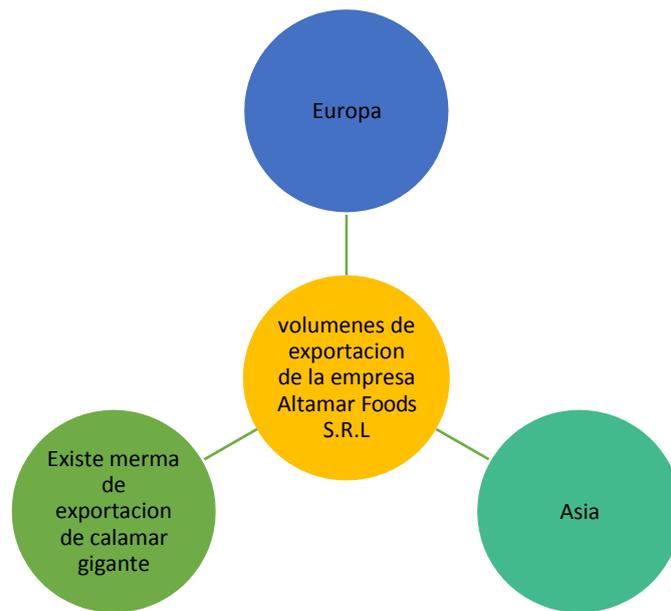


Figura 5 volúmenes de exportación en la empresa altamar Foods S.R.L.

Fuente: Entrevista al área de exportación el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

La figura 4 muestra los resultados de la entrevista realizada a los encargados del área de exportación de la empresa Altamar Foods S.R.L. de tal forma se conoce que los volúmenes de exportación en los países europeos, como son España en un contenedor pueden llevar 27 toneladas netas; de las presentaciones de filete, aleta por ser la presentación en sacos; pero al ser en cajas con un enfriamiento IQF se puede llevar de 20 a 22 toneladas netas. Así también se denota que en los países asiáticos se puede cargar de 27 toneladas en un contenedor, pero hay restricción de peso en algunos países que solo permite 25 toneladas, por eso de la empresa Altamar Foods S.R.L sale pesando 23 toneladas. También se sabe que existe la merma en las uñas y los ojos del calamar gigante, pero va depender de la materia prima que ingrese.

	Presentación	Cantidad	Imagen
ENVASE	bolsas de polietileno de baja densidad	8 unidades	
EMBALAJE	caja master de cartón corrugado	10 kg.	

Cuadro 2: Envases y embalajes para la exportación de hamburguesa de Calamar Gigante.

Fuente: experto en el Área de exportación

Elaboración propia

En el cuadro 5, se aprecia que, según la entrevista aplicada a la especialista en el área de exportación, el envase adecuado es bolsas de polietileno de baja densidad, impresas, conteniendo 8 unidades, con caja master de cartón corrugado de 10Kg.

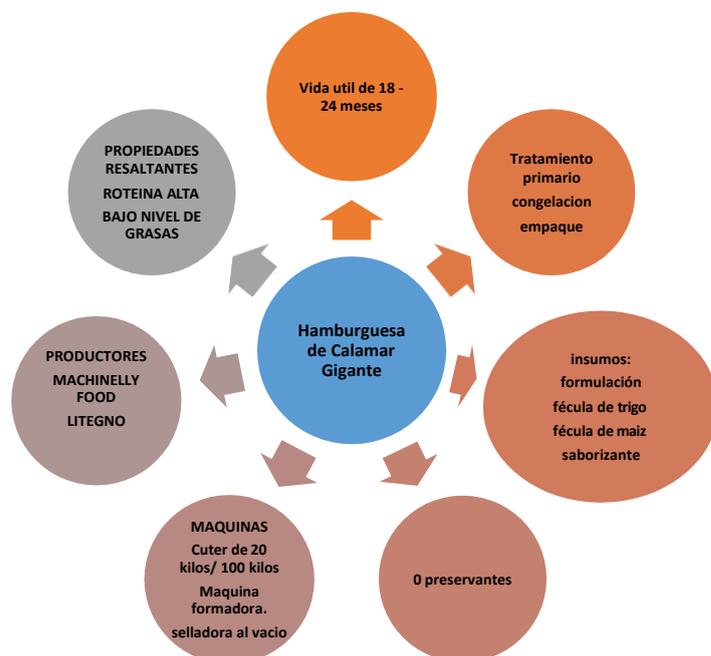


Figura 6: hamburguesa de calamar gigante en la empresa altamar Foods.

Fuente: Entrevista al área de producción el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

La figura 6 muestra los resultados de la entrevista realizada al encargado del área de producción de la empresa Altamar Foods S.R.L. de esta manera se presenta que hace 6 años atrás la empresa contaba con la facilidad y disponibilidad para poder exportar hamburguesa de calamar gigante a Venezuela, de esto se dio a conocer que su vida útil en estado congelado es de 2 años, para la preparación de la hamburguesa no se utilizó preservantes, sino adictivos y saborizantes que le dieron un mejor sabor a la hamburguesa, siempre se comenzaba por darle un tratamiento al calamar gigante para poder quitar el sabor de acides con insumos a base de polifosfato, siendo el carnal; por ultimo pasa a congelación y el empaque. También se dio a conocer que en la empresa Altamar Foods S.R.L. la hamburguesa llevaba un porcentaje alto de lo que es pulpa de pota y también se le adicionaba para darle mejor textura lo que es fécula de trigo, fécula de maíz o algún saborizante que en el caso es opcional que se puede dar el extracto de cangrejo para darle un sabor a esta especie, igual se utilizaba azúcar, sal y luego se pasaba a la fase de formado, esos eran los únicos insumos que se utilizaban; las maquinas especiales para todo este proceso son Cúter de 20 kilos/ 100 kilos, Maquina formadora, selladora al vacío.



Figura 7: Mercados con mayor demanda a exportar calamar gigante en la empresa altamar FOODS **S.R.L.**

Fuente: Entrevista al área de exportación el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

La figura 7 muestra los resultados de la entrevista realizada al encargado del área de exportación de la empresa Altamar Foods S.R.L donde indican que la exportación del calamar gigante es tanto en los países de Europa con los países; España, China, Brasil, Tailandia, Italia, Francia y Holanda.

Perfil del consumidor	Tendencias	
<ul style="list-style-type: none"> Fijación en la calidad del producto 	China	Japón
	Pre-cocido y crudo	Pre – cocido y sazonado
<ul style="list-style-type: none"> Por algún reclamo del cliente, afecta la parte económica. 	Sacos por 28 Kg.	Sacos por 21 Kg.
<ul style="list-style-type: none"> Precios más bajos cuando hay mayor demanda 	4 bloques x 7 Kg.	3 bloques x 7 Kg.

Cuadro 3: Perfil y tendencias del exportador de calamar gigante

Fuente: Entrevista Sra. Mónica el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

El cuadro 2 muestra los resultados de la entrevista realizada al experto en el área de exportación nos muestra que el perfil del consumidor en destino se fija mucho en la calidad del producto; siempre recalcar que por algún reclamo por parte del cliente se verá afectada la parte económica puesto que siempre suelen bajar el precio por algún reclamo.

Las tendencias del calamar gigante para China; en pre-cocido y crudo se presentan en sacos de 25 Kg para producto cocido y 50 en productos frescos. Calamar gigante Japón – pre-cocido sazonado, se cocina y se prensa con sal y azúcar, pedido para Japón.

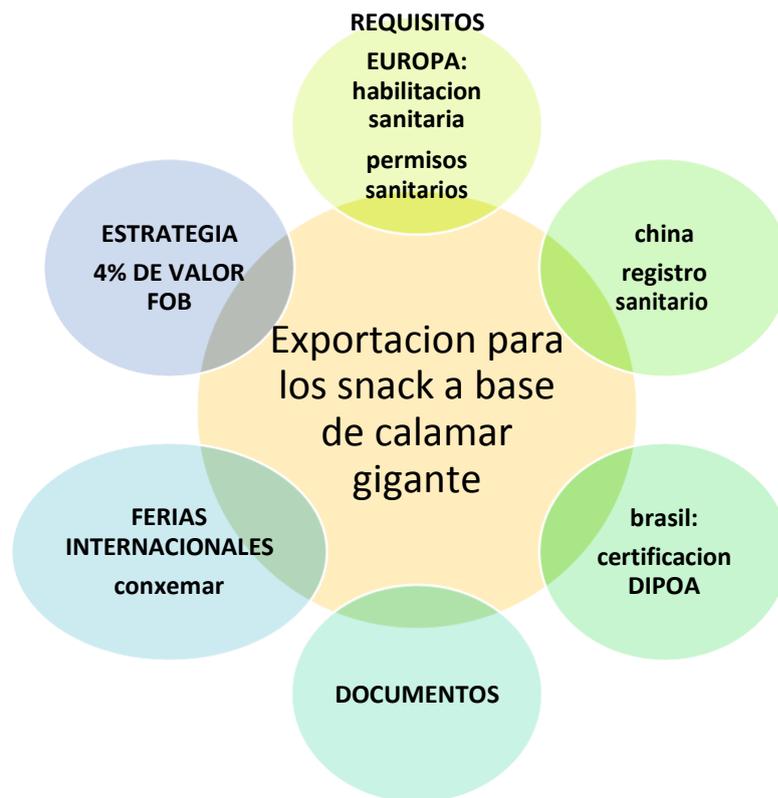


Figura 8: Exportación para snack a base de calamar gigante.

Fuente: Entrevista al especialista en comercio exterior el día 10 de agosto del 2017

Elaboración: Propia.

La figura 6 muestra los resultados de la entrevista realizada a la experta en el área de exportación; donde indica que las certificaciones para exportar calamar gigante va depender del mercado a donde se envíe y a la vez del requerimiento del cliente; se tiene que en Europa, se requiere la habilitación sanitaria y el permiso sanitario para poder exportar a dicho país de la comunidad EUROPEO entonces la planta al iniciar su proceso también inicio sus trámites de permisos para que la entidad sanitaria en Perú que es SANIPES dio la aprobación final para que la empresa para poder empezar a exportar; China requiere solo con el registro sanitario; Brasil, sale un poco de lo normal, se requiere de un permiso especial que toma años inscribirlo que se llama: certificación DIPOA por cada producto individual.

También nos da a conocer que las ferias internacionales a las que se puede participar con la presentación del snack a base de calamar gigante es en CONXEMAR, esta feria se da en España en Vigo, La Feria Internacional de

Productos del Mar Congelados es un referente mundial en el sector de transformación y comercialización de productos del mar y el internacional más importante en el ámbito del congelado. En 2016, congregó a miles de profesionales procedentes de 106 países de todo el mundo. En su XIX edición, CONXEMAR 2017 se configura como el mejor escaparate para dar a conocer sus nuevos productos y servicios, iniciar relaciones comerciales y conocer los últimos avances en tecnología punta.

También se conoce que el estado peruano ofrece un incentivo aceptable del 4% del valor FOB a los exportadores.

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo con el objetivo 01; se diagnosticó la situación actual de la empresa Altamar Food S.R.L para tener en cuenta las exportaciones que hoy en día hace, se obtuvo información valiosa por intermedio de las entrevistas aplicadas al personal perteneciente al área de comercio exterior de la organización, por lo que se obtuvo que la empresa hoy en día tiene en auge sus exportaciones según la Figura N° 04 de la presente investigación donde detalla la cantidad de contenedores embarcados en los últimos años, siendo este diagnóstico de suma importancia para luego proceder con los demás estudios tal y como lo afirma Arteaga, (2001) quienes indican que se debe hacer un diagnóstico situacional externo, para obtener información certera respecto a un tema de tal manera que genere un conocimiento para luego proceder a dar mejoras en los diferentes aspectos con los que carece. Bajo esa premisa se discute la aportación de Cuenca, (2013) debido a que la autora no realizó un diagnóstico de la situación actual de la empresa para verificar como se encontraba la empresa en temas de exportaciones de tal manera que se pueda reflejar en la viabilidad de su propuesta concerniente en la exportación de su producto.

De acuerdo con el objetivo N° 02; se lograron identificar los diferentes procesos para la producción en sí del producto denominado Snack a base de calamar gigante referenciado en una Hamburguesa, para la cual mediante una recolección de datos con expertos en el tema mediante una entrevista aplicada a los mismos se obtuvo información verídica del proceso productivo de la Hamburguesa, para lo cual se hace hincapié en lo que indica la autora Weinberge, (2009) quien afirma que en el denominado plan de operaciones se deben tomar en cuenta y establecer los procesos de producción del producto, así como los atributos del mismo; por lo que, siendo de esa manera se comparte con la investigación de Espinoza, (2015) por motivo de que en su tesis la autora realizó el diagnóstico del proceso productivo de su producto que en este caso es pulpa de arazá; lo cual es algo primordial en los planes de negocio para poder tener conocimiento sobre el producto y cuáles son las fases de producción que se puedan hacer sobre el mismo con la finalidad de poder exportar el producto a un determinado mercado objetivo.

De acuerdo al objetivo N° 3, según análisis de diferentes mercados metas a los cuales la empresa Altamar Food puede exportar el producto en investigación, por lo que se visitaron diferentes páginas web dirigidas al tema de las exportaciones y afines, por lo que después de haber realizado lo mencionado, se logró obtener los 5 primeros países los cuales generan una mayor demanda respecto al producto, además se dio por mercado objetivo ganador a quien generaba una mayor cantidad de demanda, sobre las demás; así mismo, porque se revisó los indicadores para lo cual se logró identificar que EE.UU. es el país que tiene capacidad de originar consumo del producto, tal y como se puede visualizar en la tabla N° 10. Es importante analizar los diferentes mercados para lograr obtener un mercado objetivo al cual debemos exportar, tal y como lo afirma Weinberge, (2009) quien indica que se debe analizar los posibles mercados metas, por lo general se deben estudiar los factores económicos, sociales, políticos, legales, tecnológicos y ambientales; para lograr obtener un mercado objetivo al cual se deba exportar. Ante ello se discute la aportación de Cuenca, (2013) a la presente tesis, debido a que la tesis de la autora en mención está sesgando la investigación a un solo mercado y no analiza los diferentes mercados los cuales podrían generar una mayor cantidad de importaciones en cuanto a lo que es su producto.

V. CONCLUSIONES

1. Altamar Foods S.R.L es una empresa exportadora de hidrobiológicos lo cual se ve que en el cuadro N°. 04 en este año en junio exporto un total de 117 contenedores y 2, 821,880.00 de total FOB; también se ve que en junio del mismo año tuvo un total inferior de 30 contenedores; 1, 487,977.00 valor FOB.
2. La empresa Altamar Foods S.R.L 6 años atrás; exportó hamburguesa de calamar gigante al mercado venezolano; donde según información recolectada es hamburguesa de calamar gigante es considerado un snack con mayor demanda en distintos mercados.
3. El producto de pre cocido de calamar gigante es muy demandado a nivel mundial, donde se obtuvo cinco países con mayor importación, que son China, Corea del sur, Japón, Estados Unidos y Alemania; donde a cada uno de ellos se les realizó un estudio de mercado detallado.

VI. RECOMENDACIONES

1. Aprovechar la materia prima que en este caso es el calamar gigante para poder tener distintas presentaciones que lo diferencie de la competencia, innovando, de esta manera llegando a aumentar sus exportaciones.
2. Sacar provecho de la maquinaria que se tiene y la capacidad para volver a producir hamburguesa de calamar gigante a nuevos mercados; siendo considerado un snack con mayor auge en los diferentes países y siendo recomendado a Estados Unidos, siendo un país con una población con demanda en comida rápida y la hamburguesa de calamar gigante sería una buena opción, para satisfacer las necesidades.
3. Asistir a ferias internacionales como las ferias de estados unidos donde sea conocido el producto y a la vez cuente con distintos nichos de mercados.

PROPUESTA

1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA

RAZÓN SOCIAL: ALTAMAR FOODS PERU S.R.L.

DIRECCIÓN: Av. Industrial Mza. R Lote. 05 Z.I. Zona Industrial II (al Costado de Ransa) PIURA-PAITA.

RUC: 20536938657

TELEFONOS: 073 - 200315

REPRESENTANTE: Ing. Lisandro Fabián Fráncica Gutiérrez.

1.1. Historia de la empresa

ALTAMAR FOODS PERU SRL, es una empresa privada y se rige por la Ley General de Sociedades – Ley 26887, fue creada el 13 de Julio de 2010.

En la Escritura Pública de constitución de Altamar Foods Perú SRL. Queda establecida que esta Sociedad se constituye por los siguientes Órganos: La Junta General de Accionistas, La Gerencia y no tendrá Directorio. Con lo cual se aprueba la estructura orgánica de ALTAMAR FOODS PERU SRL, la misma que establece el esquema de organización, la jerarquía y líneas de dependencia de las diferentes áreas que conforman su estructura orgánica, así como las áreas que se harán cargo de cada actividad para el logro de sus objetivos establecidos.

Altamar Foods es la única empresa que actualmente se rige por todas y cada una de las normas del medio ambiente. Somos especialistas en la producción y comercialización de productos pesqueros congelados. Gracias al gran apoyo de todos nuestros colaboradores, nos hemos convertido en la empresa líder del mercado.

En Altamar Foods, donde nuestro objetivo principal es brindar la mejor calidad en nuestros productos para satisfacer las necesidades de nuestra distinguida clientela, contando con el mejor equipo humano motivado a ser cada vez más profesionales en el área, nos sentimos orgullosos de este reconocimiento e impulsados a seguir trabajando para alcanzar la excelencia en el mercado de la industria pesquera.

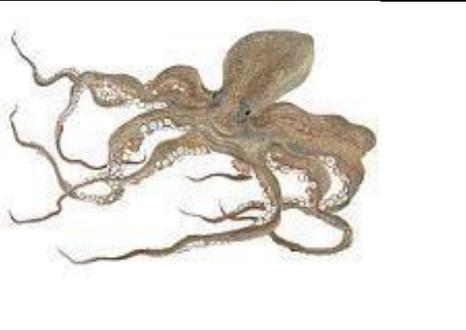


Ilustración 8: Empresa Altamar Foods S.R.L

2. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

2.1. Los productos sustitutos:

Cuadro 4 : productos sustitutos

<p>Pulpo</p>	
<p>Es un animal acuático invertebrado, que forma parte de los moluscos. Tiene cuerpo blando, sin concha que lo proteja, y tiene 8 tentáculos. Por esta característica, los pulpos también se les conocen como octópodos.</p>	<p>Sepia</p>
<p>Es un color rojo anaranjado oscuro y de saturación débil, que corresponde a la coloración del pigmento obtenido de la tinta de la sepia, un cefalópodo marino similar al calamar.</p>	

Elaboración: propia

2.2. Competencia.

2.2.1. Competencia Indirecta:

Paita es la provincia con mayor exportación de pota y de diversificación de cefalópodo para ello se observa que cuenta con un número muy significativo de empresas exportadoras en rubro pesquero; la aceptación aumentado en los últimos años debido a que su gama de productos de las distintas empresas se han diversificado los productos dando un valor agregado.

Lo cual se observa en el siguiente cuadro los principales países que importadores según la sub-partida arancelaria numero 1605540000 donde se muestra el precio FOB de las empresas exportadoras con las distintas presentaciones.

Las cuales de competencia directa podemos encontrar las siguientes en el rubro pesquero con la sub-partida nacional número 160554 como se presenta en el cuadro N° 04.

Cuadro 5: competencia indirecta.

IMPORTADOR	EXPORTADOR	DESCRIPCION	VALOR FOB
SPAIN	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	11992
SPAIN	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	3988
SPAIN	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	4006
FRANCE	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO IQF	46284
ITALY	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	53040
ITALY	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	47869
ITALY	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO IQF	30283
ITALY	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	53764
ITALY	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	56800
ITALY	SEAFROST S.A.C.	RODAJAS DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	18352
ITALY	SEAFROST S.A.C.	RODAJAS DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	74137

ITALY	SEAFROST S.A.C.	PICADILLO DE POTA PRECOCIDO CONGELADO IQF	61025
UNITED STATES	SEAFROST S.A.C.	RODAJAS DE POTA PRECOCIDO CONGELADO	85699
ITALY	SPRING VALLEY FRUIT S.A.C.	CUBOS PRECOCIDOS DE POTA CONGELADA	19708
ITALY	SPRING VALLEY FRUIT S.A.C.	CUBOS PRECOCIDOS DE POTA CONGELADA	50996
SPAIN	SPRING VALLEY FRUIT S.A.C.	RECORTE PRECOCIDO DE POTA CONGELADA	13981
SPAIN	SPRING VALLEY FRUIT S.A.C.	RECORTE PRECOCIDO DE POTA CONGELADA	41030
SPAIN	PESQUERA EXALMAR S.A.A.	RECORTE PRECOCIDO DE POTA CONGELADA	2886
SPAIN	PROVEEDORA DE PRODUCTOS MARINOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	RECORTES DE POTA PRECOCIDOS	41000
		total	\$716,840

Fuente: Sunat // Elaboración: propia

En el cuadro anterior se muestra las principales empresas exportadoras de papa pre-cocida a diferentes países, donde se tiene un total de valor FOB de \$716,840.

Competencia directa

La competencia directa, son aquellas empresas que exportan directamente el producto con la sub – partida 1605540000 al mercado de estados unidos desde el puerto de Paita

PAIS_DESC	FOB	PESO NETO	PESO BRUTO	EXPORTADOR
UNITED STATES	64309	13379	14700	MANGIARE FOODS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MANGIARE FOODS S.A.C.
UNITED STATES	2783	930	1042	MANGIARE FOODS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MANGIARE FOODS S.A.C.
UNITED STATES	13424	2540	2778	MANGIARE FOODS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MANGIARE FOODS S.A.C.
UNITED STATES	11657	3075	3677	PROVEEDORA DE PRODUCTOS MARINOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
UNITED STATES	85699	17982	19430	SEAFROST S.A.C.
TOTAL	177872			

Fuente: Sunat

Elaboración propia

Cuadro 6: competencia directa

En el siguiente cuadro podemos apreciar que la empresa exportadora de competencia de productos pre-cocidos es Mangiare Foods Sociedad Anónima cerrada Foods S.A.C; ya que es una empresa exportadora con mayor envió de calamar cocido a EE. UU con \$80516 en valor FOB.

Productos y Servicios Ofrecidos

a) Productos

- **Calamar gigante o Pota**

Dosidicus gigas nombre científico del calamar gigante o pota, familia de los cefalópodos, constituido por un cuerpo en forma cilíndrica con aletas terminales, en la parte superior su cabeza unida con brazos y tentáculos, esta especie alcanza el tamaño hasta los 1.50 cm. Y puede llegar a pesar hasta 65 kilos, se alimenta de peces como la merluza, cabrilla, langostinos, etc. Tiempo de vida promedio de un año.



Ilustración 9 : Calamar gigante.

Calamar gigante en exportación:

Cada saco, lleva la información que identifica al producto, nombre comercial del producto, nombre científico, N° de trazabilidad, fechas de producción, fecha de expiración, código y presentación, código de habilitación de la planta, zona pesca, temperatura de almacenamiento, planta productora, País de destino.

Presentaciones de exportación del calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

Figura 7: Presentaciones



Figura 8: Presentaciones

Elaboración; propia.

- **DORADO**

También conocido como el pez dorado común o mahi-mahi. Es un pez que se encuentra en aguas tropicales y cálidas, recorre grandes distancias en busca de cardúmenes de peces pequeños. Su carne es rosada y firme.}



Ilustración 10 : El dorado

- **PEJERREY**

El pejerrey es un pez de cuerpo fino y alargado, que llega a medir unos 50 cm. Su coloración es plateada con reflejos azules.



Ilustración 11 : Pejerrey

b) Servicios

Altamar Food brinda a sus clientes una gama de servicios de calidad y tecnología de punta, los cuales se establecerán en la siguiente unidad de negocio

- Planta de almacenamiento de productos congelados o frigorífico
- Planta de hielo
- Planta de procesos
- Planta de tratamiento para aguas residuales



Ilustración 12: Planta de hielo

❖ Análisis del entorno

1. Estudio del mercado objetivo

1.1. Desempeño de las exportaciones

1.1.1. Código de la sub-partida Arancelaria

La sub-partida nacional indicada según al arancel de aduanas 2017 para nuestro estudio de mercado internacional de “Productos de industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborado” que se encuentra en la sección IV, capítulo 16 y de la partida nacional 16.05 - Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados y la sub-partida 16.05.54.00.00 sepias, jibias y calamares.

Tabla 2. Descripción de la sub-partida nacional de sepias, jibias y calamares.

SECCION IV	“Productos de industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborado”
CAPITULO 16	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos
16.05	Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados
16.05.54.00.00	Sepias, jibias y calamares.

Fuente: Arancel 2017

Elaboración: propia.

1.1.2. Exportaciones Nacionales

Tabla 3. Exportaciones nacionales de sepias, jibias y calamares, 2012 - 2016

IMPORTADORES DEL PERÚ	VALOR EXPOR TADA EN 2012	VALOR EXPOR TADA EN 2013	VALOR EXPOR TADA EN 2014	VALOR EXPOR TADA EN 2015	VALOR EXPOR TADA EN 2016	TO TA L	PARTICI PACIÓN
China	110846	92034	161097	93527	37857	495361	61%
Corea del Sur	28058	21610	36057	32799	57885	176409	22%
Japón	5089	7297	8714	8492	13010	42602	5%
España	2906	2617	5955	5379	6439	23296	3%
Estados Unidos de América	3130	2810	4401	5432	3704	19477	2%
Italia	2068	1954	4233	4769	4260	17284	2%
Alemania	2272	632	1424	1041	348	5717	1%
Federación de Rusia	134	762	420	922	1037	3275	0%
Francia	79	303	396	559	527	1864	0%
México	320	296	367	218	125	1326	0%
Mundo	159121	132843	228696	157607	127689	805956	100%

Fuente: Trade map

Elaboración: propia

Las exportaciones peruanas de “sepias, jibias y calamares” durante los años 2012 al 2016 ha tenido tendencias creciente y decreciente. En la tabla 2 se observa que se registró un valor FOB total de US\$ 805956, donde China, Corea del Sur, Japón, España y Estados Unidos son los principales países importadores de la sepias, jibias y calamares de empresas peruanas.

1.1.3. Principales países importadores mundiales

A continuación, se presentará los principales países importadores en valor de miles de dólares

Tabla 4. Principales países importaciones a nivel mundial de sepias, jibias y calamares.

IMPORTADORES MUNDIALES	VALOR IMPORTADA EN 2012	VALOR IMPORTADA EN 2013	VALOR IMPORTADA EN 2014	VALOR IMPORTADA EN 2015	VALOR IMPORTADA EN 2016	TOTAL	PARTICIPACIÓN
China	126574	114080	171563	81495	16949	510661	22%
Corea, República de	72799	59709	77927	75942	98506	384883	17%
Japón	70478	59305	54769	41186	38173	263911	11%
Estados Unidos de América	37100	31635	38167	45678	44830	197410	9%
Australia	25474	28663	26523	27010	29235	136905	6%
Alemania	19566	24372	23477	21634	28282	117331	5%
Francia	16541	17228	19129	22821	29625	105344	5%
Italia	8062	10474	13536	13050	14041	59163	3%
Hong Kong, China	11768	10458	11187	10751	11357	55521	2%
Rusia, Federación de	7006	10259	14245	8366	10709	50585	2%
Mundo	455917	438360	536327	436609	428071	2295284	100%

Fuente: Trade map.

Elaboración: propia.

El primer país que lidera el ranking de importaciones de sepias, jibias y calamares es China con una participación total de mercado en los últimos 5 años de 22%, aunque sus importaciones desde el 2012 han disminuido de US\$ 126,574 a US\$ 16,949 en el 2016, sigue manteniéndose como el mercado que más recibe envíos de productos bajo la partida arancelaria 160554.

1.2. Matriz de Pre- Screening

Matriz de Pre- screening se utilizó para poder seleccionar a los 5 países potenciales con de los cuales se utilizará para trabajar el método de Criba.

Escala de valor

Son los porcentajes que se tienen en cuenta para poder ponderarlo

Tabla 5. Escala de Valor

Calificación	Puntos	Criterio
Excelente	10	30 a 100%
Muy bueno	9_8	20 a 29%
Bueno	7_6	10 a 19%
Regular	5 _4	5 a 9%
Malo	3_0	0 a 4%

Elaboración: propia

Tabla 6 Países mayor participación en el consumo de sepias, jibias y calamares.

Países	Importaciones Globales	Puntaje	Exportaciones Nacionales	Puntaje	Total
China	22%	8	61%	10	18
Corea del Sur	17%	7	22%	8	15
Japón	11%	6	5%	4	10
España	1%	1	3%	3	4
Estados Unidos de América	9%	5	2%	2	7
Italia	3%	3	2%	2	5
Alemania	5%	4	1%	1	5
Federación de Rusia	2%	2	0%	0	2
Francia	5%	4	0%	0	4
México	0%	0	0%	0	0

Fuente: Trade map

Elaboración: propia

En la tabla 8 se presenta los países con mayor participación de importaciones globales de jibias, sepias y calamares y a la vez los países que Perú les exporta.

1.3. Criba

Es aquel método utilizado para poder llegar a un mercado objetivo.

Tabla 7: indicadores y porcentajes necesarios para el mercado objetivo.

INDICADORES	%
PBI	12%
VOLUMEN IMPORTADO	10%
CERCANIA GEOGRAFICA	12%
RIESGO PAIS	12%
POBLACION	11%
BARRERAS ARANCELARIAS	10%
BARRERAS NO ARANCELARIAS	10%
INFLACION	7%
INGRESO PERCAPITA	10%
IDIOMA	7%
TOTAL	100 %

Elaboración: propia

En la tabla N° 07 se muestra los indicadores importantes que se va necesitar para la exportación y a la vez se coloca los porcentajes según su importancia.

Tabla 8. Países seleccionados implementando los indicadores

Indicadores	China	Corea del Sur	Japón	Estados Unidos	Alemania
PBI	10.120.246 miles de euros	1.275.290 miles de euros	4.463.535 miles de euros	16.780.197 miles de euros	3.144.050 miles de euros
VOLUMEN IMPORTADO	16.949 miles de USD	98.506 miles de USD	38.173 miles de USD	44.830 miles de USD	28.282 miles de USD
CERCANÍA GEOGRÁFICA	17.673,00 km	16.273,48 km	15.478,41 km	5.656,67 km	10.588,01 Km
RIESGO PAIS	B	A3	A2	A2	A1
POBLACION	1,379 miles de millones	51,25 millones	127 millones	323,1 millones	82,67 millones
BARRERAS ARANCELARIAS	0%	0%	4%	0%	0%
BARRERAS NO ARANCELARIAS	<p>*Etiquetado inapropiado del empaque de forma que no puede ser corregido. *La fecha expiración ha vencido y la calidad ha sido afectada *La mercancía ha sido contaminada con excremento animal, organismos patógenos.</p>	<p>*La Korean Food and Drug Administration (KFDA) es responsable de las normas de etiquetado y envasado de alimentos según marcan las directrices de la Food Sanitation Act. En los envases de los alimentos deben figurar los ingredientes y en cuanto al idioma, se aceptan las etiquetas con caracteres chinos, en las que figure también la información en lengua coreana</p>	<p>*Homologación voluntaria * JAS Esta certificación garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japoneses. *Etiquetado: La etiqueta deberá imprimirse de manera que la tinta empleada en las letras contraste con el color de la propia etiqueta.</p>	<p>*FDA: Este proceso asegura que el producto cumpla con los requerimientos sanitarios y con las especificaciones de los ingredientes.</p>	<p>*Control de los contaminantes en alimentos *Control de los residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos alimenticios de origen animal (Sólo aplicable a la acuicultura) *Control sanitario de los productos de la pesca destinados al consumo humano *Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos *Etiquetado de productos alimenticios *Etiquetado del pescado *Voluntario - Productos de producción ecológica</p>

INFLACIÓN (Global rates)	1857%	1772%	0,701 %	2041%	1576%
INGRESO PERCAPITA (Banco Mundial)	8.123,18 USD	27.538,81 USD	38.894,47 USD	57.466,79 USD	41.936,06 USD
IDIOMA	Chino Mandarín	Coreano	Japonés	Ingles	Alemán

Fuente: Datos macro//Trade map// Edistance//Coface// Banco mundial// acuerdos
C// Market Acces Map// Global rates// Banco Mundial.

Elaboración: propia

En la siguiente tabla se muestra los indicadores desarrollados en base a los cinco países por el método de pre – Screening, donde se detalla las características principales de cada país para que Perú pueda ingresar con el siguiente producto.

Tabla 9. Puntaje designado por resultados de indicadores

INDICADORES	CHINA	COREA DEL SUR	JAPÓN	ESTADOS UNIDOS	ALEMANIA
PBI	5	3	4	5	4
VOLUMEN IMPORTADO	3	5	4	4	3
CERCANÍA GEOGRÁFICA	3	3	3	5	4
RIESGO PAIS	2	3	4	4	5
POBLACION	5	4	4	5	4
BARRERAS ARANCELARIAS	5	5	4	5	5
BARRERAS NO ARANCELARIAS	4	3	5	5	4
INFLACIÓN	4	4	3	5	4
INGRESO PERCAPITA	3	4	4	5	5
IDIOMA	4	3	3	5	3

Elaboración: propia

En la tabla se muestra un puntaje del 1-5 depende de los resultados de indicadores ya antes mostrados.

Tabla 10: Selección del mercado objetivo

Indicadores	China	Corea del Sur	Japón	Estados Unidos	Alemania
PBI	0.6	0.36	0.48	0.6	0.48
VOLUMEN IMPORTADO	0.3	0.5	0.4	0.4	0.3
CERCANÍA GEOGRÁFICA	0.36	0.36	0.36	0.6	0.48
RIESGO PAIS	0.24	0.36	0.48	0.48	0.6
POBLACION	0.55	0.44	0.44	0.55	0.44
BARRERAS ARANCELARIAS	0.50	0.50	0.40	0.50	0.50
BARRERAS NO ARANCELARIAS	0.40	0.30	0.50	0.50	0.40
INFLACIÓN	0.28	0.28	0.21	0.35	0.28
INGRESO PERCAPITA	0.30	0.4	0.4	0.5	0.5
IDIOMA	0.28	0.21	0.21	0.35	0.15
Total	3.81	3.71	3.88	4.83	4.13

Elaboración: propia

En la tabla muestra a cada indicador multiplicado por el porcentaje designado según su importancia, a lo después se realiza una sumatoria por cada país, llegando a la conclusión que Estados Unidos

1.4. Mercado Objetivo

1.4.1. Ficha país

	FICHA PAIS: ESTADOS UNIDOS.
AREA	9,834 millones km ²
CAPITAL	Washington D.C
CIUDADES IMPORTANTES	New York (8.537.673 hab.), Los Ángeles (3.976.322 hab.), Chicago (2.704.958 hab.), Houston (2.303.481 hab.).
POBLACION	323.127.513 habitantes.
IDIOMA OFICIAL	Inglés (en 32 estados), hawaino (oficial en el estado de Hawái) y 20 idiomas indígenas oficiales en Alaska.
UBICACIÓN GEOGRAFICA	En América del Norte, limita al norte con Canadá, al este con el océano Atlántico, al sur con México y el golfo de México, y al oeste con el océano Pacífico. Alaska limita al sur con el golfo de Alaska y el océano Pacífico, al oeste con el mar de Bering, al norte con el mar de Beaufort y al este con Canadá. Las islas Hawái están situadas en el océano Pacífico.
ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	América del Norte, al Sur de Canadá y al Norte de México. Posee también un estado

	insular (Hawái) y varios territorios en Oceanía y el Caribe.
PBI	18.624.500
PBI PERCAPITA	57,591 dólares (USA - 2016)
TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	0,7% (tasa anual)
MONEDA	Dólar (USA)
TIPO DE CAMBIO	Compra: 3.286 // venta: 3.517
CLIMA	En la zona oeste, el clima suele ser más cálido y hay frecuentes lluvias en la parte sur. En el centro predomina la aridez. Al este se puede disfrutar de un ambiente más tropical, con viento y tornados. Por otra parte, en el norte hay abundante nieve y climas fríos en las montañas.
CODIGO TELEFONICOS	+1

Ilustración 13: Ficha país de Estados Unidos

Fuente: ICEX 2017.

Elaboración: propia

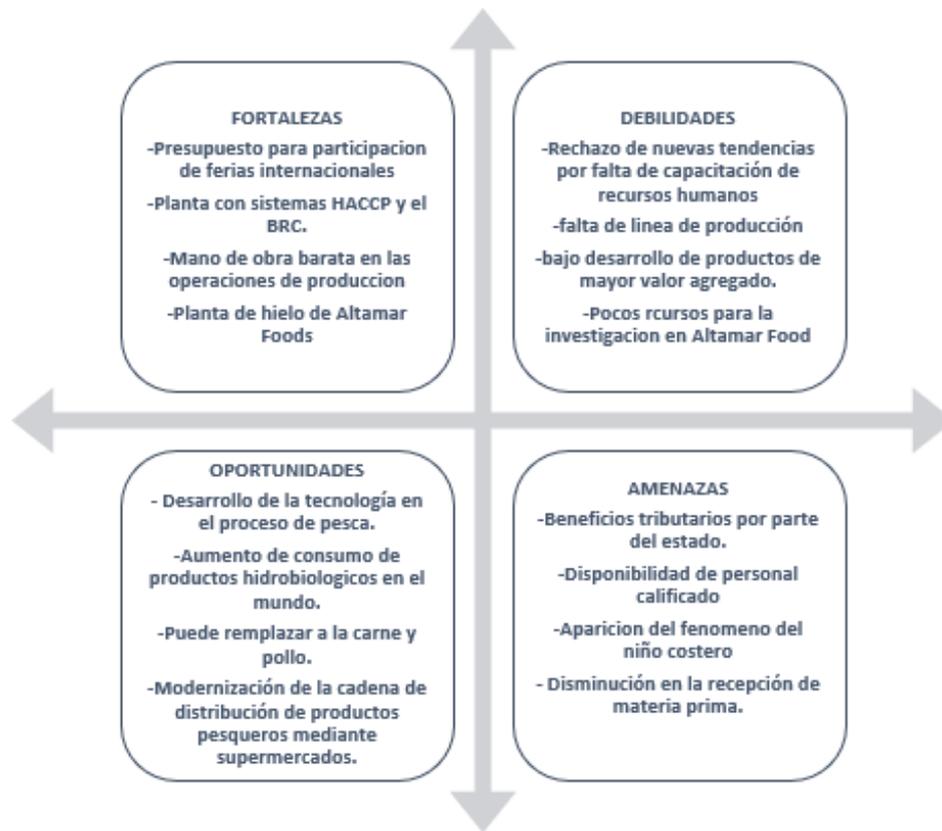
En la siguiente ficha país nos detalla el área, la población de Estados Unidos y nos detalla a más profundidad nuestro mercado objetivo.

1.4.2. Tendencias del Consumidor

- El estadounidense en general es calificado como una persona consumista y siempre dispuesto a probar productos nuevos y novedosos.
- Es exigente, hecho que se deriva de la búsqueda de información que realiza. Asimismo, tiene conciencia del cuidado del medio ambiente.
- Conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen. En caso de verse perjudicado no duda en levantar una demanda ante perjuicios ocasionados por productos defectuosos.
 - Si bien el precio es una variable relevante al decidir una compra, también son importantes la calidad, la garantía y el servicio post venta. El norteamericano espera un servicio post venta de calidad.
- Los productos que puedan asociarse a la novedad y/o exclusividad, son más sensibles a ser valorados por su calidad y no tanto por su precio.
- Da especial importancia a la presentación del producto, por ello el empaquetado o envase debe ser de calidad y atractivo.
- Cada vez destinan menos tiempo en buscar productos y comparar precios. Un consumidor promedio gasta 20 minutos en una tienda y recorre menos de la cuarta parte de ella.
- El número de consumidores que visitan tiendas chicas está en aumento, debido a que les hace la vida más fácil.

❖ Planeamiento estratégico

FODA



Elaboración: propia

Visión

Altamar Foods, es una empresa productora de alimentos, dedicada a la transformación de recursos hidrobiológicos en productos de la más alta calidad y certificación; destinados a satisfacer la demanda de clientes nacionales e internacionales, empleando recursos humanos capacitados e identificados con la empresa y sus valores, satisfacer con su trabajo, con la tecnología necesaria para asegurar el mayor procesamiento, con fortaleza financiera y patrimonial, respetando el medio ambiente y con responsabilidad social; todo ello enmarcado en un accionar con alto contenido ético.

Misión

- Somos una empresa productora y exportadora de alimentos a base de recursos marinos dedicada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, asegurando los más altos estándares de calidad en todos nuestros procesos y productos.
- Altamar Foods, pretende generar una tradición exportadora y consolidarse a través de la calidad en los exigentes mercados internacionales
- Aprovechar las ventajas competitivas de las más de 2500 kilómetros de costa del Perú, como país mego diverso, con gran riqueza en recursos marinos, procesador y comercializador de productos marinos y sus derivados.
- Entregar productos de primera calidad que contribuyan a satisfacer la creciente demanda mundial por alimentos.

Alianza estratégica

- Las estrategias de venta para la exportación es cuando un cliente recién será nuestro importador, tendrá que enviar u 50% costo final antes de ser llegada la mercancía, pero cuando un importador ya ha tenido negociación con la empresa Altamar Foods más de dos veces, se le da el beneficio de poder cancelar el 20% antes de ser enviada la mercancía, concluyendo por fidelizar a nuestros clientes.
- Una estrategia que se tiene con el proveedor es que Altamar Foods le cancela por sus insumos a los días de ser entregado, sin embargo, las diferentes empresas le cancelan semanalmente al proveedor.



Ilustración 14: Alianzas estratégicas.

➤ Plan estratégico de Marketing

Producto

Dentro de la amplia variedad de productos marinos congelados se ha escogido la presentación de empanizados como respuesta a la necesidad, cada vez mayor, del mercado de adquirir productos prácticos en su preparación y de fácil conservación, principalmente porque el número de mujeres que trabajan fuera de su casa es cada vez mayor y requieren productos nutritivos y de rápida preparación. La selección de las presentaciones que se utilizarán como herramienta promocional para los clientes objetivos se basó en un sondeo de productos realizado en Estados Unidos. Dicho sondeo consistió en la recopilación de información sobre las marcas y las presentaciones de empanizados marinos disponibles en el mercado, en los supermercados de los estados de California, Florida, Texas, Indianápolis y Washington. Si se tiene en cuenta que la estrategia propuesta por el plan de negocios es la introducción de un producto estándar que resulte de rápida aceptación en el mercado objetivo, el diseño del producto obedecerá a los resultados del análisis de los datos recopilados en el mismo mercado objetivo mediante el sondeo de productos.



Ilustración 15: Hamburguesa de calamar gigante.

FICHA TECNICA

	<p>EMPRESA</p>	<p>ALTAMAR FOODS S.R.L.</p>
	<p>CONSERVACION</p>	<p>Mantener a temperaturas de -18°C</p>
	<p>Etiquetado</p>	<p>Nombre producto, nombre científico, origen, nombre del productor, fecha de producción, fecha de vencimiento, lote, destino, número de habilitación Sanitaria, Importador, peso neto, condiciones de almacenamiento del producto, y recomendaciones sobre su uso.</p>
<p>Características Físicas</p>	<p>Ausencia de quemaduras por frío y de materias extrañas.</p>	
<p>INFORMACIÓN ADICIONAL</p>	<p>Descongelar sin empaque y no volver a congelar.</p>	

Elaboración: propia

Factores Nutricionales

Component	Average (%)
Fat	7.0 – 8.6
Protein	14.0 – 16.0
Mineral salts	1.3 – 1.9
Calories (100g)	201.0 – 235.4
Carbohydrates	20.5 – 23.5

* Higher levels of protein, fat, carbohydrates and caloric value will be considered approved.

Ilustración 16: Nutrition facts

A continuación, se presentan dichos resultados, que han sido clasificados en función de las siguientes características:

Forma: variada de aproximadamente tres centímetros de largo por dos centímetros de ancho y un espesor promedio de un centímetro. El peso promedio es de 25 gramos y la cubierta está compuesta por empanizado de pan rallado o miga de pan procedente de una masa extrudida, horneada y seca.

Color. La cubierta exterior será de color dorado, de textura fina y homogénea. El color interno será blanco, de apariencia homogénea y textura suave, según lo han confirmado los representantes de las empresas nacionales que actualmente exportan al mercado estadounidense.

Sabor. Neutro, poco condimentado, manteniendo el sabor de los empanizados tradicionales, de manera que resulten atractivos para el público de diferentes edades. Esta característica no solo se deriva de los resultados obtenidos en el sondeo de productos, sino también de las experiencias de comercialización de empresarios locales. En el sondeo realizado se observó que el 72% de las

presentaciones mantiene el empanizado tradicional, mientras que el 28% restante tiene algún tipo de condimentación.

Empaque. Las presentaciones que actualmente se encuentran en el mercado estadounidense y que son producidas por empresas locales comprenden dos tipos de empaque: bolsas y cajas para refrigeración. Esta última constituye la presentación más común. Sobre dicha base se definió que las muestras se confeccionarán con cajas de cartón doble, parafinado, con un arte final multicolor, de acuerdo con el diseño seleccionado. • **Calidad.** El producto final tendrá una calidad de grado A, según los estándares de la Food and Drugs Administration (FDA).

Presentación. La selección de la presentación partió del análisis de los datos obtenidos en el sondeo de productos, donde se identificaron dos oportunidades de introducción de los empanizados en el mercado: cajas de 300 y 600 gramos.

Plaza

El canal de distribución será de manera indirecta ya que en su distribución va tener tres escalones, existen dos intermediarios que es el IMPORTADOR Y SUPERMERCADOS para así poder llegar al cliente estadounidense.

Canales de distribución



Para la distribución física internacional se utilizará transporte local vía terrestre desde la empresa Altamar Foods S.R.L, para luego utilizar transporte vía marítima a Estados Unidos; llegando a los supermercados de estados unidos como son:

WEGMANS; teniendo 83 tiendas New York, Pennsylvania, New Jersey, Maryland, Massachusetts y Virginia.

TRADE JOE 'S; tiene su centro de operaciones en Monrovia y California.

PUBLIX; para desde Lakeland, Florida, y tiene tiendas en Alabama, Florida, Georgia, North Carolina, South Carolina y Tennessee.

COSTCO; Su base de operaciones está en Issaquah, Washington, pero tienen tiendas en todo el país.

Así se cuenta con un aproximado de 10 supermercados aproximadamente que servirán para la distribución de la hamburguesa de calamar gigante.

Precio

Se obtiene que el precio según el sondeo que se da con respecto a las empresas exportadoras de Paíta, la caja de 20 kilos estaría costando un precio promedio de \$60 a \$106 respectivamente.

En el caso de la presentación de 300 gramos, se estableció que el plan es rentable con un precio de fábrica de 87 dólares

Promoción

En un inicio, los medios de comunicación por utilizar serán los siguientes: carta de presentación, catálogo del producto o folleto de propaganda (brochur), página web, muestras, degustaciones y participación en ferias. Estas últimas son particularmente importantes para la penetración en dicho mercado, pues en ellas se reúnen todas las personas del sector desde productores hasta comercializadores y empresas relacionadas y de soporte, lo que proporciona una oportunidad única de tener acceso a una gran cantidad de contactos. En ese sentido, las principales ferias estadounidenses a las que se asistirá son: International West Coast Seafood Show (WCSS), California e International Boston Seafood Show.

Estrategias de ventas:



Elaboración: Propia.

Ilustración 17: Estrategias de venta

En la siguiente ilustración podemos encontrar 3 estrategias muy necesarias para la exportación que genere beneficios positivos para la empresa.

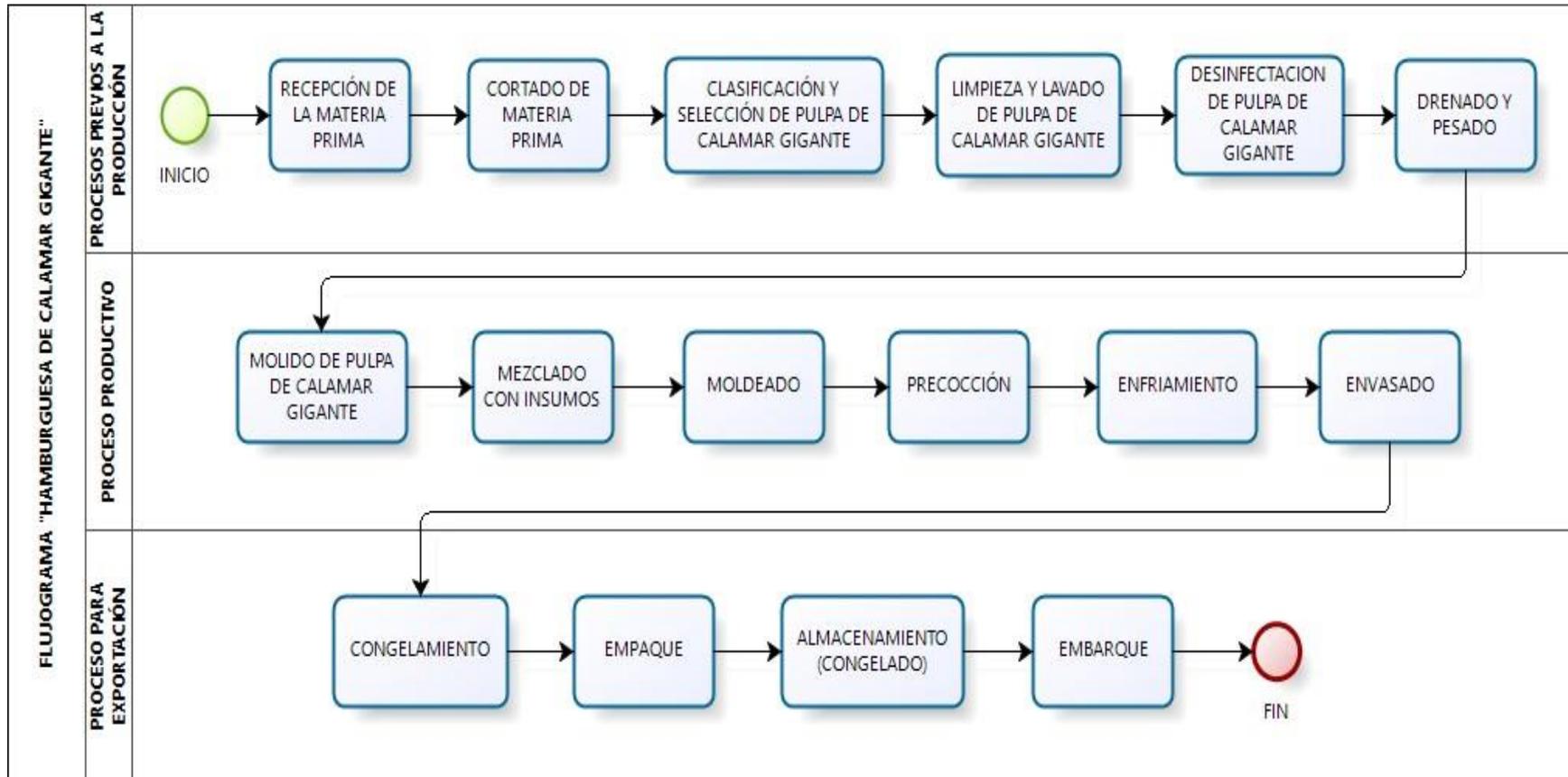
Tenemos:

Establecer contacto con diversos canales de distribución, buscando lo más rentable para la empresa.

Buscar sucursales de empresas extranjeras en el Perú de modo que se haga más eficaz las respuestas a nuestras solicitudes.

Participar en ferias extranjeras, esto beneficiara a que la empresa sea conocida a nivel internacional.

❖ Plan de operaciones



Flujograma de hamburguesa de Calamar gigante

Elaboración: Propia.



materia prima

- la materia prima está constituida principalmente por el calamar gigante que sera extraido cerca de las costas de mar en piura.



desinfectación de la materia prima

- una vez extraida el calamar gigante se pasa a cortar los tentaculos y a retirar la cabeza para luego continuar con la limpieza y lavado obteniendo en sí la pulpa de la pota



cortado

- se procede a cortar la pota en bloques de 20*30 c.m con un grosor de 50 cm y un peso de 20 kg: para luego ser moldeados en pequeños moldes de 7*5 cm con un grosor de 0.5 cm y un peso de 20 gr.



sazonado

- en este proceso los moldes de calamar gigante seran sazonados con condimentos propios del país: comino, pimienta, sal y pan



envasado

- el producto final sera empaquetado en bolsas de polipropileno donde se colocaran 3 hamburguesas.



refrigerado

- el producto envasado será refrigerado.



embalado

- se colocaran 12 bolsas de 250 gr. en una caja de 30 kg.

Cuadro 7: Descripción de proceso productivo.

Se empezará por la materia prima, para continuar con la desinsectación de la materia prima (calamar gigante); pasa por cortado, luego a sazonado, para pasar al área de envasado, continuando su proceso al área de refrigerado; ya luego será embalado y empacado para ser exportado.

DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO Y ENVASE EN PALLET

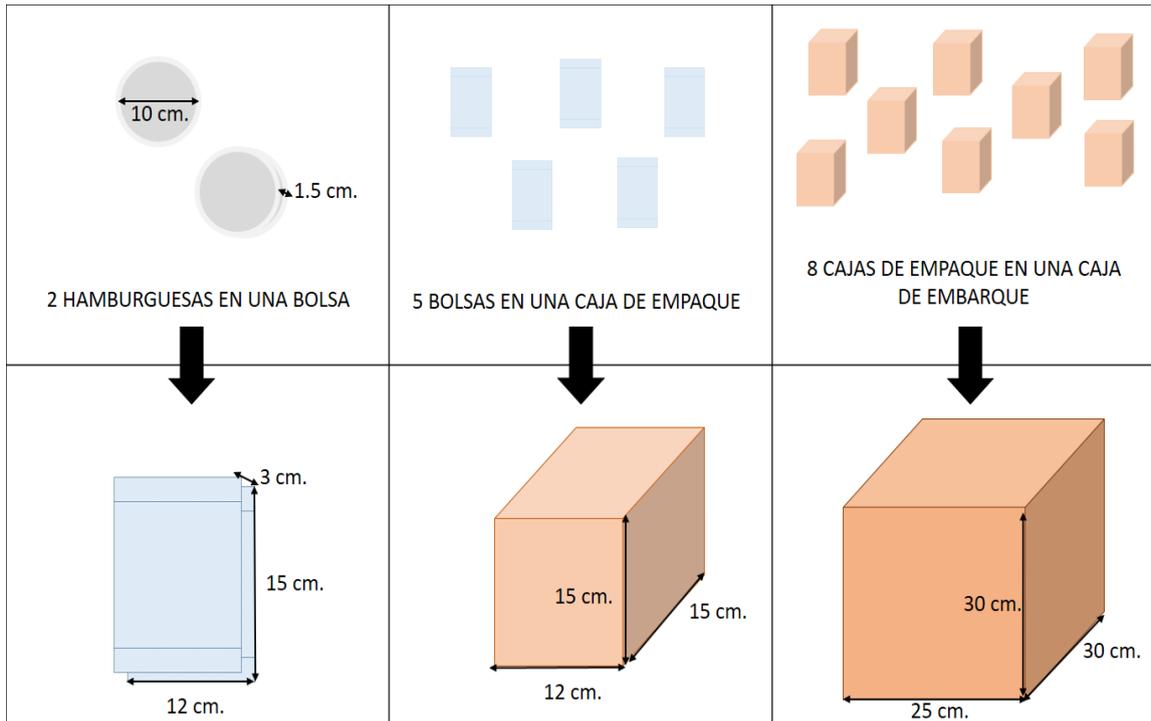
Para la distribución del producto en el envase y con respecto al embarque se detalla a continuación, las cantidades y medidas respecto al Pallet.

- Cada Hamburguesa tendrá un peso de 250 gr.
- En cada bolsa de Polietileno habrá dos (2) Hamburguesas, haciendo un total de 500 gr. ($250\text{gr} \times 2$), lo que equivale a $\frac{1}{2}\text{Kg}$.
- 1 caja de empaque contiene cinco (5) bolsas, es decir cada caja de empaque contiene 2500 gr. ($500\text{gr} \times 5$), lo que equivale a 2.5 Kg.
- 1 caja de embarque contiene ocho (8) cajas de empaque, es decir cada caja de embarque contiene 20000 gr. ($2500\text{gr} \times 8$), lo que equivale a 20 Kg.

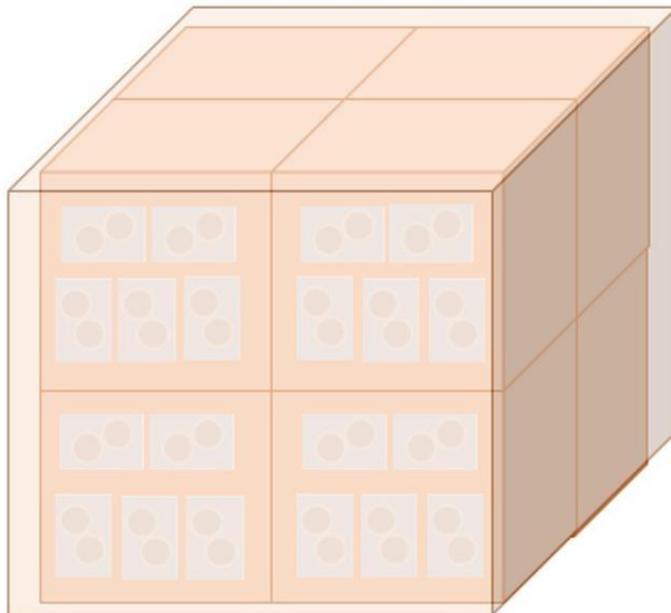
Todo lo anterior resumido en la Siguiete Tabla, en la cual se muestran las proporciones de lo mencionado anteriormente:

¿Cuántos productos hay (Fila) en un ítem (Columna)?	Hamburguesa	Bolsa	Caja de empaque	Caja de embarque
Hamburguesas	1	2	10	80
Bolsas	0.5	1	5	40
Cajas de empaque	0.1	0.2	1	8
Cajas de embarque	0.0125	0.025	0.125	1

En ese sentido, se tiene lo siguiente respecto al producto y cada una de sus envases para realizar el embarque:

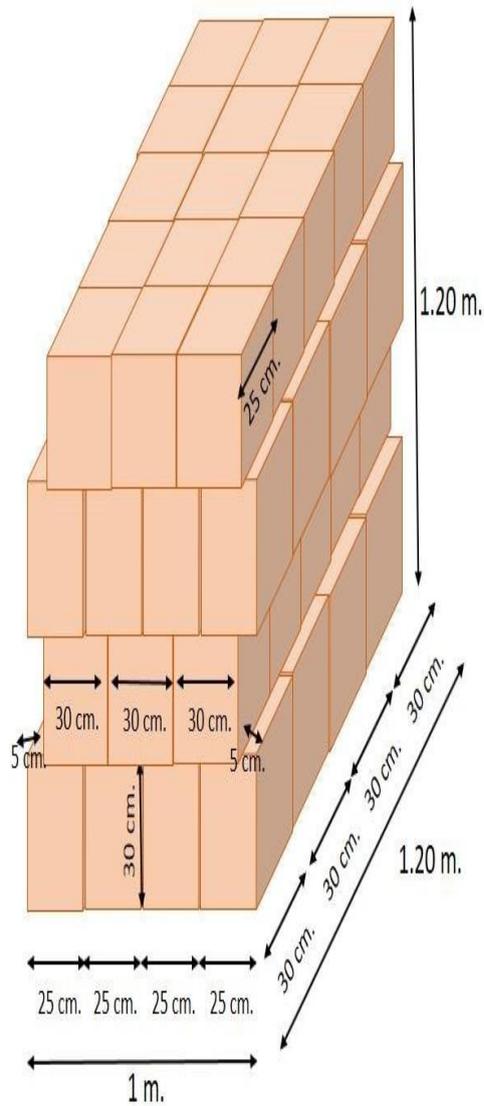


Bajo las consideraciones anteriores, se tiene un empaque representada en una caja de 20 kg. Para su posterior embarque, la cual contiene lo mencionado anteriormente tal y como se muestra a continuación



Para poder colocar las cajas de 20 Kg. En el Pallet, se realizará mediante cuatro (4) Filas, cuya base es de 16 Cajas, Seguida de 15 y así respectivamente hasta completar las 4 Filas que alcanzan una medida de 120 cm., es decir, 1.20 m., tal y como se muestra a continuación:

RESUMEN:



4 Filas en total contendrá en Pallet
2 Filas de 16 Cajas = 32 Cajas
2 Filas de 15 Cajas = 30 Cajas
Total de Cajas en Pallet = 62 Cajas
Peso por Pallet = $62 \times 20 = 1240$ Kg.



En un contenedor, alcanzan 22 Filas para poder llegar a obtener 20,000 Kg., es decir, 20 toneladas de producto; y serán organizados dentro del contenedor tal y como se detalla en la siguiente tabla:

FILA	EMPAQUE	CANTIDAD	TOTAL, KG.
1	CAJAS	46	920
2	CAJAS	46	920
3	CAJAS	46	920
4	CAJAS	46	920
5	CAJAS	46	920
6	CAJAS	46	920
7	CAJAS	46	920
8	CAJAS	46	920
9	CAJAS	46	920
10	CAJAS	46	920
11	CAJAS	45	900
12	CAJAS	45	900
13	CAJAS	45	900
14	CAJAS	45	900
15	CAJAS	45	900
16	CAJAS	45	900
17	CAJAS	45	900
18	CAJAS	45	900
19	CAJAS	45	900
20	CAJAS	45	900
21	CAJAS	45	900
22	CAJAS	45	900
CONTENEDOR			
=		1000	20000

❖ Evaluación Financiera

Costos

Costos de producción

TIPO DE CAMBIO DOLÁR	3.238
----------------------	-------

Fuente: Sunat.

MATERIA PRIMA				
PRESENTACION	CANTIDAD (TM)	COSTO POR TM	COSTO TOTAL (S/.)	COSTO TOTAL (\$.)
RECORTES PREC.	1	3500.00	3500.00	1,080.91
TOTAL			3500.00	1,080.91

INSUMOS				
DETALLE	CANT*TN	P.U. (S/.)	TN (S/.)	TN (\$.)
INSUMOS	260	9.72	2,526.50	780.27
TOTAL			2,526.50	780.27

ENVASES Y EMBALAJES					
DETALLE	CANTIDAD	CONTENIDO	P.U. (S/.)	TN (S/.)	TN (\$.)
CAJA MASTER PARA EMBARQUE	1	50	1.38	69.17	21.36
CAJA PARA ENVASE	4	100	0.82	329.40	101.73
BOLSA DE POLITILIENO	2	1,000	0.53	1,054.08	325.53
TOTAL				1,452.65	448.63

MANO DE OBRA DIRECTA						
TAREA	CANTIDAD	COSTO (REMUNERACIÓN)	MONTO MENSUAL	BB.SS	COSTO BRUTO (S/.)	COSTO BRUTO (\$.)
				45%		
MOLIDO	5	850.00	4250.00	1921.94	6171.94	1906.10
MEZCLADO Y MOLDEADO	7	850.00	5950.00	2690.72	8640.72	2668.54
PRECOCCIÓN	3	950.00	2850.00	1288.83	4138.83	1278.21
ENVASADO	4	850.00	3400.00	1537.56	4937.56	1524.88
CONGELAMIENTO	2	850.00	1700.00	768.78	2468.78	762.44
ALMACENAMIENTO Y EMPAQUE	6	900.00	5400.00	2442.00	7842.00	2421.87
TOTAL	27	5,250.00	23550.00	10649.83	34199.83	10562.02

DETALLE	INDICADORES	COSTO
COSTO BRUTO		100
GRATIFICACIONES (1/6)	0.1667	16.67
ESSALUD	9%	10.50
CTS (1/12)	0.0833	9.72
VACACIONES (1/12)	0.0833	8.33
TOTAL		145.22
%		45%

COSTOS POR SERVICIOS BÁSICOS	IMPORTE(S/.)	IMPORTE (\$.)
ENERGIA ELECTRICA	164.70	50.86
AGUA	98.82	30.52
TOTAL GASTOS ADMINIST.	263.52	81.38

Costos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN	IMPORTE (S/.)	IMPORTE (\$.)
OPERACION LOGISTICA	3534.46	1091.56
FLETE TERRESTRE	3715.63	1147.51
FLETE MARITIMO	10211.40	3153.61
TOTAL GASTOS DE EXPORTACIÓN	17461.49	5392.68

GASTOS ADMINISTRATIVOS	IMPORTE (S/.)	IMPORTE (\$.)
COURIER	98.82	30.52
TOTAL GASTOS ADMINIST.	98.82	30.52

GASTOS DE VENTAS	IMPORTE (S/.)	IMPORTE (S/.)
GASTOS DE EMBARQUE	110.32	34.07
TOTAL GASTOS DE VENTAS	110.32	34.07

Resumen

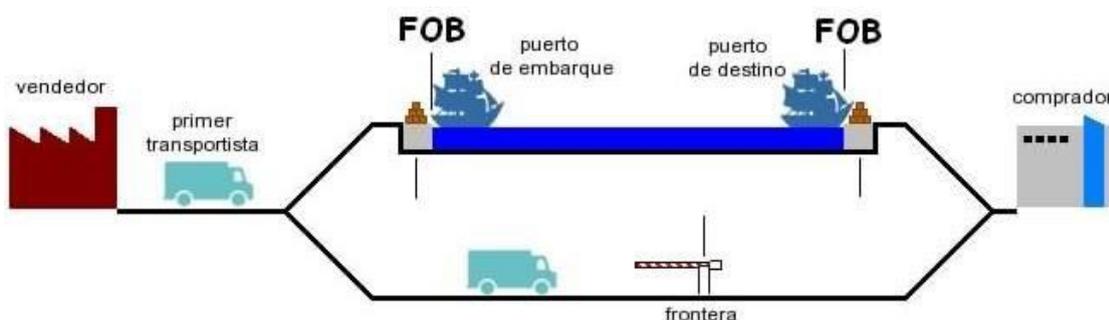
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS						
ITEMS	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	COSTO TOTAL	CANTIDAD / MES	COSTO TOTAL / MES	COSTO TOTAL/ MES (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Costos Directos de Fabricación	Materia Prima	S/. 3,500.00	40	S/. 140,000.00	43236.57
		Insumos	S/. 2,526.50	40	S/. 101,059.92	31210.60
		Envases y Embalajes	S/. 1,452.65	40	S/. 58,106.16	17945.08
		Mano de Obra	S/. 34,199.83	1	S/. 34,199.83	10562.02
	Costos Indirectos de Fabricación	Energía Eléctrica	S/. 164.70	30	S/. 4,941.00	1525.94
		Agua	S/. 98.82	30	S/. 2,964.60	915.57
COSTOS DE EXPORTACIÓN	Costos de Exportación	Operación logística logístico	S/. 3,534.46	2	S/. 7,068.92	2183.11
		Flete Terrestre	S/. 3,715.63	2	S/. 7,431.26	2295.02
		Flete Marítimo	S/. 10,211.40	2	S/. 20,422.80	6307.23
GESTIÓN EMPRESARIAL	Gastos administrativos	Courier	S/. 98.82	2	S/. 197.64	61.04
	Gastos de ventas	Gastos de embarque	S/. 110.32	1	S/. 110.32	34.07
TOTAL			S/. 59,613.13		S/. 376,502.45	116276.24

Elaboración: propia

Fuente: propia

Selección de precio de exportación

FOB: son siglas en ingles free on board; traducido es franco a bordo, significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo el buque designado por el comprador en el puerto de embarque. Este término es utilizado exclusivamente para medios de transporte marítimo y fluvial.



PRECIO FOB			DÓLAR
Producción		S/341,271.51	105395.77
Exportación	Operador logístico	S/7,068.92	2183.11
Banco	0.05%	S/286.58	88.51
Impuesto	30%	S/50,892.63	15717.30
TOTAL		S/399,519.65	123384.70

Modalidad de pago

Banco Continental:

Carta de crédito: se establece un compromiso, asumido por el banco emisor, de poner a disposición de un vendedor (o beneficiario) a través de un banco corresponsal en el exterior y por cuenta del comprador, una suma convenida en base a los documentos determinados y condiciones precisas.

Carta de crédito de importación	Utilización – importación	0.55%
--	----------------------------------	--------------

Fuente: BBVA continental

Elaboración: propia

Documentos de Exportación

- Antes de poder ver la documentación requerida para la exportación a EE.UU debemos tener en cuenta que la empresa debe estar registrada en FDA (Food and Drug Administration) que es la agencia del gobierno de Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos, medicamento, cosméticos, aparatos médicos, productos biológicos. Para lo cual se puede conocer que Altamar si está registrada en FDA.

Isf 10+2 o import security filing

• Es una normativa aprobada a finales de 2008 por el U.S Customs and Border Protection, que obliga a declarar cierta información sobre mercancías en contenedor que vayan a ser importadas en ESTADOS UNIDOS por vía marítima. Tras entrada en vigor en enero del 2009, la aduana americana estableció un período transitorio de 12 meses para que gradualmente los importadores se adaptaran y dieran cumplimiento a la nueva norma. Desde el 26 de enero de 2010, entró plenamente en vigor, si bien con cierta benevolencia en cuanto a las sanciones previstas

B/L - Bill of Lading

- es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza en el marco de un contrato de transporte de las mercancías en el buque en línea regular.
- La finalidad de este documento es establecer las reglas de la relación contractual entre el cargador, el consignatario de la carga y el transportista, dando confianza a cada parte respecto al comportamiento de las otras.

Certificado de Origen

• Es el documento que tiene por finalidad acreditar y garantizar el origen de las mercancías exportadas de tal manera que permita beneficiarse de las preferencias o reducciones arancelarias que otorgan los países en marco de los tratados o acuerdos comerciales internacionales.

Packing list

• La packing list es una lista con una relación de contenidos del paquete que completa la información de la factura y debe ser emitida por la persona que realiza el envío, el remitente.

Elaboración: propia

EVALUACIÓN ECONÓMICA

INVERSIÓN TOTAL	S/. 376,502.45
INVERSIÓN PROPIA	S/. 76,502.45
PRÉSTAMO	S/. 300,000.00

BBVA BANCO CONTINENTAL

VALORES	
Importe del préstamo	S/. 300,000.00
Tasa de interés anual	12.50%
Plazo de préstamo en años	1
Número de pagos al año	12
Fecha inicial del préstamo	30/01/2018

RESUMEN DEL PRÉSTAMO	
Pago programado	S/. 26,724.86
Número de pagos programados	12
Número de pagos real	12
Total de pagos anticipados	0
Interés total	S/. 20,698.31

PRECIO DE VENTA

TONELADAS	KG.	CAJAS	CANTIDAD DE CAJAS
40	40000	20 Kg.	2000

PRECIO DE VENTA POR CAJA (\$)	=	87
TIPO DE CAMBIO	=	3.294
PRECIO DE VENTA POR CAJA (S/.)	=	S/.286.58

CANTIDAD DE CAJAS EN UNA TONELADA			
1 TONELADA	=	1000/20	CAJAS
1 TONELADA	=	50	CAJAS

PRECIO DE VENTA DE UNA TONELADA		
PRECIO DE VENTA POR CAJA (S/.)	=	S/.286.58
CANTIDAD DE CAJAS EN UNA TONELADA	=	S/.50.00
PRECIO DE VENTA POR TONELADA (S/.)	=	S/. 14,328.90

CALCULO DE INGRESOS MENSUALES

Descripción	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10
CANTIDAD DE EXPORTACIÓN (TM)	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PRECIO (TM)	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90
Ingreso Total	S/. 573,156.00									

CALCULO DE COSTOS MENSUALES DE PRODUCCIÓN

Descripción	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN (TM)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
COSTO DE PRODUCCIÓN (TM)	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51
Total Costo de Producción	S/. 341,271.51									

FLUJO DE CAJA A 12 MESES - PRIMER AÑO

Descripción	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos													
Inversión	376,502.45												
Ingresos por ventas (Exportación)		573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00	573,156.00
Total Ingresos		573,156.00											
Egresos													
Costo de Producción		341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51
Costos de Exportación		34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98	34,922.98
Gastos Administrativos		197.64	197.64	197.64	197.64	197.64	197.64	197.64	197.64	197.64	197.64	197.64	197.64
Gastos de Ventas		110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32
Pago a Banco por la exportación		286.58	286.58	286.58	286.58	286.58	286.58	286.58	286.58	286.58	286.58	286.58	286.58
Pago de Préstamo (Cuota e interés)		26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86	26724.86

	403,51	403,513.	403,51										
Total Egresos	3.89	89	3.89										
Utilidad antes del Impuesto	169,64 2.11	169,642. 11	169,64 2.11										
Impuesto 30%	50,892. 63	50,892.6 3	50,892. 63										
Utilidad Final	376,502. 45	118,74 9.48	118,749. 48	118,74 9.48									

CALCULO DE VAN Y TIR	
COSTO DE OPORTUNIDAD	23%
VAN	S/. 60,698.27
TIR	29%

RELACIÓN BENEFICIO COSTO DEL PROYECTO			
	BENEFICIO	=	S/. 6,877,872.00
	COSTO	=	S/. 5,829,380.74
	B/C	=	1.179863232
	B/C	=	1.18

INVERSIÓN			-S/. 376,502.45
MES 1	S/. 118,749.48		-S/. 257,752.98
MES 2	S/. 118,749.48		-S/. 139,003.50
MES 3	S/. 118,749.48		-S/. 20,254.03
MES 4	S/. 118,749.48		S/. 98,495.45
MES 5	S/. 118,749.48		S/. 217,244.93
MES 6	S/. 118,749.48		S/. 335,994.40
MES 7	S/. 118,749.48		S/. 454,743.88
MES 8	S/. 118,749.48		S/. 573,493.35
MES 9	S/. 118,749.48		S/. 692,242.83
MES 10	S/. 118,749.48		S/. 810,992.31
MES 11	S/. 118,749.48		S/. 929,741.78
MES 12	S/. 118,749.48		S/. 1,048,491.26

Último mes en negativo	3
Valor absoluto último en negativo	S/. 20,254.03
Flujo de caja siguiente	S/. 98,495.45

Último mes en negativo	3
Valor absoluto último en negativo / Flujo de caja siguiente	-0.21

PAY BACK en meses	2.79
PAY BACK en días	83.83
PAY BACK en años	0.23

CAJA DE FLUJO PROYECTADA A 5 AÑOS

CALCULO DE INGRESOS ANUALES PROYECTADO A 5 AÑOS					
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE EXPORTACIÓN (TM)	480	480	480	480	480
PRECIO (TM)	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90	14,328.90
Ingreso Total	S/. 6,877,872.00				
CALCULO DE COSTOS ANUALES DE PRODUCCIÓN PROYECTADO A 5 AÑOS					
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN (TM)	12	12	12	12	12
COSTO DE PRODUCCIÓN (TM)	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51	341,271.51
Total Costo de Producción	S/. 4,095,258.16				

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS						
Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos						
Inversión	-376,502.45					
Ingresos por prestación de Servicios		6,877,872.00	6,877,872.00	6,877,872.00	6,877,872.00	6,877,872.00
Total Ingresos		6,877,872.00	6,877,872.00	6,877,872.00	6,877,872.00	6,877,872.00
Egresos						
Costo de Producción		4,095,258.16	4,095,258.16	4,095,258.16	4,095,258.16	4,095,258.16
Costo de Exportación		419,075.81	419,075.81	419,075.81	419,075.81	419,075.81
Gastos Administrativos		2,371.68	2,371.68	2,371.68	2,371.68	2,371.68
Gastos de Ventas		1,323.79	1,323.79	1,323.79	1,323.79	1,323.79
Pago de Banco por la Exportación		3438.94				
Pago de Préstamo (Cuota e interés)		320698.32				
Total Egresos		4,842,166.70	4,518,029.44	4,518,029.44	4,518,029.44	4,518,029.44
Utilidad antes del Impuesto		2,035,705.30	2,359,842.56	2,359,842.56	2,359,842.56	2,359,842.56
Impuesto 30%		610,711.59	707,952.77	707,952.77	707,952.77	707,952.77
Utilidad Final	-376,502.45	1,424,993.71	1,651,889.79	1,651,889.79	1,651,889.79	1,651,889.79

VII. REFERENCIAS

- Arteaga, c. g. (2001). *Diagnostico*. Mexico.
- Asenjo, A. H., & Zapatel Cordova, C. O. (2014). "*Plan de negocio para la produccion y comercialización de tilapia de nilo en el caserío de paredones distrito de chongoyape - region lambayeque*". Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo - Perú. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/99/1/TL_AsenjoAlarconHilmer_ZapatelCordovaChristian.pdf
- Chumacero, F. J. (2016). "*Elaboracion experimental de snack a partir de pulpa de calamar gigante Dosidicus gigas (D'Orbigny 1835)*". tesis, Universidad Nacional de Piura, Piura - Perú. Obtenido de <file:///C:/Users/kelly%20margarita/Desktop/snack.pdf>
- Cuenca, C. J. (2013). "*Plan de negocio de exportacion de muebles rusticos de madera kaspi huasi hacia el mercado de los estados unidos*". Tesis , Universidad Politecnica Salesiana , Cuenca - Ecuador.
- Duran, H. J., & Mendez, A. G. (2014). "*Plan de negocios para exportar maracuya y cholupa como fruta fresca y/o en pulpa hacia Canada*". Tesis de grado , PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA , Bogotá.
- Espinoza, G. A. (2015). "*Diseño de un plan de negocios para la exportación de pulpa de araza desde Machala provincia de el oro hacia el mercado de ginebra- zuiza*". Machala.
- GESTION. (02 de octubre de 2016). Imarpe: Actual stock de pota permite extracción de hasta 937,000 TM en Perú. *Imarpe: Actual stock de pota permite extracción de hasta 937,000 TM en Perú*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/imarpe-actual-stock-pota-permite-extraccion-hasta-937000-tm-peru-2171448>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). "*Metodología de la investigación*". Bogota - Mexico: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Luque, C. R. (2015). "*Plan de negocios para la exportación de quinua a canada*". UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTA MARÍA , Arequipa - Perú. Obtenido de <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/2060/40.0977.CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Matiarena, C. C., & Quispe, O. D. (2014). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE AGUAJE*. tesis, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ , Lima- Perú. Obtenido de file:///C:/Users/kelly%20margarita/Downloads/MARTIARENA_QUISPE_EXPORTACI%C3%93N_%20AGUAJE.pdf

- Minervini, N. (2014). *Ingeniería de la exportación: como elaborar planes innovadores de exportación*. Mexico: Cengage Learning Editores S.A.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR; Prom PERÚ . (Diciembre de 2014). *Exportando Paso a Paso*. Obtenido de https://issuu.com/promperu/docs/_exportando-paso-a-paso
- Palomino, S. F. (2015). "*Elaboración de hojuela dulce a partir del manto molido de pota (*dosidicus gigas*) con quinua (*chenopodium quinoa*)*". Tesis , Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima. Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/936/T007284.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- República. (28 de Febrero de 2016). El Niño provocó que la anchoveta y la pota se alejen de zonas de pesca. *El Niño provocó que la anchoveta y la pota se alejen de zonas de pesca*. Obtenido de <http://larepublica.pe/impresia/economia/744721-el-nino-provoco-que-la-anchoveta-y-la-pota-se-alejen-de-zonas-de-pesca>
- República. (02 de Enero de 2017). Cambio climático podría impactar en sector pesca este año. *Cambio climático podría impactar en sector pesca este año*. Obtenido de <http://larepublica.pe/impresia/economia/835780-cambio-climatico-podria-impactar-en-sector-pesca-este-ano>
- República. (14 de mayo de 2017). Embarcaciones chinas amenazan la industria de la pota en el Perú. *Embarcaciones chinas amenazan la industria de la pota en el Perú*. Obtenido de <http://larepublica.pe/impresia/economia/875519-embarcaciones-chinas-amenazan-la-industria-de-la-pota-en-el-peru>
- República. (14 de mayo de 2017). Embarcaciones chinas amenazan la industria de la pota en el Perú. *Embarcaciones chinas amenazan la industria de la pota en el Perú*. Obtenido de <http://larepublica.pe/impresia/economia/875519-embarcaciones-chinas-amenazan-la-industria-de-la-pota-en-el-peru>
- Terranova, R. M. (2013). *La industria procesadora de papa, platano y yuca: El mercado de pasabolas (snacks) y congelados en Colombia*. Bogota - Colombia, Colombia: editores.
- Weinberge, V. K. (2009). *Plan de negocios (Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio)*. Perú: USAID.

VIII. ANEXOS

APÉNDICE 1: ENTREVISTA.

Entrevista N° 1

VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA LOS ENCARGADOS EN EL AREA DE COMERCIO EXTERIOR DE LA EMPRESA ALTAMAR FOODS S.R.L

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Edad	36 años
Profesión o especialidad	Lic en Administración (MBA)
Años de experiencia laboral	14 años
Lugar donde Labora	UCV

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida al área de comercio de la empresa Altamar Foods S.R.L)

- OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de las exportaciones en la empresa altamar Food S.R.L.

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ años.

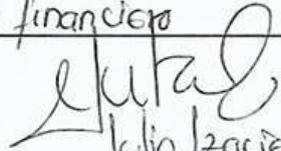
Ítems relacionados con el área de comercio en la empresa Altamar Foods S.R.L para la exportación de hamburguesa a base de calamar gigante	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuál es el mercado con mayor demanda a exportar calamar gigante?	✓			✓	✓	
2. ¿Hace cuánto tiempo fue creada la empresa?	✓			✓	✓	
3. ¿Tiene algún otro rubro, aparte de la exportación de hidrobiológicos?	✓			✓	✓	
4. ¿Qué puntos cree necesario que se deba mejorar dentro de la empresa?	✓			✓	✓	
5. ¿Cuenta con un proceso de control de calidad?	✓			✓	✓	
6. ¿Cuáles son las tendencias para los productos hidrobiológicos?			✓		✓	
7. ¿Cuáles son los volúmenes de exportación?			✓		✓	
8. ¿Cuáles son las temporadas en que se exporta el calamar gigante?	✓			✓	✓	
9. ¿Cuáles son las presentaciones en la que se exporta el calamar gigante?	✓			✓	✓	
10. ¿Cuáles son los países de destino?	✓			✓	✓	
11. ¿Cuáles son los requisitos para exportar en dichos países?	✓			✓	✓	
12. ¿Cuál es su proceso productivo?	✓			✓	✓	
13. ¿Con que certificaciones cuenta la empresa?	✓			✓	✓	
14. ¿Alguna vez han procesado o han elaborado la hamburguesa de calamar gigante?	✓			✓	✓	
15. ¿Cuál cree usted que son las empresas competidoras en su rubro?	✓			✓	✓	
16. ¿La empresa cuenta con la maquinaria ideal para la elaboración de hamburguesa de calamar gigante?	✓			✓	✓	
17. ¿Cuenta la empresa con liquides para asumir los gastos de la industrialización de calamar gigante?	✓			✓	✓	
18. ¿Cuál es el contenedor requerido para la exportación?	✓			✓	✓	
19. ¿Cuál es la temperatura requerida para el contenedor?	✓			✓	✓	
20. ¿Cuánto de volumen se necesita para la exportación en un contenedor?	✓			✓	✓	
21. ¿Cuál es el descarte en el volumen exportado en un contenedor?	✓			✓	✓	

SUGERENCIAS:

Incluir preguntas que permitan medir los indicadores de modelo financiero y evaluación financiera

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Entrevista N° 2


Julio Izquierdo Espinoza
40802335

VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA LOS EXPERTOS EN LA MATERIA.

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Edad	36 años
Profesión o especialidad	Lic en Administración (MBA)
Años de experiencia laboral	14 años
Lugar donde labora	UCV

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida a expertos en la materia)

- OBJETIVO: Analizar los mercados de exportación para los snack a base de calamar gigante.

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ Años.

Ítems relacionados con los expertos en el área de exportaciones.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuáles son los países de destino para el calamar gigante?	✓			✓	✓	
2. ¿Cuáles son las tendencias para los productos hidrobiológicos?			✓		✓	
3. ¿Cuáles son las certificaciones necesarias para la exportación de calamar gigante en snack?	✓			✓	✓	
4. ¿Cuál es el tipo de envase adecuado para este producto?	✓			✓	✓	
5. ¿Cuál es el tipo de envase y embalaje que se requiere para la exportación de snack a base de calamar gigante?	✓			✓	✓	
6. ¿Cuáles son los documentos necesarios para la exportación de hamburguesa de calamar gigante?		✓	✓			✓
7. ¿Cuál es el perfil del consumidor internacional de calamar gigante?	✓			✓	✓	
8. ¿Qué ferias internacionales recomendaría para la participación de empresas exportadoras de snack de calamar gigante?	✓			✓	✓	
9. ¿Conoce de algún programa de instituciones del estado o privadas que otorguen incentivos o beneficios a las empresas exportadoras de hidrobiológicos?	✓			✓	✓	
10. ¿Qué estrategias de promoción recomendaría aplicar a las empresas exportadoras de snack de calamar gigante?	✓			✓	✓	

SUGERENCIAS:

Enfocar y redactar más preguntas orientadas a medir las dimensiones Barreras de exportación y Procesos de exportación. Obviar documentos comerciales.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

[Firma]
 Julio Izquierdo Espinoza
 40802335

Entrevista N° 3

**VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA
LOS ENCARGADOS DE LAS EMPRESAS PAITEÑAS EXPORTADORAS DE
HAMBURGUESAS DE CALAMAR GIGANTE.**

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Edad	36 años
Profesión o especialidad	Lic en Administración (MBA)
Años de experiencia laboral	14 años
Lugar donde labora	UCV

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida a expertos en la materia)

- **OBJETIVO:** Identificar los procesos para la producción de snack a base de calamar gigante en la empresa ALTAMAR FOOD S.R.L.

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ años.

Ítems relacionados con los expertos en el área de producción.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuál es la vida útil de la hamburguesa de calamar gigante?	/			✓	✓	
2. ¿Se usa persegantes o conservantes para la hamburguesa de calamar gigante?	/			✓	✓	
1. ¿Cuáles son los procesos productivos de hamburguesas de calamar gigante?	/			✓	✓	
2. ¿Cuáles son los insumos utilizados para la preparación de la hamburguesa de calamar gigante?	/			✓	✓	
3. ¿Cuáles son las máquinas que se debe contar para la producción de hamburguesa de calamar gigante?	/			✓	✓	
4. ¿Cuál es el envase para la producción de hamburguesa de calamar gigante?	/		/		✓	
5. ¿Cuáles son los proveedores de los insumos requeridos para la elaboración de snack a base de calamar gigante?	/			✓	✓	
6. ¿Cuáles son las propiedades más resaltantes del snack a base de calamar gigante (hamburguesa)?	/			✓	✓	
7. ¿Cuáles son los usos y aplicaciones de la hamburguesa de calamar gigante?	✓			✓	✓	
8. ¿Cuál sería su valor nutricional de la hamburguesa de calamar gigante?	✓			✓	✓	
9. ¿Cuáles son las presentaciones en las que se pueda ofrecer la hamburguesa de calamar gigante?	/			✓	✓	

SUGERENCIAS:

sin observaciones

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

[Firma]
 Lic Izquierdo Espinoza
 4070235

APÉNDICE 2: ENTREVISTA

Entrevista N° 1

VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA LOS ENCARGADOS EN EL AREA DE COMERCIO EXTERIOR DE LA EMPRESA ALTAMAR FOODS S.R.L

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón () Mujer (X)
Edad	31
Profesión o especialidad	Comercio y Negocios Internacionales
Años de experiencia laboral	8
Lugar donde Labora	AREX Lambayeque

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida al área de comercio de la empresa Altamar Foods S.R.L)

- OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de las exportaciones en la empresa altamar Food S.R.L.

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ años.

Ítems relacionados con el área de comercio en la empresa Altamar Foods S.R.L para la exportación de hamburguesa a base de calamar gigante	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	NO	SI	SI	NO
1. ¿Cuál es el mercado con mayor demanda a exportar calamar gigante?	✓			✓	✓	
2. ¿Hace cuánto tiempo fue creada la empresa?	✓			✓	✓	
3. ¿Tiene algún otro rubro, aparte de la exportación de hidrobiológicos?	✓		✓		✓	
4. ¿Qué puntos cree necesario que se deba mejorar dentro de la empresa?	✓		✓		✓	
5. ¿Cuenta con un proceso de control de calidad?	✓		✓		✓	
6. ¿Cuáles son las tendencias para los productos hidrobiológicos?	✓			✓	✓	
7. ¿Cuáles son los volúmenes de exportación?	✓		✓		✓	
8. ¿Cuáles son las temporadas en que se exporta el calamar gigante?	✓		✓		✓	
9. ¿Cuáles son las presentaciones en la que se exporta el calamar gigante?	✓		✓		✓	
10. ¿Cuáles son los países de destino?	✓		✓		✓	
11. ¿Cuáles son los requisitos para exportar en dichos países?	✓		✓		✓	
12. ¿Cuál es su proceso productivo?	✓		✓		✓	
13. ¿Con que certificaciones cuenta la empresa?	✓		✓		✓	
14. ¿Alguna vez han procesado o han elaborado la hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
15. ¿Cuál cree usted que son las empresas competidoras en su rubro?	✓		✓		✓	
16. ¿La empresa cuenta con la maquinaria ideal para la elaboración de hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
17. ¿Cuenta la empresa con liquides para asumir los gastos de la industrialización de calamar gigante?	✓		✓		✓	
18. ¿Cuál es el contenedor requerido para la exportación?	✓		✓		✓	
19. ¿Cuál es la temperatura requerida para el contenedor?	✓		✓		✓	
20. ¿Cuánto de volumen se necesita para la exportación en un contenedor?	✓			✓	✓	
21. ¿Cuál es el descarte en el volumen exportado en un contenedor?	✓			✓	✓	

SUGERENCIAS:

mejorar redacción de algunos ítems

[Firma manuscrita]
Rosa A. Corrales

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Entrevista N° 2

**VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA
LOS EXPERTOS EN LA MATERIA.**

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón () Mujer (X)
Edad	31
Profesión o especialidad	Comercio y Negocios Int.
Años de experiencia laboral	8
Lugar donde labora	AREX Lambayeque

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida a expertos en la materia)

- OBJETIVO: Analizar los mercados de exportación para los snack a base de calamar gigante.

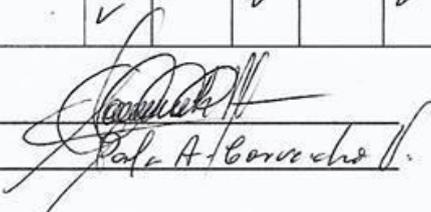
DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ Años.

Ítems relacionados con los expertos en el área de exportaciones.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	NO	SI	SI	NO
1. ¿Cuáles son los países de destino para el calamar gigante?	✓		✓		✓	
2. ¿Cuáles son las tendencias para los productos hidrobiológicos?	✓			✓	✓	
3. ¿Cuáles son las certificaciones necesarias para la exportación de calamar gigante en snack?	✓		✓		✓	
4. ¿Cuál es el tipo de envase adecuado para este producto?	✓		✓		✓	
5. ¿Cuál es el tipo de envase y embalaje que se requiere para la exportación de snack a base de calamar gigante?	✓		✓		✓	
6. ¿Cuáles son los documentos necesarios para la exportación de hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
7. ¿Cuál es el perfil del consumidor internacional de calamar gigante?	✓		✓		✓	
8. ¿Qué ferias internacionales recomendaría para la participación de empresas exportadoras de snack de calamar gigante?	✓		✓		✓	
9. ¿Conoce de algún programa de instituciones del estado o privadas que otorguen incentivos o beneficios a las empresas exportadoras de hidrobiológicos?	✓		✓		✓	
10. ¿Qué estrategias de promoción recomendaría aplicar a las empresas exportadoras de snack de calamar gigante?	✓		✓		✓	

SUGERENCIAS:


 Pedro A. Corrocho

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Entrevista N° 3

**VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA
LOS ENCARGADOS DE LAS EMPRESAS PAITEÑAS EXPORTADORAS DE
HAMBURGUESAS DE CALAMAR GIGANTE.**

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón () Mujer (X)
Edad	31
Profesión o especialidad	Comercio y Negocios Internac.
Años de experiencia laboral	8
Lugar donde labora	AREX LAMBAYEQUE

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida a expertos en la materia)

- OBJETIVO: Identificar los procesos para la producción de snack a base de calamar gigante en la empresa ALTAMAR FOOD S.R.L.

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ años.

Ítems relacionados con los expertos en el área de producción.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	NO	SI	SI	NO
1. ¿Cuál es la vida útil de la hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
2. ¿Se usa persegantes o conservantes para la hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
1. ¿Cuáles son los procesos productivos de hamburguesas de calamar gigante?	✓		✓		✓	
2. ¿Cuáles son los insumos utilizados para la preparación de la hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
3. ¿Cuáles son las maquinas que se debe contar para la producción de hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
4. ¿Cuál es el envase para la producción de hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
5. ¿Cuáles son los proveedores de los insumos requeridos para la elaboración de snack a base de calamar gigante?	✓		✓		✓	
6. ¿Cuáles son las propiedades más resaltantes del snack a base de calamar gigante (hamburguesa)?	✓		✓		✓	
7. ¿Cuáles son los usos y aplicaciones de la hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
8. ¿Cuál sería su valor nutricional de la hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	
9. ¿Cuáles son las presentaciones en las que se pueda ofrecer la hamburguesa de calamar gigante?	✓		✓		✓	

SUGERENCIAS:

En la pregunta 2 incluir los aditivos

[Firma]
 Paola A. Cordero B.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

APÉNDICE 3: ENTREVISTA

Entrevista N° 1

**VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA
LOS ENCARGADOS EN EL AREA DE COMERCIO EXTERIOR DE LA
EMPRESA ALTAMAR FOODS S.R.L**

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón () Mujer ()
Edad	37
Profesión o especialidad	Biologo
Años de experiencia laboral	6
Lugar donde Labora	ALTAMAR FOODS S.R.L

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida al área de comercio de la empresa Altamar Foods S.R.L)

- OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de las exportaciones en la empresa altamar Food S.R.L.

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ años.

ALTAMAR FOODS PERU SRL.
Bigo. Juan Ayala Sánchez
JEFE DE PRODUCCION

Ítems relacionados con el área de comercio en la empresa Altamar Foods S.R.L para la exportación de hamburguesa a base de calamar gigante	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuál es el mercado con mayor demanda a exportar calamar gigante?	/			/	/	
2. ¿Hace cuánto tiempo fue creada la empresa?	/			/	/	
3. ¿Tiene algún otro rubro, aparte de la exportación de hidrobiológicos?	/			/	/	
4. ¿Qué puntos cree necesario que se deba mejorar dentro de la empresa?	/		/		/	
5. ¿Cuenta con un proceso de control de calidad?	/			/	/	
6. ¿Cuáles son las tendencias para los productos hidrobiológicos?	/			/	/	
7. ¿Cuáles son los volúmenes de exportación?	/			/	/	
8. ¿Cuáles son las temporadas en que se exporta el calamar gigante?	/			/	/	
9. ¿Cuáles son las presentaciones en la que se exporta el calamar gigante?	/			/	/	
10. ¿Cuáles son los países de destino?	/			/	/	
11. ¿Cuáles son los requisitos para exportar en dichos países?	/			/	/	
12. ¿Cuál es su proceso productivo?	/			/	/	
13. ¿Con que certificaciones cuenta la empresa?	/			/	/	
14. ¿Alguna vez han procesado o han elaborado la hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
15. ¿Cuál cree usted que son las empresas competidoras en su rubro?	/			/	/	
16. ¿La empresa cuenta con la maquinaria ideal para la elaboración de hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
17. ¿Cuenta la empresa con liquides para asumir los gastos de la industrialización de calamar gigante?	/			/	/	
18. ¿Cuál es el contenedor requerido para la exportación?	/			/	/	
19. ¿Cuál es la temperatura requerida para el contenedor?	/			/	/	
20. ¿Cuánto de volumen se necesita para la exportación en un contenedor?	/			/	/	
21. ¿Cuál es el descarte en el volumen exportado en un contenedor?	/			/	/	

ALTAMAR FOODS-PERU SRL.

Bigo. Iván Ayala Sánchez
JEFE DE PRODUCCION

SUGERENCIAS:

sin observaciones

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Entrevista N° 2

**VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA
LOS EXPERTOS EN LA MATERIA.**

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón () Mujer ()
Edad	37
Profesión o especialidad	Biologo
Años de experiencia laboral	6
Lugar donde labora	ALTAMAR FOODS S.R.L

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida a expertos en la materia)

- **OBJETIVO:** Analizar los mercados de exportación para los snack a base de calamar gigante.

ALTAMAR FOODS PERU SRL
Bigo. Juan Ayala Sánchez
JEFE DE PRODUCCION

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () EDAD: _____ Años.

Ítems relacionados con los expertos en el área de exportaciones.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuáles son los países de destino para el calamar gigante?	/			/	/	
2. ¿Cuáles son las tendencias para los productos hidrobiológicos?	/			/	/	
3. ¿Cuáles son las certificaciones necesarias para la exportación de calamar gigante en snack?	/			/	/	
4. ¿Cuál es el tipo de envase adecuado para este producto?	/			/	/	
5. ¿Cuál es el tipo de envase y embalaje que se requiere para la exportación de snack a base de calamar gigante?	/			/	/	
6. ¿Cuáles son los documentos necesarios para la exportación de hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
7. ¿Cuál es el perfil del consumidor internacional de calamar gigante?	/			/	/	
8. ¿Qué ferias internacionales recomendaría para la participación de empresas exportadoras de snack de calamar gigante?	/			/	/	
9. ¿Conoce de algún programa de instituciones del estado o privadas que otorguen incentivos o beneficios a las empresas exportadoras de hidrobiológicos?	/		/		/	
10. ¿Qué estrategias de promoción recomendaría aplicar a las empresas exportadoras de snack de calamar gigante?	/			/	/	

SUGERENCIAS:

Tener en cuenta la pregunta 9 para concordancia según indicador

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



 ALTAMAR FOODS, S.A.S.

 Jazala Sánchez

 PRODUCCION

Entrevista N° 3

**VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD PARA
LOS ENCARGADOS DE LAS EMPRESAS PAITEÑAS EXPORTADORAS DE
HAMBURGUESAS DE CALAMAR GIGANTE.**

Estimado

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que se pretende utilizar para determinar el Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L.

A continuación presenta una lista de preguntas relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de pertinencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda preguntas del área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón () Mujer ()
Edad	37
Profesión o especialidad	Biologo
Años de experiencia laboral	6
Lugar donde labora	ALTAMAR FOODS SRL

B. GUIA DE ENTREVISTA (no estructurada dirigida a expertos en la materia)

- **OBJETIVO:** Identificar los procesos para la producción de snack a base de calamar gigante en la empresa ALTAMAR FOOD S.R.L.

DATOS DEL ENTREVISTADO (A):

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

SEXO: Varón () Mujer () **EDAD:** _____ años.

ALTAMAR FOODS PERÚ S.R.L.
Rgo. Wán Ayala S.R.L.
JEFE DE PRODUCCION

Ítems relacionados con los expertos en el área de producción.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es conforme para el proyecto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Cuál es la vida útil de la hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
2. ¿Se usa preservantes o conservantes para la hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
1. ¿Cuáles son los procesos productivos de hamburguesas de calamar gigante?	/			/	/	
2. ¿Cuáles son los insumos utilizados para la preparación de la hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
3. ¿Cuáles son las máquinas que se debe contar para la producción de hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
4. ¿Cuál es el envase para la producción de hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
5. ¿Cuáles son los proveedores de los insumos requeridos para la elaboración de snack a base de calamar gigante?	/			/	/	
6. ¿Cuáles son las propiedades más resaltantes del snack a base de calamar gigante (hamburguesa)?	/			/	/	
7. ¿Cuáles son los usos y aplicaciones de la hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
8. ¿Cuál sería su valor nutricional de la hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	
9. ¿Cuáles son las presentaciones en las que se pueda ofrecer la hamburguesa de calamar gigante?	/			/	/	

SUGERENCIAS:

sin observaciones!

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.


 ALTAMIRANO FOODS PERÚ S.A.
 Sr. Juan Aguirre
 JEFE DE PRODUCCIÓN

Apéndice 4: 1 Validez de guía de observación

VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

Estimado Docente/Doctor/Magister,

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la revisión documental que se pretende utilizar para identificar los procesos para la producción de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Food S.R.L. y la empresa Freeko Perú S.A.C.

A continuación, se presenta el formato a considerar en la Guía de Observación No Estructurada.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido.

De antemano agradecemos su cooperación.

A. INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo	Varón () Mujer ()
Edad	_____años
Profesión o Especialidad	_____
Años de Experiencia laboral	_____

B. GUÍA DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

OBJETIVO: identificar los procesos para la producción de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L. y la empresa Freeko Perú S.A.C.

GUÍA DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

EMPRESA: _____

FECHA: _____

PROCESOS	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN
Recepción			
Proceso			
Control de Calidad			
Envasado y Embalado			

SUGERENCIAS:



ALTAMAR FOODS PERÚ SRL
Eigo Juan Ayala Sánchez
JEFE DE PRODUCCION

Firma del experto.

GUÍA DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA						
EMPRESA		FREEKO PERU S.A.C				
FECHA		10 AGOSTO DEL 2017				
PROCESOS	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN			DURACIÓN	OBSERVACIÓN
RECEPCIÓN	Jefe de calidad/ jefe de producción	Se acumula el calamar gigante en jabas requeridas para dicho producto.			5 horas/ depende de la materia prima	Se considera aceptable el calamar por su piel, su mucosidad y consistencia de la carne.
LAVADO	Jefe de calidad/ jefe de producción	Se lleva al área de lavado donde personas con los utensilios requeridos y limpieza observado por el encargado para su proceso			Cada 2 horas	Tº del agua: 0 -7ºC Cloro libre residual de agua(CRL): 0.5-1.0 ppm
CONTROL DE ENVASADO	Jefe de calidad	Se realiza un muestreo del área de envasado para que el jefe de calidad lleve un control de que el procedimiento está siendo el adecuado.			Cada 3 horas	TIPO CORTE PESO NETO Nº FILETE TROZOS FILETE PARASITADO
EMPAQUE	Jefe de calidad/ jefe de producción	Efectuar medida x pallet, con cinta métrica. Efectuar control de pesos cada hora, en balanza electrónica calibrada.			Cada hora	Longitud y Peso: Máster cartón de acuerdo a especificación de cliente - Norma para cada producto o de acuerdo al cliente.
ALMACENAMIENTO CONGELADO	Jefe de calidad/ jefe de producción	Temperatura ambiente de la cámara -20 a -30ºC y temperatura del Producto < -18ºC.			Cada hora	Efectuar control de temperaturas cada hora mediante el termómetro adherido y termómetro digital calibrado.

Elaboración: Propia.

Apéndice 4: 2 Fotos con expertos:



Ilustración 18: jefa del área de comercio de la empresa Altamar Foods S.R.L



Ilustración 19: Asistente del área de Comercio exterior de la empresa Altamar Foods S.R.L.

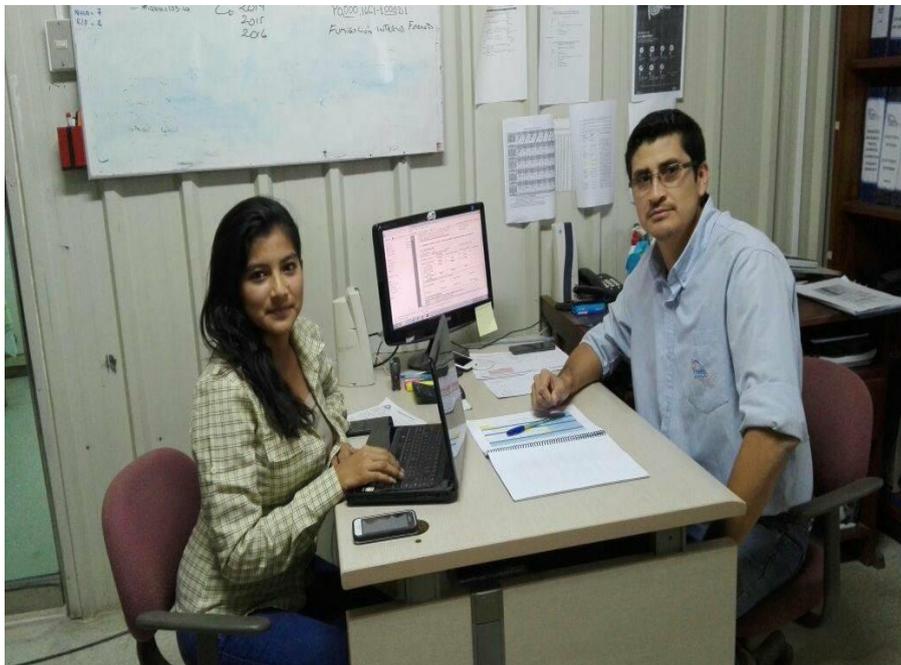


Ilustración 20: Ingeniero de Producción y preformados de la empresa Freeko Perú S.A.C.

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 9 de 18
--	--	--

Yo, José Foción Echeverría jara, docente de la Facultad de Ciencias empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Filial Chiclayo, revisor de la tesis titulada "**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SNACK A BASE DE CALAMAR GIGANTE EN LA EMPRESA ALTAMAR FOODS SRL- 2017**", de la estudiante **CUEVA CURO KELLY MARGARITA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **18 %** 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, haciendo algunas recomendaciones para su mejoramiento. A mi leal saber y entender la tesis cumple con las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Pimentel, 07 de diciembre de 2017


.....
M.Sc. José Foción Echeverría jara

DNI: 17 843016



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

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 : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo Kelly Margarita Cueva Curo, identificado con DNI N° 72930933, egresado 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 "Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L., 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:

.....

.....

.....

.....

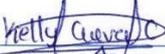
.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: 72930933

FECHA: 19 de Diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



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
EP DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
CUEVA CURO KELLY MARGARITA

INFORME TÍTULADO:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SNACK A BASE DE
CALAMAR GIGANTE EN LA EMPRESA ALTAMAR FOODS SRL - 2017"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 30/01/2018

NOTA O MENCIÓN: DIECISIETE (17)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN