



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

TESIS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU,
EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES
PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autores:

Bach. Tarrillo Rojas Josse Jonathan

ORCID: 0000-0001-7200-1027

Bach. Regalado Regalado Edy Gabriel

ORCID: 0000-0002-6185-6764

Asesor

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

ORCID: 0000-0002-1555-7851

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

Año 2023

APROBACIÓN DEL JURADO
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS
COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES
PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022.

Aprobación de informe de investigación

Asesor _____

MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Presidente _____

Mg. Reyes Arroyo Carlos André

Secretario (a) _____

Dr. Espinoza Rodriguez Hugo Redib

Vocal _____

MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo



Universidad
Señor de Sipán

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, somos Regalado Regado Edy Gabriel y Tarrillo Rojas Josse Jonathan **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Negocios Internacionales** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

Plan de negocios para la exportación de harina de hongos comestibles a EE.UU, empresa BLS negocios ambientales productivos-consultorías S.A.C, 2022

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Tarrillo Rojas Josse Jonathan	DNI: 46962243	
Regalado Regala Edy Gabriel	DNI: 75683446	

Pimentel, 12 de Mayo del 2023.

DEDICATORIA

Tarrillo Rojas Josse Jonathan

Esta investigación está dedicada a mi familia, mis padres Juan José Tarrillo Heredia y Elvira Elizabeth Rojas Ruiz, por ser una inspiración para mí y por haberme apoyado en el transcurso de estos años, impulsarme a mejorar cada día como persona y como profesional. Dedicada también a mis hermanos Juan, Jordan, Karoline, Adriel y Jannier por compartir gratos momentos en familia, con mucho cariño para ustedes.

Regalado Regalado Edy Gabriel

Este proyecto está dedicado en primer lugar Dios por darme las fuerzas necesarias para no rendirme y poder llegar a esta que es muy importante para mi vida. Dedicarle de una forma muy grata y especial a mis padres por el esfuerzo de cada uno para que pueda lograr este paso tan importante en mi vida y con el apoyo emocional de mi hermana que siempre estuvo a mi lado.

AGRADECIMIENTOS

Nos gustaría agradecer a nuestros asesores metodológicos por su guía y dirección en la preparación de esta tesis, por sus consejos y por toda su cooperación.

Agradecemos a todas las personas que brindaron la información necesaria para la elaboración de este informe, en especial al Lic. Lalopu Nuñez Shaki Auriomi, Gerente de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC.

Agradecer a todas las personas que directa o indirectamente participaron en la elaboración de esta tesis por su compañía, apoyo y sobre todo ánimo.

**PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS
COMESTIBLES A EE. UU DE LA EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES
PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022**

Resumen:

Tarrillo Jonathan & Regalado Edy¹

La presente investigación tuvo como objetivo: Elaborar una propuesta de plan de negocios que permita exportar harina de hongos comestibles a Estados Unidos en la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC. El estudio se justifica en la necesidad del plan de negocio para la exportación de harina de hongos; en tal sentido la investigación nos permitió establecer la relación de nuestras variables, Plan de Negocios y Exportación, lo cual nos llevó a plantearnos el siguiente problema: ¿De qué manera un Plan de Negocio permitirá la Exportación de harina de hongos comestibles de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC al mercado de Estados Unidos? Metodológicamente el tipo de investigación tiene un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de tipo transversal, además es descriptiva propositiva. La muestra estuvo conformada por el gerente general de la empresa en estudio y tres expertos en temas de exportación. Los resultados de la investigación revelaron que *la exportación de harina de hongos comestibles en cuanto a volumen ha ido decreciendo, pero a su vez el precio de dicho producto ha ido subiendo con el tiempo, lo que determina la relevancia de la propuesta.* Finalmente, la investigación concluye que un plan de negocios facilita la exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos, el mismo se efectuó siguiendo la estructura de una empresa en marcha de Karen Weinberger, obteniendo un TIR de 22% y un VAN de S./ 568,4283.63 determinando la viabilidad de la propuesta.

PALABRAS CLAVE: Harina de hongos comestibles, mercado de Estados Unidos, Plan de Negocio, Valor nutricional.

¹ Adscritos a la escuela académica de Negocios Internacionales Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email: trojasjj@crece.uss.edu.pe
CodigoORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7200-1027>,
rregaladoedyg@crece.uss.edu.pe.CodigoORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6185-6764>

**BUSINESS PLAN FOR EXPORTS OF FLOUR OF EDIBLE FUNGI TO US UU DE
LA EMPRESA BLS PRODUCTIVES AMBIENTALES PRODUCTIVOS-
CONSULTORÍAS SAC, 2022**

Abstract:

Tarrillo Jonathan & Regalado Edy

The purpose of this research was to: Prepare a business plan proposal that allows export of edible mushroom flour to the United States in the company BLS Business Environmental Productive-Consulting SAC. The study is justified the business plan for the export of mushroom flour; In this sense, the research allowed us to establish the relationship of our variables, Business Plan and Export, which led us to consider the following problem: How a Business Plan will allow the export of edible mushroom flour from the BLS company Productive Environmental Businesses-SAC Consulting to the United States market? Methodologically, the type of research has a quantitative approach and a non-experimental design of a transversal type, and it is also descriptive purpose. The sample consisted of the general manager of the company under study and three experts on export issues. The results of the investigation revealed that the export of edible mushroom flour in terms of volume has been decreasing, but in turn the price of said product has been increasing over time, which determines the relevance of the proposal. Finally, the investigation concludes that a business plan facilitates the export of edible mushroom flour to the United States, it was carried out following the structure of an ongoing company of Karen Weinberger, obtaining and TIR of 22% and a VAN of S./ 568,4283.63 determining the viability of the proposal.

KEY WORDS: Edible mushroom flour, United States market, Business Plan, Nutritional value.

Adscritos a la escuela académica de Negocios Internacionales Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email: trojasjj@crece.uss.edu.pe
[CodigoORCID: https://orcid.org/0000-0001-7200-1027](https://orcid.org/0000-0001-7200-1027),
rregaladoedyg@crece.uss.edu.pe.CodigoORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6185-6764>

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Actualmente la producción de hongos comestibles ha tenido un máximo crecimiento es por ello que se realizó este trabajo de investigación, para establecer claramente los beneficios de la exportación para un segmento de consumidores en Estados Unidos los cuales buscan productos saludables que beneficien a la salud, como en este caso la harina de hongos comestibles contribuyendo para su nutrición y bienestar, reemplazando a las harinas convencionales.

Internacional

Según Télam Digital (2021), el primer proyecto involucró negocios digitales. En su artículo titulado "Crecen las ventas al exterior de trufas, un hongo comestible que cotiza hasta 1.500 euros el kilo", afirman que estas ventas pueden llegar hasta los 1.500 euros el kilo. La elaboración nacional de trufa, un alimento valorado en el mercado internacional en hasta 1.500 euros el kilo, se ve incrementada aún más por 15 empresas que, a estas alturas, generan pocos ingresos adicionales por exportaciones. "Este es momento para demostrar la capacidad al producir alimentos con valor agregado. Jugamos estratégicamente con el INTI innovando y ayudamos a financiar inversiones productivas", dijo el secretario.

Guillermo Merediz, a través de una comunicación del jefe de Gabinete. En los últimos diez años, la industria de la trufa "Empezó a florecer en Argentina, y una de las primeras en este campo es Trufas del Nuevo Mundo, pyme que tiene más de 50 ha. de terreno en Espartillar, Buenos Aires, y espera producir 1.500 kg por año para el 2024".

Según Carlos Alcántara (2020), director general de la empresa Paccu, dijo que el consumo por persona de hongos podría aumentar en un 10% en 2020, es decir, pasando de 50 gramos a 55 gramos a fin de año. Comparado con otros países, como Chile con 300 gramos y Argentina con 200 gramos, el consumo per cápita nos ubica entre los países con más bajo consumo per cápita de la región. Nuestro país consume hongos frescos de producción local y, en menor cantidad, hongos enlatados importados de China. A pesar de ello, el consumo aumenta significativamente debido a la transmisión en red. Los lugares de venta son los supermercados. Hoy en día, es un producto exclusivo y muy local, pero tiene potencial para el consumo masivo. La limitante para evitar el hacinamiento es el bajo poder

adquisitivo de las personas, debido a que en la actualidad este es un producto costoso, cuyo precio por kilo fresco fluctúa alrededor de 20 y 30 soles (Seminario Sánchez, 2020).

El Observatorio Granjero (2018) afirma en su artículo titulado: Hongos Comestibles, que nutricionalmente los hongos se clasifican como alimentos funcionales por sus potentes efectos sobre la salud. Se ha demostrado que tiene propiedades anticancerígenas, antibiológicas y antioxidantes, así como antitrombóticas y antidiabéticas. Además, en calorías y carbohidratos son bajos, no contienen grasas, colesterol o gluten, y son bajos en sodio. Minerales como selenio, cobre, zinc, potasio, proteínas (riboflavina y niacina), y vitaminas son abundantes (complejo B y la provitamina D).

Por otro lado, Trademap (2018) afirmó que las exportaciones mundiales de hongos comestibles se han incrementado debido a la fuerte demanda internacional. En el 2018, el valor de exportación fue de US \$ 87,670 millones, donde la mayor producción de hongos comestibles a nivel mundial es: Países Bajos, Alemania, Hong Kong, China, India, Perú, con el 0,5% de la cuota mundial, entre otros y los principales importadores mundiales de hongos comestibles son, China, Alemania, Malasia, los Países Bajos y EUA.

A todo esto, la Inteligencia Competitiva para el sector Agroalimentario Agrimundo (2018), en su artículo titulado: mayor popularidad de los hongos como fuente de proteínas, afirma que los hongos lideran las listas de tendencias del 2018, ya que aprecian sus propiedades nutricionales y funcionales. En un estudio de octubre de 2017, Mary Jo Feeney descubrió que los hongos pueden ayudarlo a sentirse satisfecho. "Este estudio muestra que los hongos benefician al peso y la saciedad, contribuyendo al bienestar", dijo la coordinadora de investigación nutricional en el Consejo de Hongos Mary Jo Feeney, también dijo que los consumidores están dispuestos a experimentar con diferentes formas de consumir proteínas, por lo que es fundamental comprender las diferentes fuentes de proteínas no animales, como los hongos. Esto pueden indicar un aumento en la estimación del producto. Según S. de Investigación Económica del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), la adquisición de hongos el año anterior fue de más de 1,4 kg , comparado con 0,18 kg en 1960 por persona. Por otro lado, el Consejo de Hongos (Organización Estadounidense de Productores de Hongos Frescos) afirmó que el costo de venta de variedades de hongos especiales aumentó un 4% en 2017, según el USDA. Asimismo, informa que se está promocionando más órdenes y que algunos restaurantes sirven diferentes platos de

champiñones, lo que ayuda a los consumidores a probar estos hongos especiales con más frecuencia.

La Inteligencia Competitiva para el sector Agroalimentario Agrimundo (2018) afirmó que la Oficina de Estudios y Políticas Agrícolas, preparada con datos del Servicio Nacional de Aduanas, obtuvo provisionalmente en 2017 el total exportado de hongos frescos que se han conservado, secado y congelado temporalmente; 2,1 millones de kilos y USD 11,8 millones marcaron los primeros espacios consumidores: Francia con 832,755 kilogramos, Alemania con 339,939 kilogramos, España con 180,811 kilogramos e Italia con 75,460 kilogramos.

Nacional

A nivel nacional, la Agencia Peruana de Noticias Andina (2019), en su informe titulado: “Volumen de exportaciones no tradicionales”, dijo que aumentó en un 23.8% en enero del 2019, SUNAT dijo que las exportaciones del sector agropecuario aumentaron en un 24.9 %, manteniendo su tendencia alcista durante los últimos 27 meses. Según la Agencia Peruana de Noticias (2018), en su artículo titulado: oferta agroexportadora no convencional, Perú ingresó a 99 países en enero de 2018 y sumó 580 millones 984 mil dólares, un 25.4 % más que el mismo mes del 2017, dijo ADEX, en el cual Estados Unidos y los Países Bajos lideran el ranking de países compradores de exportaciones agrícolas no tradicionales peruanas, con \$ 242 millones 644.00, ambos mercados tuvieron una intervención conjunta del 57.4%.

La Agencia Agraria de Noticias (2019) informó que entre enero y febrero Perú exportó 37.632 kg de harina de lúcuma a un costo de US \$296.311 FOB. Montos que muestran un crecimiento a partir de los 26.350 kilogramos perdidos en igual período de 2018 con un valor de US \$ 265,270. Estados Unidos representó el 54% del total de las ventas y fue el primer destino de estos envíos, según el sitio web Agrodato Perú. Le sigue Reino Unido con un 38%, seguido de Alemania con un 3% y Australia con un 1%, entre otros. Peruvian Nature S&S SAC, Algarrobos Orgánicos del Perú SAC y Nutry Body SAC fueron las principales empresas exportadoras del sector respectivamente con ventas por US\$112.000 y US\$110.000 y US\$ 68.000.

Agricultura y Minería Unidas por Naturaleza Agromin, Barreda (2017) en su informe titulado: Los hongos comestibles de Cajamarca y la generación de empleo sostenible, afirmó que el proyecto es ganador del concurso Fondo ALAC/Yanacocha FONDOEMPLEO,

formulado (ADEFOR), como contestación a la problemática agrícola que aflige a las familias de Cajamarca y Encañada de la provincia y región de Cajamarca, indica en su artículo que en la región de Cajamarca ha generado 204 cargos incrementales (55,213 salarios) al finalizar el proyecto (64% fueron hombres y mujeres solo un 36%) de los cuales un total de 130 productores aumentar sus dividendos por campaña al año en S/. 2116 por la comercialización de hongo, se constituyendo la sociedad Agroindustrial "Jalca Verde" Logrando una manufactura de 6,948 kg, la cual se comercializó a nivel local, nacional e internacional, logrando que aprecien al hongo comestible como un producto alimenticio significativo en su dieta diaria.

Local

Elias (2018) Diario La República en su artículo titulado: Exportación de hongos del distrito de Incahuasi a Chile, Polonia y Alemania afirmó que en el marco de un proyecto por valor de S / 3 millones, al menos 140 toneladas de los productos mencionados se distribuirán en 2019, de las cuales 100 toneladas son productos deshidratados y 40 toneladas en forma de salmuera, que se venden por \$ 140,000. Esto realizó en un proyecto de mejora de la capacidad, que valió 3 millones y 12 millones de soles, beneficiando a 2,000 residentes.

La emperatriz Leonor Torres Bances, garante del proyecto, dijo que Perú no come hongos, por lo que el 90% de la industria manufacturera del país se exporta mientras que solo el 10% se queda en el país. Como resultado, el ingreso promedio mensual en el Perú es de 600 soles y el coste de producción por kg es 13,80 soles frente a 15,16 soles que es el precio al que se vende. Además de los más de tres millones de soles que costó el proyecto, el Fondo Empleo aportó un millón 600 mil soles. A su vez, el presupuesto del municipio es de S/ 320 millones, y la población es de 1 millón 200 millones de soles.

La entidad BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorias SAC produce y comercializa panetones de harina de hongos comestibles a diferentes centros comerciales tanto nacionales como internacionales, debido a que la tendencia de consumidores ha variado en gran manera, desde comprar productos por comprar/ a comprar productos saludable/ con valor nutricional, en una medida de diversificación y de aumentar sus ventas debido al acrecentamiento del consumo de productos naturales con propiedades beneficiosas para la salud y teniendo en cuenta el alto índice de obesidad que existe en Estados Unidos se propuso a través de este proyecto la venta de harina de hongos comestibles como producto sustituto

a las harinas convencional, la empresa tiene una capacidad de producción de 10 a 25 toneladas de hongos deshidratados.

1.2 Antecedentes de Investigación

Internacional

Eugenia Toledo (2019), Colombia, en su investigación titulada “Montaje de una empresa procesadora y comercializadora de harina de ñame diamante (*dioscorea alata*), de la Universidad de Antioquia”; tuvo como objetivo general realizar un estudio de prefactibilidad para el montaje de una empresa dedicada al procesamiento y venta de la harina de Ñame. El tamaño de la muestra es en base un área de 120 m², donde 80 m² se refiere a la zona de producción y almacén. Los 40 m² como diferencia al área administrativa con necesidad. Concluyendo que el mercado de la harina de ñame aún se encuentra poco industrializado y baja partición. Su principal competidor son los sustitutos de la harina, pero entre los principales competidores se encuentran la harina de trigo y la harina de hongos comestibles como los conocen los consumidores. La rentabilidad del proyecto y del inversionista resultan atractivas a partir de la valoración de la tríada financiera: VAN, TIR y relación costo-beneficio. Cabe aclarar que el PRI de la inversión se da en el año 6. Teniendo en cuenta este trabajo de investigación se consideran procesos y normas para minimizar los riesgos, el cual se enfoca en factores de mercado, abastecimiento y calidad, además realizaremos un buen estudio de mercado.

Samaniego Bocca (2017), (p. 105), Ecuador, en su investigación titulada “Diseño de un plan de exportación de conservación de grosella verde a Lima - Perú, de la Universidad Liaca Vicente Rocafuerte de Guayaquil”, tuvo como objetivo general desarrollar un plan de exportación verde grosellas al Perú a través de un análisis del estado actual del medio ambiente para mejorar la calidad de vida de la población rural. Dado que se utilizan técnicas tanto cuantitativas como cualitativas para producir resultados descriptivos confiables, la metodología fue mixta. En consecuencia, podemos decir que es realista y sostenible llevar a cabo una estrategia en temas de exportación a fin de fomentar la diversificación de las exportaciones de productos de valor agregado y, al mismo tiempo, ayudar al crecimiento del sector agrícola.

Villalobos Pucuna (2017), (pág. 93), Ecuador, en su investigación titulada “Estudio de factibilidad para la exportación y comercialización de higos dulces con stevia para la

ciudad de Berlín – Alemania”, concluyendo que, en materia de comercio exterior, las negociaciones de acuerdo a los requerimientos y necesidades de los clientes para el que se utiliza uno de los Incoterms, teniendo en cuenta que el transporte es aéreo ya que el producto es perecedero. Al observar este trabajo de investigación, se tiene en cuenta el consumo del mercado francés, así como el medio de transporte a analizar en el plan de negocios, lo cual es beneficioso, ya que es un medio de transporte Transporte rápido y eficiente debido a la vida útil de los higos en conserva.

Solano (2017) propuso un plan de negocio con la finalidad de exportar chompas hechas a base de lana de alpaca hacia el mercado suizo aprovechando que, en este mercado, Bolivia se beneficia del 100% de descuento en las tasas aduaneras, es por ello que el país boliviano ha visto un crecimiento en las exportaciones al exterior en los últimos años, especialmente en las exportaciones de este rubro. El fin de la investigadora fue dar a conocer en el exterior de cara a su posicionamiento empresarial, cuya misión es vestir a los niños y niñas con chompas de calidad que los protejan del frío. Se logró conocer la viabilidad del plan de negocios argumentado al realizar un análisis financiero, cuyos indicadores en el VAN y TIR estuvo en positivo.

Nacional

Avellaneda y Cubas (2018), en su investigación titulada “Formulación de panettone con sustitución parcial de harina de algarrobo por harina de trigo”, se tuvo como objetivo general seleccionar la formulación adecuada de un panettone en el que se sustituya parcialmente la harina de algarroba por harina de trigo. De tipo aplicada y diseño experimental. Como sustituto se utilizó harina de algarroba en 10%, 15% y 20% con harina de trigo en la elaboración de panettone, y se realizaron pruebas sensoriales y análisis físico-químicos. Concluyendo que la formulación 90% con 10% muestra preferencia por los atributos de textura, color y sabor entre el público. Se mostró sustitución parcial de la harina de trigo por harinas sustitutas no afecta significativamente las propiedades del panettone; Manteniendo las propiedades reológicas, proceso de fabricación, aceptación sensorial, vida útil y mejorando las propiedades composicionales del producto.

Caravedo (2017), (pág. 135), Lima, en su investigación titulada “Exportación de Harina de Quinua a California, Estados Unidos”, tuvo como objetivo general realizar una investigación para determinar la posibilidad de ingreso al mercado estadounidense a través de la exportación de harina de Quinua denominada “Kculli”. Para el 2019 el mercado potencial se proyecta en 4,560,949 Kg para lo que se evaluaría llegar a un mercado objetivo de 22,805 K. Fue descriptiva, con un diseño no experimental. Concluyendo que el negocio fue económicamente rentable, por su valor nutricional utilizada hoy en día para complementar las harinas convencionales o reemplazando su consumo. Siendo mayor su valor internacionalmente. Se determinó la factibilidad de exportaciones de harina de Quinua a California.

Pillaca (2017), (pág. 31), en su investigación titulada “Exportación de Harina de pescado al mercado chino en el periodo del 2014-2017”, tuvo como objetivo general evaluar la evolución que se presentó entre los años 2014 y 2017 con respecto a las exportaciones hacia el mercado chino de harina de pescado. Fue cuantitativa con un diseño de estudio no experimental, de nivel longitudinal, concluyendo que se halló las exportaciones de harina de pescado a China, no poseen una evolución sostenible debido a las grandes variaciones cíclicas reflejadas en el estudio realizado, debido a diferentes factores climatológicos.

Rojas (2017), (pág. 184), Lima, en su investigación titulada “Exportación de harina de maracuyá hacia el mercado de Valparaíso”, tuvo como objetivo general comprobar la viabilidad económica para la comercialización y exportación de harina de maracuyá al mercado chileno, capacitando a nuestros trabajadores para la elaboración de un producto inocuo y así poder obtener participación en el mercado internacional con un porcentaje de 1.64% para finales del 2018, se exportará 27,648 kg que equivale a 55,296 unidades al año a un precio de \$2.28. Concluyendo que Chile es un mercado atractivo siendo el mejor destino para nuestra harina de maracuyá por ser una economía estable y por la tendencia de comer saludable, es conveniente el uso de un importador/distribuidor con conocimiento del mercado según el estudio financiero la empresa tendrá ingresos mayores a \$ 126,191.

García (2017), (pág. 73), Chachapoyas, en su investigación titulada “Plan de negocio para la producción y comercialización de harina de tara (*caesalpinia spinosa*) del distrito de Tingo, provincia de Luya, región Amazonas”, tuvo como objetivo general estudiar las diferentes fases del plan de negocio para determinar la factibilidad económica - financiera para la implementación en la asociación Aspreco nuevo Tingo, determinando la demanda

potencial insatisfecha de la harina de Tara. El diseño es recopilación de información secundaria, con una población de de 375,925 habitantes concluyendo con lo siguiente: Hay una demanda por satisfacer en los siguientes 5 años para la harina de Tara, el presente plan de negocio es rentable para la asociación ASPRECO NUEVO TINGO, con una inversión total de S/. 187,136. Sustentado por los indicadores de rentabilidad: VAN de S/. 202,557. TIR de 127,65 % con un COK de 10%. (p. 73)

Cahuas (2017), (pág. 122), en su investigación titulada “Estrategias comerciales y exportación de harina de lúcuma deshidratada al mercado español, Huaral 2017”, tuvo como objetivo general determinar si las tácticas comerciales de la harina lúcuma deshidratada influyen en el nivel de exportación en el mercado español. La investigación fue explorativa, descriptiva y explicativa con un diseño no experimental, considerando el diseño transaccional descriptivo, con una población de 198 productores de lúcuma de la zona del valle de Huaral y muestra significativa de 60 productores, concluyendo que las condiciones son las óptimas para la reconversión agrícola en esta zona teniendo como principales beneficiados a los productores y comercializadores, como también una mayor y mejor oferta exportable de lúcuma en harina la cual determinará elocuentemente en la exportación del mercado español es afirmada y sostenida en resultados detallados obtenidos.

Cadena y Muñoz (2017), en su investigación titulada “Plan de negocio para la exportación de salsa de mango al mercado de estados unidos de la empresa sami Export S.A.C, Lambayeque 2017”, tuvo como objetivo determinar cómo su plan de negocios accede a la realización de la exportación de su creación, la salsa de mango, siendo todo esto exportado al mercado más exhaustivo del país de los Estados Unidos, precisando los autores cuando dicha exportación a la empresa Sami Export. S.A.C. Concluyendo que EUA, tiene un mercado con mejor acceso para el producto exportado que en este caso es la salsa de mango, este mejor acceso se debe a que hay mayores tendencias entre los consumidores del país extranjero ya que hay una mayor capacidad para que los consumidores puedan adquirirlos en el campo como es un país donde se consume este tipo de salsas porque es como recrear la comida hecha en casa. También concluyen que existe la producción suficiente del producto para poder exportarlo al mercado exterior, con una cifra de 18.000 litros de la famosa salsa de mango, esta cantidad facilita la exportación de la cantidad declarada para atender la demanda internacional la demanda del mercado y la población de consumidores para compensar. Del mismo modo este producto de exportación, como la salsa

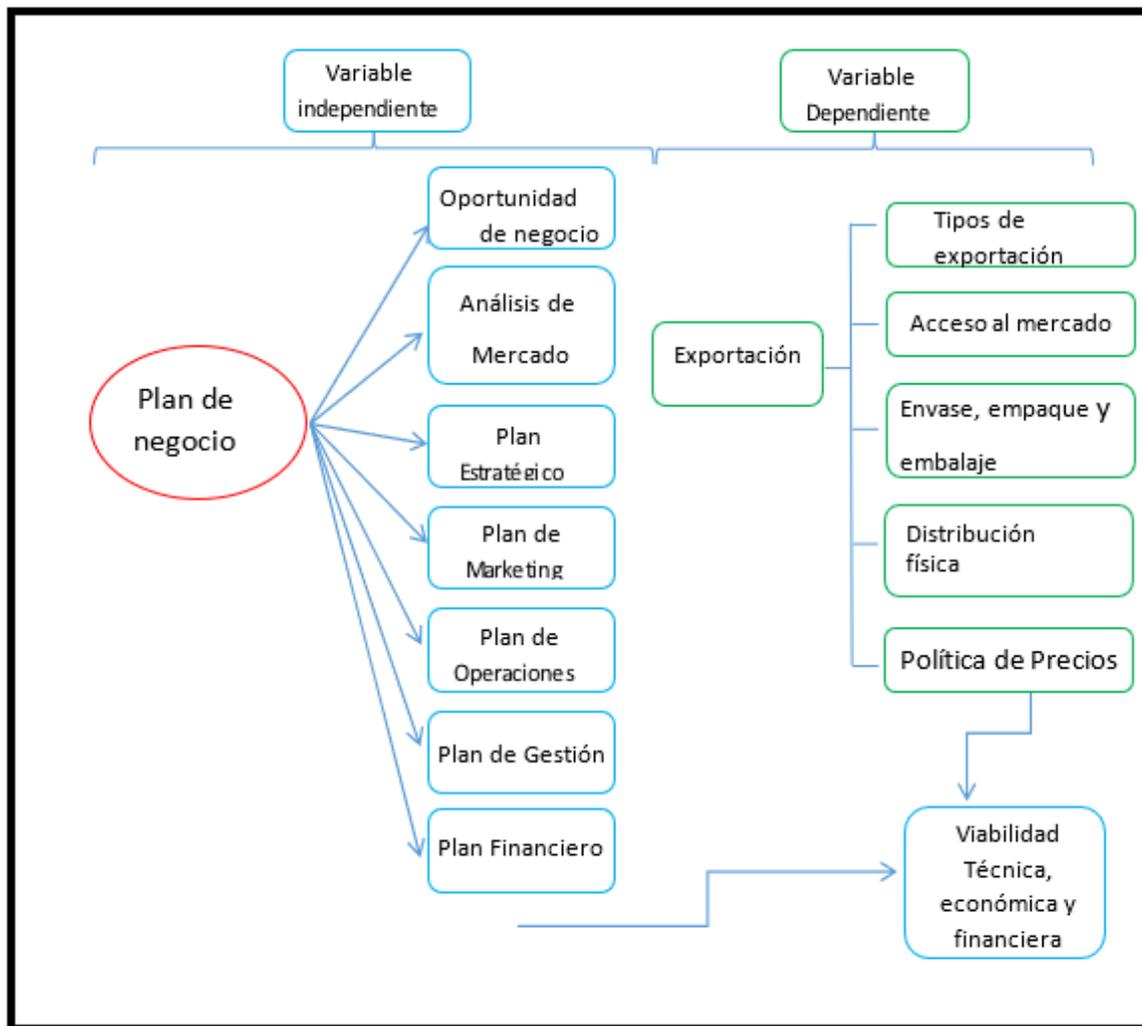
de mango, está al alcance de la economía de la población que lo necesita, y que es económicamente factible en términos de vías financieras rentando Valor Actual Neto Económico (VANE) del creciente número de S /. 195,337.91 soles, cual determina que su proyecto es totalmente aceptado.

Regional

Becerra (2017), (pág. 145), Pimentel, en su investigación titulada “Plan de negocios para la exportación de quinua de la empresa corporación agrícola la hacienda S.A.C hacia el mercado de Estados Unidos, periodo 2018-2021”, tuvo como objetivo principal determinar que el plan de negocios para la exportación de quinua de la empresa Compañía Agrícola la Hacienda SAC con destino Estados Unidos es factible siendo la investigación prospectiva debido a que se realizó estudios a un determinado tiempo. La investigación es correlativa en ocasiones relacionadas a grupos múltiples y primero describe las variables del estudio, la muestra lo conforman las 27 empresas importadoras de quinua, están ubicadas en Estados Unidos, de las cuales se seleccionaron 10 empresas. Concluyendo que la propuesta de plan de negocios para exportación de quinua de la empresa Corporación Agrícola la Hacienda S.A.C. hacia el mercado estadounidense, con aplicación de buena estrategia de marketing y el estudio de mercado mostrando factibilidad.

Durand Seclen & Ortiz Mendoza (2017), Ferreñafe, en su investigación titulada “Propuesta de plan de negocios para la producción y comercialización de hongo deshidratado *suillus luteus* l. en el distrito alto andino de Incahuasi provincia de Ferreñafe región Lambayeque”, tuvo como objetivo general analizar la producción del hongo *Suillus luteus* l. para la comercialización y exportación de este producto por parte de los productores del Distrito Incahuasi – Lambayeque. Utilizando herramientas como la observación, grupo focal, encuestas entre los 26 socios que conformaron la población alrededor de 700 personas, diseño descriptivo, de diseño de investigación no experimental - transversal, cualitativa y cuantitativa. Concluyendo que los hongos deshidratados son excelentes sustitutos de las plantas origen, ya que superan con creces al arroz, huevos, verduras, etc., por su bajo precio y alto en proteínas, vitaminas, aminoácidos y ácidos grasos omega como son otros alimentos comunes.

1.3. Marco Teórico



Fuente: Weinberger, 2009

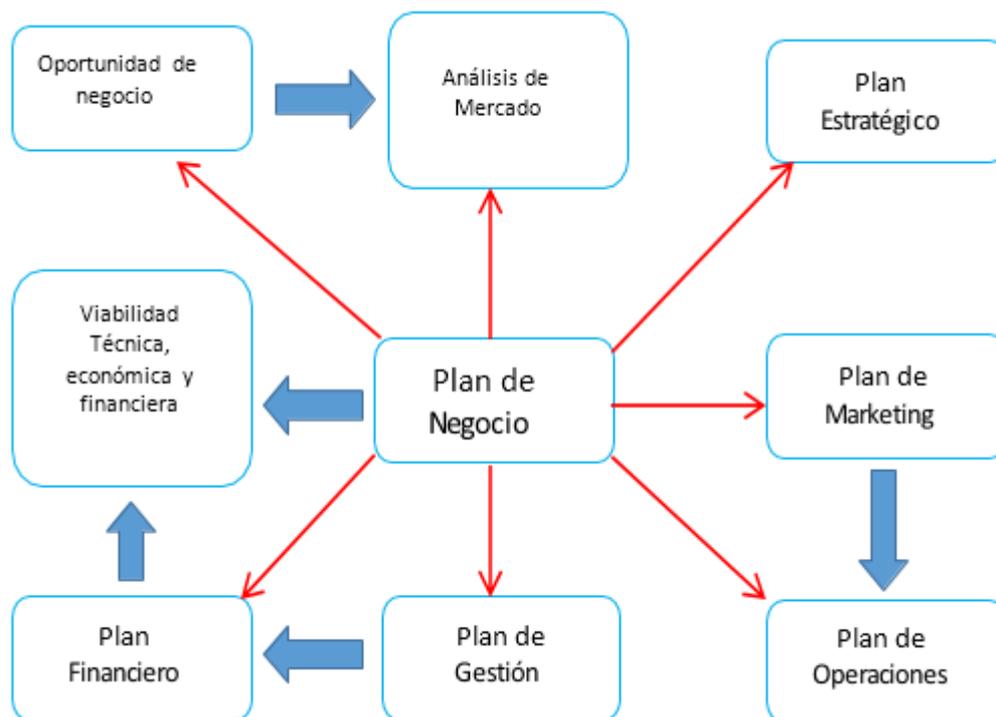
Figura 1. Estructura de un Plan de Negocio para Exportación

1.3.1. Plan de negocios

1.3.1.1. Concepto

De acuerdo con Weinberger (2009) define al plan de negocio como la consecuencia de un proceso de planificación que se utiliza para dirigir un negocio, ya que incluye todo, desde las metas a alcanzar hasta las actividades a realizar. También se dice que fusiona estructura, figura, forma e imagen y contenido. El proyecto como propuesta de inversión, factibilidad de la idea, investigación financiera, análisis y oportunidades de mercado.

Además, señala que este es un documento redactado claramente, concisa y precisa y es el fin de un proceso de planificación. Este libro te enseña desde las metas que quieres alcanzar hasta las actividades diarias que se utilizan para alcanzarlas.



Fuente: Weinberger,2009, p. 46

Figura 2. Estructura de un Plan de Negocios

1.3.1.2.Estructura

Según Weinberger (2009), señala que un plan de negocios se estructura de la siguiente manera:

- A. Oportunidad de Negocio:** es el acto de transformar y establecer nuevas opciones brindando a los clientes nuevas elecciones, inicia desde la evaluación de necesidades, como productos o servicios. (p. 40-41).
- B. Análisis de Mercado:** se necesita examinar el plan y analizar si existe la demanda para que se ofrezca el servicio o producto que le acceda al empleador obtener una renta por su trabajo. La mejor manera de conocer y evaluar en qué medida la nueva oferta tiene un valor notable para la compañía es realizar una encuesta de mercado a través de una encuesta de mercado local eh internacional. (p. 41-43).
- C. Plan Estratégico de la Empresa:** para poder comenzar con el plan estratégico de la empresa es necesario examinar la disposición de ciertos recursos útiles para implementar las nuevas ideas de negocios, rastreando cuáles son los objetivos que se deben alcanzar y cómo se pretende lograr, es decir, cuál serían las estrategias más

importantes para lograr disminuir dificultades y poder lograr el éxito. Las estrategias que todas las empresas deberían tener son: Estrategia de costos, enfoque y diferenciación. (p.43).

1.3.1.3. Estrategias Empresariales.

Kluwer, (s.f) definió la opción estratégica con la que la empresa quiere aumentar su tamaño o extensión. Esto conduce a mejorar la posición competitiva o al fortalecimiento de la posición lograda por la empresa.

Además, Porter (2015) señala que son 3 las estrategias genéricas, las cuales son:

- A. Liderazgo en costos:** la primera táctica es ganar un liderazgo en costos globales a través de un englobe de pautas utilizables dirigidas al objetivo fundamental. Para ser líderes en costos se requiere el esquema agresivo de instalaciones eficientes, la búsqueda cuidadosa de ahorros de costos por experiencia y un control eficaz de costos fijos y variables.
- B. Diferenciación:** la estrategia de diferenciación de productos y servicios que se ofrece, estableciendo que se perciba como único en toda la industria. Las formas para lograrlo son diversas: la imagen o el diseño de la marca. Tecnología, componentes estéreo, diferencias, redes de comercio y asistencia al cliente.
- C. Segmentación de mercado:** se busca satisfacer las necesidades de un determinado nicho de mercado poco explorado o en lugares que la competencia no tiene presencia o menor densidad. (pág.1)

1.3.1.4. Plan de Marketing.

El plan tiene que iniciar con la definición de la porción del público o mercado al cual se pretende alcanzar y saber el lugar que la empresa quiere conseguir, es decir, como quiere que sea vista la empresa en el mercado.

Según McCarthy (2012) en Marketing Mix, define al marketing como la técnica de proporcionar lo que el mercado desea, para hacerlo, debe hacer una investigación de mercado y comprender: qué se vende, qué tipo de audiencia se preocupa por un determinado producto, saber cuáles son las técnicas convenientes de comunicación y marketing para comercializar el producto y determinar un valor monetario.

1.3.1.4.1. Producto

McCarthy (2012) define al producto como algo visible o intangible, "cosa o servicio" que se vende. Además, tiene algunas variables como: calidad, empaque, marca, servicio, diseño, garantía, características.

Weinberger (2009), "Ente que conserva un conjunto de atributos tangibles e intangibles que equilibran las necesidades de un segmento de consumidores"(p.144).

1.3.1.4.2. Precio

McCarthy (2012), señala que es la cantidad o el capital que los clientes tenían que pagar por un producto o servicio en particular, y era la forma en que la compañía ganaba dinero, porque todo lo demás que hicieron fue el costo incurrido. Las variables incluyen: rebajas, condiciones de pago, crédito, precios.

Weinberger (2009) define al precio como valor que se destina a un servicio o producto, valor que está dispuesto a pagar por un determinado producto (p. 144).

1.3.1.4.3. Plaza

McCarthy (2012) menciona a las operaciones comerciales que incluyen llevar un producto al mercado. Esta es una actividad mixta que asegura que un producto llegue al cliente y reconoce un área geográfica como una ubicación para la venta de un bien o servicio.

Según Weinberger (2009), "la estrategia del lugar, nos informa de cómo y de qué manera se llegará al cliente" (p.72).

1.3.1.4.4. Promoción

McCarthy (2012) afirmó Este es el cimiento de la combinación de marketing e incluye actividades para recordar al mercado la existencia de un producto en particular, cuyo objetivo es intervenir en el instinto de los consumidores de forma efectiva. Hay muchas formas de promover servicios y / o productos: comercializaciones personales, publicidad, relaciones públicas.

Dar información a los consumidores sobre las ventajas de un bien o servicio en un mercado particular es lo que Weinberger (2009) definió como promoción (p.52).

Estructura de un Plan de Marketing

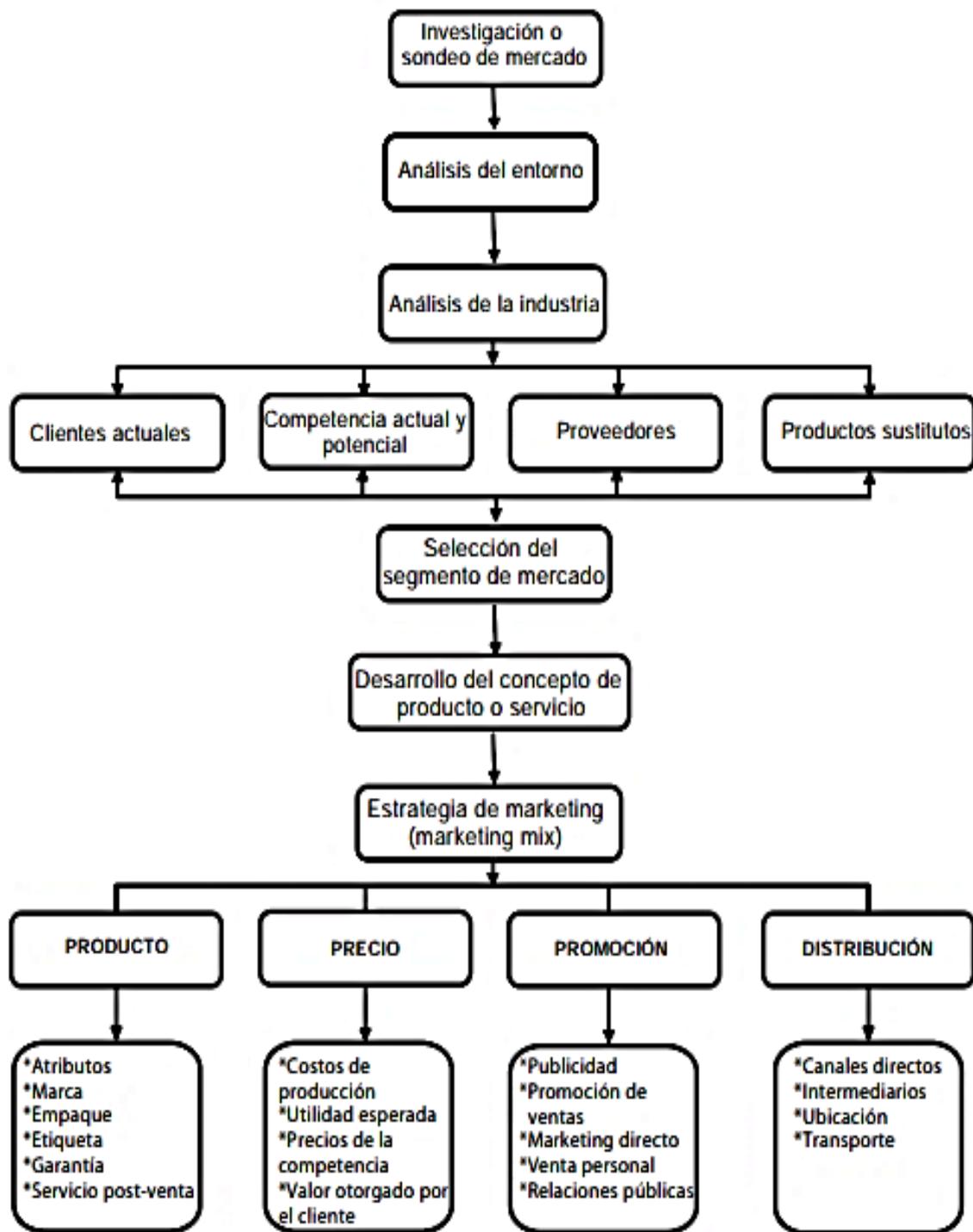


Figura 3. Plan de Marketing de una empresa

Fuente: Weinberger, 2009, p.70

1.3.1.5. Plan de Operaciones.

Al respecto, Weinberger (2009), señala que el plan de operaciones tiene como fin fijar objetivos de producción relacionados con la comercialización, los medios de producción, y también determina las metas de producción en relación con la comercialización, los medios de producción según las particularidades del bien o servicio, los estándares de producción fabricados. Para convertir las compras de los consumidores en bienes o servicios terminados, la producción debe ser efectiva, satisfacer las necesidades del cliente, ser rentable e incluir el presupuesto de inversión previsto. Establecer metas de producción, procesos de producción, estándares de producción y presupuestos de inversión son los objetivos del plan. El plan de operaciones está encargado de determinar el desarrollo del producto o servicio, estimar la producción, estimar los costos, los estándares de calidad, los estándares y procesos de producción, la ubicación, la disposición de las instalaciones y procesos, los requisitos de equipos, maquinaria (p. 75-77).

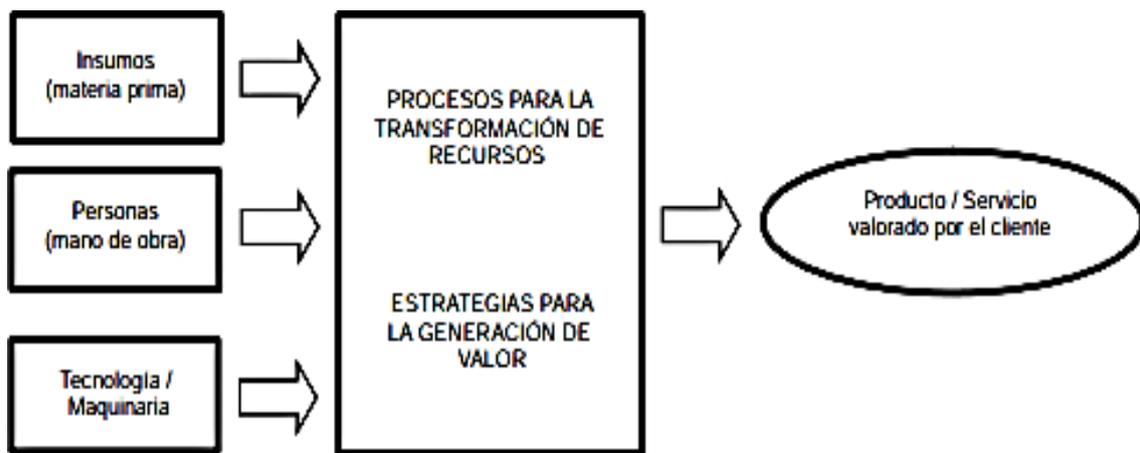


Figura 4. Plan de Operaciones

Fuente: Weinberger, 2009, p.77

1.3.1.6. Plan de Gestión.

Es necesario crear, como requisito básico, manuales con instrucciones administrativas y funciones destinadas a la inspección de la empresa y sus empleados, que contengan estos perfiles, descripciones y tareas de cada cargo, área, servicio y responsabilidades asociadas. Por lo tanto, esto conduce a un organigrama estructural y funcional.

Un plan de gestión debe tener en cuenta las principales funciones requeridas en la empresa, que los trabajadores cumplan con el perfil especificado en el puesto, el organigrama

de funciones dentro de la empresa, las políticas y estrategias de gestión. (Weinberger, 2009, p.86).



Figura 5. Empresario/ Gerente

Fuente: Weinberger, 2009. p.86

1.3.1.7.Plan Financiero.

Indica las elecciones realizadas por la empresa a lo largo de su operación, siendo esencial esto, ya permite constituir los capitales económicos obligatorios para la ejecución del plan de negocios; determinación de los costos comerciales totales (de fabricación, venta y administración); fijar el valor de la inversión principal; identificar las necesidades y fuentes de financiación, planificación de estados financieros que orienten las actividades de la empresa y evalúen la viabilidad económica y financiera del plan de negocios.

Weinberger (2009), define al plan financiero como la evaluación de los recursos económicos que se necesitan, determinando los costos totales de la empresa, cuantificando el monto de la inversión principal, las necesidades y las fuentes de financiamiento, evaluando la viabilidad financiera y proyectando los estados financieros (p.93).

1.3.1.7.1. Evaluación Económica Financiera.

Según Weinberger (2009) señala al VAN como el valor presente de los flujos de efectivo de un plan y se determina restando los ingresos netos del proyecto utilizando la tasa de descuento, que representa los costos de oportunidad de recursos económicos que requiere el plan de negocios (p.128).

La T. Interna de Retorno, también conocida como Rentabilidad implícita del plan, indica que el VAN del plan será igual a cero (p.128). Además, dijo que el B /C decide qué beneficios se acumularían por cada unidad de dinero invertida en el proyecto (Weinberger, 2009, p. 130).

1.3.1.7.2. Viabilidad Técnica.

La viabilidad indica que un negocio está listo para ponerse en funcionamiento y mantenerse, declarando que ha sido cuidadosamente planificado, contemplando las dificultades involucradas para conservar en funcionamiento.

Cumpliendo con el trabajo correcto del producto o servicio (n. de pruebas), que se efectuó o se efectuará para conseguir permanecer junto a los consumidores (es posible propagar o disminuir la producción).

1.3.1.7.3. Viabilidad Económica.

Precisó, Para que un plan sea financieramente posible, el gasto que se está haciendo se justifique por el dividendo que se debe generar. Para hacer esto: Costos: la organización de los costos debe mostrarse mirando los costes variables y fijos. Ventas: en este apartado, el costo del producto o servicio es esencial, en cual se establece el volumen de comercialización, las proyecciones de ventas (dinero y unidades) también deben mostrarse en el curso de al menos 1 año, lo que justifica cómo se han calculado.

1.3.1.7.4. Viabilidad Financiera.

Afirmó, que todos los aspectos del plan de negocios deben sintetizarse numéricamente. Se debe establecer y ordenar cronológicamente un cuadro donde se detallan ingresos y gastos de capitales que se estima que ocasione el proyecto. La extensión de la proyección es el tiempo en el cual el proyecto entrará en vigor y por ello se crea el flujo de fondos, muestra su apertura y cierre.

1.3.1.8. Investigación de Mercado.

Muñiz (2018), señala que el reconocimiento de mercado es un mecanismo que permite a la organización saber dicho mercado en el que proporcionará sus productos y servicios y que también puede indicar cómo se realiza metódicamente la recolección y estudio de información relacionada con el cosmos de la empresa y el mercado o explícitamente y, por lo tanto, puede tomar decisiones en el marco del marketing estratégico y operativo.

1.3.1.8.1. Mercado.

Es la totalidad de todos los clientes actuales o potenciales para un artículo o servicio específico. Estos compradores tienen ciertas necesidades o deseos que pueden ser satisfechos a través de relaciones comerciales (Kloter & Armstrong, 2012, p. 7).

1.3.1.8.2. Mercado Objetivo.

Root (2018), describió el mercado objetivo como un determinado grupo de personas que eligen convertirse en parte de su clientela. Este proyecto se basa en estudios demográficos y de mercado realizados con varios grupos de muestra, y hace uso de una serie de componentes diferentes para establecer un objetivo de mercado y comprender cómo se está desarrollando este mercado.

1.3.2. Exportación

1.3.2.1. Concepto

Las exportaciones, según SUNAT (2015), son el mecanismo legal que permite que los bienes nacionales o nacionalizados salgan del mercado interno para ser utilizados o consumidos en otro lugar. Por lo tanto, la entrega de mercancías debe hacerse a un cliente internacional.

1.3.2.2. Tipos

Según el Diario el Exportador (2014) afirmó que, en el marco del comercio internacional y la baja perspectiva al comenzar algún proyecto exportador, es importante conocer cómo es posible exportar bienes de un mercado hacia el otro, lo que indica que los principales tipos de exportaciones son los siguientes:

- A. Exportación directa:** el exportador es quien tomará las riendas de todo el procedimiento de exportación, la venta; a partir de identificar el mercado hasta la recolección de lo transferido. Además, este tipo de acción es de comercialización internacional.
- B. Exportación indirecta:** Es la comercialización que hace una compañía dentro de su territorio. Posteriormente, este tercero comercializa dichos productos a un mercado internacional y asumiendo el compromiso de organizar las documentaciones y permisos correspondientes.

1.3.2.3. Acceso al mercado.

Vergara (2012) planteó que es un conjunto de circunstancias favorables que permiten que proveedores o exportadores extranjeros de bienes ingresen al mercado de un país que es parte de un acuerdo comercial. Por otra parte, conocer el grado de apertura que tiene una nación o país hacia los bienes y servicios de otras naciones es necesario para el acceso a los mercados.

1.3.2.4. Documentos del Comercio Internacional.

Se muestran varios de ellos, con un propósito y uso específico en un determinado proceso comercial o logístico. A su vez, cambian según el bien o servicio que se preste y el país al que se envíe. Los siguientes documentos son los que se utilizan con mayor frecuencia (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior Siicex, 2016):

Factura Proforma.

Relación clara entre el que compra y el vende, se utiliza este documento. Debe incluir información sobre cómo se venden los productos, así como las condiciones de pago y otros detalles. Además, se considera un signo falso, ya que está sujeto a modificación y carece de cualquier medio comercialmente viable de reproducción o revisión una vez aceptado por el importador.

Factura Comercial.

El exportador prepara el documento inicial para cualquier adquisición comercial, detallando los componentes clave de un acuerdo comercial una vez que la proforma de la factura ha sido aceptada y ya no está sujeta a revisión.

Lista de Empaque o Packing List.

Llamada también “Lista de Contenido” es relacionado con la factura comercial, existe una lista de empaque para cada trámite o factura y por cada envío se especifican las características de la carga (cantidad de paquetes y contenido).

Instrucciones de Empaque.

El documento da inicio al proceso de exportación, el cual es emitido por el exportador y entregado a un despachante de aduana o empresa logística. Indica el producto a vender, condiciones de operación, condiciones generales de comercio internacional, puerto de destino, peso, empaque y otros detalles que permitan el desarrollo de DAM.

Guía de Remisión.

De acuerdo al Reglamento De Comprobantes De Pago acreditado por Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT, definió a la guía de remisión como el documento que respalda las transferencias de los bienes entre distintas partes y no debe haber borrados ni enmiendas. Se necesitan 2 tipos de guías de referencia para el levantamiento de carga, una de ellas es la del remitente (se especifica la identidad del intermediario, la unidad de transporte y el conductor, la producto que se debe mover, el día del traslado, la dirección de salida y llegada) y otro del transportista (se debe detallar la pesquisa de dicho transportista solicitado, fecha, lugar de salida y llegada, n. RUC, matrícula, número de licencia de conducir e identificación, se detalla el número de factura comercial de la carga movilizadora) (art. 17).

1.3.2.5. Transporte Internacional.

Rozas & Corredor (2016), llamado también como transporte principal responsable de pasar la frontera y transferir la carga, producto en el país asignado. En estructura principal de las operaciones de la DFI, dependiendo del Incoterms que se negocian para fijar la dirección de giro y la póliza al comprador. (p.97).

1.3.2.6. Documentos de transporte.

Documentos que emite la compañía de transporte la cual garantiza que la mercadería ha sido enviada o se enviará a un lugar específico y también del estado en el que se halla.

Una vez que la proforma de la factura ha sido aceptada y ya no está sujeta a revisión, el exportador prepara el documento inicial para cualquier adquisición comercial, incluyendo los elementos esenciales de un acuerdo.

Certificado de seguro.

Lo entrega la empresa especialista la cual puntualiza el tipo y condición del seguro.

Certificado de origen.

Confirma el origen del producto y el lugar de su fabricación, lo que permite a los importadores obtener de inmediato el pago de sus derechos de importación en los países que han firmado los acuerdos comerciales con el país de destino. El exportador lo prepara utilizando una plantilla determinada por las jurisdicciones del país de importación.

Certificado de Inspección.

Es requerido por algunos participantes con la voluntad de otorgar especificaciones de envío. Es importante llevar a cabo los documentos, ya que permiten que se cumpla las medidas de los países importadores y exportadores, procesan las dificultades inherentes al depósito internacional y evidencian los contratos (compra, venta, seguro, entre otros).

1.3.2.7.Partida Arancelaria.

La partida arancelaria especifica mercancías según el tipo de producto, por tanto, si al realizar una mala praxis de la clasificación esta tiene una penalización (SUNAT, 2017).

Según la clasificación de aranceles (SUNAT, 2017) la ubicación de la harina de hongo harina está en la posición 0712.31.00. 00, con la designación hongos estilo "Agaricus" que no están preparados, incluidos los que han sido cortados en pedazos o varillas, o que han sido triturados o pulverizados.

Barreras arancelarias.

Vázquez (sf) la definió como restricciones a la exportación e importación de bienes y servicios por parte de un país o región económica. Como aranceles, son conocidos los gravámenes.

Barreras no arancelarias.

Vázquez (sf) definió estas medidas como aquellas implementadas por las naciones para prohibir o impedir la importación de mercancías expresas sin la adición de aranceles con el único objetivo de beneficiar a los productores locales .

1.3.2.8.Ferias Internacionales.

Siicex (2014) afirmó que la feria internacional es un acto que se realiza como desarrollo del comercio, la cual facilita el paso y la compensación de un producto en un algún país, fortifica el aspecto de la corporación y sus productos internamente de un recorrido global, incluso admite concertar fundamentos como: Publicidad, Promoción, inmersión de mercado y

compromiso públicas creando los espacios adecuados generando oportunidades comerciales a los exportadores.

1.3.2.9. Envase.

Es responsable de salvaguardar y exhibir las mercancías para la venta al por menor y mayor, diseñada para tener el precio óptimo compatible con los requisitos del producto y cuidándolos del medio ambiente (Rodríguez, 2015).

1.3.2.10. Empaque.

Recinto o empaque, material de relleno , técnica de soldadura utilizada para unir dos productos o un recinto y su tapa (Rodríguez, 2005).

1.3.2.11. Embalaje.

El propósito es proteger los artículos frente a perjuicios de transporte, de forma unitaria o colectiva, mercancías o bienes para su comercialización física a lo extenso de los itinerarios logísticos: es decir, entretanto se maneja, carga, transporta, descarga, almacenaje, estiba y exhibición. un empaque efectivo favorecer a identificar los artículos, de forma que aparezca su información y características, así como los datos de envío (Rodríguez, 2005).

1.3.2.12. Distribución Física Internacional.

Castro (2008) lo definió en sistematizaciones propicias para trasladar la carga.

1.3.2.13. Canales de Distribución.

Velázquez (2012) indicó que se trata de un grupo de organizaciones independientes la cual participa en el proceso de proporcionar productos o servicios a consumidores finales o beneficiarios industriales o bien: una cadena de organizaciones interdependientes que proveen la transferencia de posesión con respecto a los productos a medida que pasan del fabricante al usuario comercial o al consumidor (p.14).

Fabricante consumidor

Velásquez (2012), “Canales directos, los fabricantes comercializan directamente a los clientes” (p.14).

Productos - minoristas o detallistas - consumidores

Velázquez (2012).“Es de nivel terciario y se comercializa a consumidor final” (p.14).

Productos- mayoristas- minoristas o detallistas- consumidores

Velázquez (2012) “Con dos niveles de intermediario, llamado tercer canal, y es administrado por fabricantes que no pueden entregar productos al consumidor final” (p.14).

1.4. Formulación del Problema

¿De qué manera un Plan de Negocio permitirá la Exportación de harina de hongos comestibles de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC al mercado de Estados Unidos?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Justificación Metodológica

Permitirá la exportación de harina de hongos comestibles al mercado de Estados Unidos; con el propósito de mostrar a las compañías recolectoras de hongos comestibles las bondades del desarrollo industrial y la manera de aprovechar los recursos nacionales.

Justificación Social

Con la exportación de harina de hongos comestibles internacionalmente, impulsa el desarrollo económico del distrito de Incahuasi como también de la comunidad peruana, ya que acrecentará su calidad de vida, aportando así al incremento económico. La libertad comercial logra ayudar a mejorar los recursos nacionales, ya que ofrece la opción de conseguir un mayor ingreso el cual permitirá al ciudadano cubrir sus necesidades.

Justificación Económica

La economía peruana ha dependido vigorosamente su progreso y crecimiento al comercio internacional. Durante el primer trimestre del 2019 las exportaciones en Perú aumentaron el volumen de productos no tradicionales a una tasa aproximada de 23.8% en enero 2019 conservando su tendencia creciente, siendo responsable de este aumento el sector agropecuario.

1.6. Hipótesis

El plan de negocio permitirá de manera efectiva la exportación de harina de hongos comestibles al mercado de Estados Unidos de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta de plan de negocios que permita exportar harina de hongos comestibles a Estados Unidos en la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC

1.7.2. Objetivos Específicos

- a) Diagnosticar la situación actual de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC
- b) Determinar la aceptación del producto mediante la demanda.
- c) Diseñar un Plan de Negocio que coadyuve a las exportaciones de harina de hongos comestibles hacia el mercado de Estados Unidos.
- d) Determinar la viabilidad económica y financiero del plan de negocio propuesto a la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC.

CAPITULO II:
MATERIALES Y METODOS

2. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de Investigación

Tipo

Mina (2009), “La investigación descriptiva se centra en la objetividad de los datos, y una de sus características fundamentales es la interpretación (lo que es)” (pág.7). Se usó el tipo descriptivo ya que tuvo como objetivo examinar y detallar la exportación de harina a base de hongos al mercado americano con el único objetivo de comprobar que la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorias SAC exporta harina a base de hongos a Estados Unidos, sustentando su operación con una estrategia de negocios.

Con enfoque cuantitativo ya que se asentó en datos numéricos para examinar la realidad descomponiendo en variables descriptivas.

Enfoque

Según Fernández & Baptista (2014), “un enfoque cuantitativo busca esclarecer los datos informativos y fortaleciendo las hipótesis en un marco teórico, centrándose pesquisas anteriores”.

La información del presente estudio se enfocó dentro de un marco cuantitativo.

2.1.2. Diseño de Investigación

Transversal no experimental de enfoque transversal. Según Fernández & Baptista (2014), “En una indagación no experimental los estudios que se ejecutan no manipulan intencionalmente las variables de investigación, solo observan datos originados dentro de un tiempo y lugar para ser estudiados” (p.152).

2.1 Métodos de investigación

Método inductivo

Cegarra (2012), “Consiste en abreviar en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados observados y experimentados para desarrollar hipótesis o teorías (pág. 83).” Se efectuaron entrevistas al gerente general de la empresa y expertos en la materia de los cuales se obtuvieron resultados. Dichos resultados se utilizaron para obtener

conclusiones generales con respecto a las tendencias de consumo del mercado objetivo y un arduo análisis económico de la compañía BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC.

Método deductivo

Según Cegarra (2012), esto “consiste en exponer hipótesis sobre las diferentes opciones de solución al problema y en hacer una comparación si éstos están de acuerdo con esas hipótesis” (p. 82). El procedimiento de este método implica encontrar soluciones amplias y lograr definiciones específicas como resultado. Se creía que las situaciones problemáticas descritas al inicio de la investigación definían la eficacia de la empresa. Estos resultados de la entrevista con el gerente de la empresa sirvieron como confirmación de esta uniformidad.

Método analítico

Proceso que implica dividir un objeto de estudio apartando cada una de las partes del todo para estudiarlas de manera individual. En el desarrollo de la presente se pudo analizar dimensiones de las variables plan de negocios y exportación las cuales se puntualizaron a través de indicadores. Dichos indicadores sirvieron para lograr resultados que sirvieron para precisar cada aspecto y proponer el ordenamiento de la estructura de un plan de negocio.

El esquema del diseño

X----- Y

Variable independiente X= Plan de negocio

Variable dependiente Y= exportación.

2.2 Población y muestra

2.2.2 Población

Se centró en 2 poblaciones, lo que ayudó a encontrar y resumir los datos necesarios para aprobar la tesis.

Población I

Todos los colaboradores de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC. Los cuales son 10 personas, criterio de inclusión: ya que el gerente cuenta con la información necesaria.

Población II

Especialistas en comercio internacional, de la ciudad de Chiclayo con conocimientos del mercado de Estados Unidos.

2.2.3 Muestra

Se uso un muestreo de tipo no probabilístico por conveniencia; los elementos muestrales se determinaron por las necesidades de la investigación. Dado que, el propósito fue encontrar los datos entre las dos muestras seleccionadas.

Muestra I

Gerente general de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC.

Muestra II

El estudio consideró también a 3 expertos en Comercio Exterior.

2.3 Variables, operacionalización

Variable Independiente: Plan de Negocios

Weinberger (2009), “El plan de negocios es la consecuencia de un proceso de planificación para llevar a cabo un negocio, ya que provienen desde los objetivos a alcanzar, actividades a desarrollar” (p.14).

Variable Dependiente: Exportación

Según (Sunat, 2015) definió que las exportaciones es el Régimen aduanero accede la escapatoria del área aduanero de las mercancías nacionales para consumo definitivo en el extranjero. La entrega debe cumplirse a un comprador residente en el exterior.

Operacionalización Variable Independiente

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Objetivo	Técnica e instrumento de recolección de datos
	Oportunidad de Negocio	Identificación del negocio	e.1) 1 e.2) 1	a	Entrevista- Guía de Entrevista
Plan de Negocios	Análisis del Mercado	Mercado Neta	e.1) 2 e.2) 2	a, b	Entrevista- Guía de entrevista
		Acuerdos Comerciales	e.1) 3 e.2) 3		Análisis Documental/ Análisis del contenido
	Plan Estratégico de la Empresa	Liderazgo en Costos	e.1) 4 e.2) 4	b	Entrevista- Guía de entrevista
		Diferenciación	e.1) 5 e.2) 5		
		Segmentación del	e.1) 6		

	Plan de Marketing	Producto	e.1) 7,8 e.2) 7.8	b	Entrevista- Guía de entrevista Análisis documental/Análisis del contenido
		Precio	e.1) 9 e.2) 9	b	
		Plaza	e.1) 10 e.2) 10	b	
		Promoción	e.1) 11 1.2) 11	b	
	Análisis Financiero	VAN		c	Análisis documental/ análisis del contenido
		TIR		c	

Operacionalización Variable Dependiente

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Objetivo	Técnica e instrumento de recolección de datos
Exportación	Acceso al mercado	Barreras Arancelarias	e.2) 12	a, b	Entrevista- Guía de Entrevista Análisis Documental/ Análisis del contenido
		Barreras no arancelarias		a, b	
		Certificaciones	e.2) 13	b	
		Ferias Internacionales	e.2) 14		
		Documentos de Comercio Internacional	e.2) 14		
	Envase, empaque y embalaje	Envase	e.2) 16	b	Entrevista- Guía de entrevista
		Empaque			
		Etiquetado			

	Internacional	Distribución	e.2) 17	b	entrevista
		Transporte Internacional			

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

Técnicas de recolección de datos

Análisis Documental

Se aplicó la revisión de webs, libros, incluso publicaciones periódicas y otras fuentes para su explicación y extracción de datos para el desarrollo del presente trabajo.

Entrevista

Se realizó dos (02) entrevistas, las cuales serán aplicadas para el gerente de la empresa se formuló un total de 11 preguntas de la cual se buscará registrar la realidad en la que la sociedad se encuentra para la entrada de las exportaciones, y la otra dirigida a tres (03) expertos en comercio exterior a quienes se les formulará un total de 18 preguntas para poder conocer más sobre el ingreso de la harina de hongos comestibles al exterior.

Instrumentos de recolección de datos

Análisis de contenido

Se utilizó para examinar al mercado de Estados Unidos y estudio de mercado para el ingreso de la harina de hongos comestibles con instrumentos de inteligencia comercial, páginas web y aplicaciones las cuales proporcionarán información actualizada sobre esta investigación.

Guía de Entrevista

Instrumento de investigación con la cual se realizó 01 entrevista de 11 preguntas dirigida al representante de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC y 18 preguntas dirigidas a 03 expertos en comercio internacional.

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Análisis Documental	Análisis del contenido
Entrevista	Guía de Entrevista

Validación y confiabilidad de instrumentos

Para Para poder validar el instrumento se aplicó la técnica del juicio de experto, la validación fue por contenido. Para la formalidad de la universidad, dicho proceso lo llevarán a cabo tres expertos.

2.5.Métodos de análisis de datos

Toda los datos se organizó con la ayuda de la herramienta Microsoft Excel, que facilita

la disposición de los datos y a la vez proporcionar resultados automáticamente. Dichos resultados fueron examinados a través de tablas donde los resultados se expondrán gráficamente y aquellos que tendrán su respectiva interpretación.

2.6. Aspectos éticos

Respeto a las personas

Esto nos ayuda a retener el conocimiento cultural y las costumbres.

Beneficencia

El proyecto se hace teniendo como único fin el beneficiar de la empresa. Este beneficio los ayudará a ingresar a nuevos mercados e internacionalizar sus productos exportables. La cual permitirá a la empresa mejorar la calidad de vida. Ambas partes serán beneficiados ya que el investigador mediante este proyecto lograra la licenciatura.

Justicia

Se consideró al observar la situación real de la empresa responsable de todo el proceso de producción del hongo comestible en polvo y, finalmente, venderlo internacionalmente tratando de abrir nuevos mercados. Otorgando una proposición que ofrece dar la recaudación a nuevos mercados extranjeros es una manera justa de valorar su trabajo.

2.7 Criterios de Rigor Científico

Se usado la investigación de (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas, & Rebolledo-Malpica, 2012), quienes plantean los siguientes a tomar en cuenta para el actual trabajo de investigación:

Fiabilidad: La confiabilidad hace referencia a la oportunidad de tomar un estudio repetido, es decir, un investigador usa la misma estrategia de conseguir datos que otro investigador y obtiene lograr resultados parecidos.

Validez: Análisis correcto, y se convierten el aspecto básico para el estudio. Este es un estándar que, al ser verificado por expertos en el campo, puede aportar un valor adicional a la seguridad del trabajo de investigación.

Relevancia: Evalúa el beneficio de los objetivos trazados y se observa si se logró un alto nivel de conocimiento, para ello se logró entrevistando a la muestra propuesta en el proyecto y para evaluar la noción relevante que tienen el gerente de la empresa. (p.256)

3. RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

En esta sección se muestran los resultados del estudio respondiendo a los objetivos planteados en el estudio. Para tal finalidad, la investigación consideró la entrevista como instrumento de recolección de datos con preguntas abiertas, así como guías de análisis de documentos los mismo que recogieron opiniones de los elementos de la muestra estudio, así como recojo de información respecto a los estados financieros de la empresa. Los resultados se presentan a continuación:

*Objetivos en investigación 1. Diagnosticar la situación actual de la empresa BLS
Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC.*

Aplicación de la guía de entrevista al gerente de la Empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC

Tabla 1. Entrevista al gerente de la Empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC

PREGUNTA	RESPUESTA
¿De qué manera se diferencia la harina de hongos comestibles con respecto a la harina de productos similares?	El gerente de la empresa indicó que la manera en que se diferencia la harina de hongos comestibles con la harina de otros productos es por su valor nutricional y sus beneficios para la salud.
¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿por qué?	El gerente de la empresa afirmó que sí, porque es un producto nuevo y saludable que contribuye con la nutrición y bienestar.

¿Cree usted que EE.UU es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?	El gerente de la empresa indicó: Sí, porque son el primer país con mayor indicio de obesidad y la harina de hongos comestibles ayuda a controlar el peso, hipertensión muscular, etc.
¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿por qué?	El gerente de la empresa afirmó que sí tendría acogida porque la tendencia del consumidor actualmente es comer sano, buscan productos nuevos que satisfagan sus necesidades y la harina de hongos comestibles puede suplementar a la harina convencional.
¿Cuáles son las características que considera usted que buscan los compradores extranjeros en un producto alimenticio sano y natural?	El gerente de la empresa afirmó que buscan productos de calidad con valor agregado y que cumplan con ciertos estándares de calidad y con certificaciones como respeto al medio ambiente, comercio justo, etc.
¿Cree usted que el precio de su producto será competitivo en el mercado estadounidense?	El gerente general de la empresa afirmó que sí, ya que tenemos en cuenta el precio de la competencia de productos similares.
¿Qué estrategia realizaría para incrementar la venta de harina de hongos comestibles?	El gerente de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC afirmó que participar en ferias internacionales de productos Superfoods.
¿De qué manera favorece a su empresa el tlc que tenemos con estados unidos?	El gerente de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC afirmó que les favorece de una manera muy positiva puesto que el TLC busca consolidar mercados para los productos peruanos con el fin de desarrollar una oferta exportable competitiva, que a su vez genere más y mejores empleos.
¿Los canales de distribución logístico están bien	El gerente de la empresa afirmó que los canales de distribución están bien diseñados puesto que actualmente hay diferentes

diseñados para el mercado de destino? formas de hacer llegar nuestros productos al mercado de destino tanto vía marítima como aérea.

Análisis de resultado: Según la opinión del gerente general de la empresa. Se determinó que la situación actual de la empresa es óptima para exportación de harina de hongos comestibles al mercado de EUA ya que el gerente general cuenta con conocimientos de exportación la cual le facilitará la salida de su producto al mercado exterior.

Objetivos en investigación II Determinar la aceptación del producto mediante la demanda.

Según (Trademap, 2018) el Perú en el 2015 exportó a Estados Unidos un total de 712 mil dólares americanos, en el 2016 un total de 648 mil dólares americanos, en el 2017 un total de 319 mil dólares americanos, en el 2018 un total de 326 mil dólares americanos. Los precios variaron en el 2017, en diciembre el valor por kg era de 5.40 dólares americanos, en diciembre del 2018 el kg estaba 6.46 dólares americanos y en el 2019 se espera un incremento en las exportaciones, teniendo en cuenta que el Perú exporto en el 2018 al mundo un total de 9,577 millones dólares americanos.

Análisis de resultado: Se determinó que exportación de harina de hongos comestibles en cuanto a volumen ha ido decreciendo, pero a su vez el precio de dicho producto ha ido subiendo con el pasar del tiempo, en diciembre del 2017 el precio por kg fue de 5.40 dólares americanos y en diciembre del 2018 su precio fue de 6.46 dólares americanos por kg.

Objetivo de investigación 3. Diseñar un Plan de Negocio que coadyuve a las exportaciones de harina de hongos comestibles hacia el mercado de Estados Unidos.

Tabla 2. Entrevista a los expertos

PREGUNTA	RESPUESTA
-----------------	------------------

<p>¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?</p>	<p>Según la opinión de los expertos consideraron que es un producto nuevo, un Superfoods, sería una buena oportunidad de negocio ya que es un producto innovador, podría sustituir o ser una nueva opción de consumo con respecto a las harinas convencionales, no solo entrar al mercado de Estados Unidos sino a toda Europa, exportar harina de hongos comestibles es un negocio rentable y redondo.</p>
<p>¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?</p>	<p>Según la opinión de los expertos afirmaron que Estados Unidos es un mercado interesante para la exportación de harina de hongos comestibles con una población de más de 300 millones de habitantes que es 10 veces más que nuestra población peruana, siendo un mercado muy atractivo ya que nos compran frutas, hortalizas en primer lugar de exportación de productos no tradicionales Agro, de enero a agosto se vendió 4300 millones de dólares.</p>
<p>¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?</p>	<p>Según la opinión de los expertos afirmaron que el TLC favorece de una manera muy positiva debido a que se rompen barreras en temas comerciales, la comunicación es un poco más fluida y también te garantiza un respaldo, porque detrás de ello hay a quien dirigirse en caso de que pueda suceder lo contrario, la inserción del Perú al mundo es lo que está dando más trabajo, facilitando la salida y el ingreso de productos.</p>
<p>¿Conoce algún producto similar que se haya exportado en el mercado de Estados Unidos?</p>	<p>Según la opinión de los expertos afirmaron que entre los productos similares que se hayan exportado a Estados Unidos tenemos harina de lúcuma, harina de pescado y la harina de maca.</p>
<p>¿Qué tipo de estrategias realizan otras empresas</p>	<p>Según la opinión de los expertos afirmaron que parte de las estrategias que usan las empresas para aumentar y posicionar</p>

para aumentar sus ventas en el mercado internacional?	su marca en el mercado es generalmente a través de un intermediario, el cual se encarga del manejo y las relaciones del producto en el mercado indicado.
¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?	Según la opinión de los expertos afirmaron que parte de las características esenciales que busca el comprador estadounidense es la calidad, son mas consientes ya que se preocupan por el medio ambiente y el planeta, la tendencia del consumo de productos libres de grasas transgénicas y aditivos químicos, están dispuestos a probar productos novedosos.
¿Los canales de distribución logística están bien diseñados para el mercado de destino?	Según la opinión de los expertos que los canales de distribución están bien diseñados, pero aún tenemos muchas carencias con respecto a las carreteras, pero a su vez tenemos diversas formas de hacer llegar nuestro producto tanta vía aérea, terrestre o marítimo.
¿Qué estrategia de promoción cree que es la más idónea para el ingreso de nuestro producto a Estados Unidos? ¿Por qué?	Según la opinión de los expertos afirmaron que, a través de degustaciones en supermercados, ferias internacionales, festividades gastronómicas, festivales y a través de internet.
¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso de la harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	Según la opinión de los expertos afirmaron que con el trato de libre comercio se generó más trabajo, hubo un mayor crecimiento económico y ayudo a eliminar obstáculos arancelarios y no arancelarios para impulsar la competitividad de las economías, la harina de hongos comestibles ingresa con arancel 0.
¿Qué certificaciones o requisitos internacionales son necesarios para	Según la opinión de los expertos afirmaron que las certificaciones necesarias para el ingreso de la harina de hongos comestibles al mercado de EUA son la ley de alimentos FSMA, FDA, ISO9001-2015, GLOBAL GAP,

ingresar al mercado de comercio justo, inocuidad de los alimentos, seguridad, Estados Unidos? buenas prácticas de producción.

¿Qué documentos se deben tener durante el proceso de movilización del producto en Estados Unidos? Según la opinión de los expertos afirmaron que los documentos que se deben tener durante la movilización del producto son la factura comercial, packing list, B/L, certificado de origen, certificado FDA.

¿Cuál es el envase, empaque y etiquetado que se utiliza para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos? Según la opinión de los expertos afirmaron que el mejor envase para la harina de hongos comestibles sería en empaques biodegradables, pero eso depende mucho del comprador se pueden enviar en bolsas plásticas doble adentro de 25 kg, sacos de papel de 25kg, y maca en capsulas de 500mg.,

¿Cuál es el mejor canal de distribución para el ingreso de harina de hongos comestibles a Estados Unidos? ¿Por qué? Según la opinión de los expertos afirmaron que, a través de un distribuidor, así como supermercados, entre ellos tenemos a Walmart, Costco Wholesale, Marshalls, entre otros.

¿Qué medio de transporte internacional es el más idóneo y rentable para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos? Según la opinión de los expertos afirmaron que el medio de transporte internacional más idóneo para la exportación de harina de hongos comestibles depende mucho del tiempo y la necesidad del cliente, pero el más rentable y económico es el transporte marítimo.

Análisis de resultados: Según la opinión de los expertos la harina de hongos comestibles sería una buena oportunidad de negocio ya que EUA es un país de mayor exportación peruano. La inserción del Perú al mundo es lo que está dando ms trabajo, facilitando la salida y el ingreso de productos gracias al TLC, teniendo en cuenta que hay diferentes formas de hacer llegar nuestro producto tanto vía aérea, terrestre o marítima.

Objetivo de investigación. Determinar la viabilidad económica y financiero del plan de negocio propuesto a la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultorías

SAC.

El plan de negocios beneficia la exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos, sirviendo de guía para que la empresa. El plan de negocio se efectuó siguiendo la estructura de una empresa en marcha de Karen Weinberger, obteniendo un TIR de 22% y un VAN de S/. 568,428.63.

3.2 Discusión de resultados

Discusión 1:

De lo obtenido se afirma que la empresa, es óptima para exportación de harina de hongos comestibles al mercado de EUA ya que tienen los conocimientos para la exportación, la cual le facilitará la salida de su producto al mercado exterior, también cuentan con la producción suficiente para el mercado de destino, resaltando sus propiedades nutricionales la cual generará un impacto positivo; Este resultado contrasta con la investigación del autor Cadena y Muñoz (2017) Concluyó que la teoría esbozada tiene un efecto positivo ya que refleja el interés de los compradores de productos saludables en los Estados Unidos. Se concluyó que la teoría, de cumplirse, generaría desarrollo social, laboral, económico y ambiental en la comunidad y además contribuiría con áreas de exportación a diversos destinos en Europa, USA y Asia, lo que sería rentable y beneficioso para los inversionistas teniendo en cuenta que el país de destino tiene un mercado accesible para el producto exportado.

Discusión 2.

De los resultados adquiridos a esta investigación se afirma que la exportación de harina de hongos comestibles en cuanto a volumen ha ido decreciendo, pero a su vez el precio de dicho producto ha ido subiendo con el pasar del tiempo, en diciembre del 2017 el precio por kg fue de 5.40 dólares americanos y en diciembre del 2018 fue de 6.46 dólares americanos por kg; Este resultado contrasta con la investigación del autor Caravedo (2017), quien concluyó que dentro del mercado Estadounidense la oferta y la demanda es dinámica la cual permitió la inserción de nuevas propuestas ya que las variedades de productos sustitutos con altos valores nutricionales la harina de quinua siendo mayor su valor económico en el mercado internacional.

Discusión 3.

Se afirma que a través del plan de negocio será factible la exportación de harina de hongos comestibles siendo una buena oportunidad de negocio en Estados Unidos debido que es uno de los importantes destinos de exportación peruana, la inserción del Perú al mundo es lo que está dando ms trabajo, facilitando la salida y el ingreso de productos gracias al TLC, teniendo en cuenta que hay diferentes formas de hacer llegar nuestro producto tanto vía aérea, terrestre o marítima. Este resultado contrasta con (Becerra, 2017) quien concluyó que la propuesta de plan de negocios para exportación de quinua de la empresa Corporación Agrícola la Hacienda S.A.C. hacia el mercado estadounidense, con aplicación de buena estrategia de marketing y el estudio de mercado nos indica que el plan de negocios es factible.

Discusión 4:

El plan de negocio facilita la exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos, Se efectuó siguiendo la estructura de una empresa en marcha de Karen Weinberger, obteniendo un TIR de 40% y un VAN de \$ 91,732.47. Este resultado contrasta con la investigación del autor (García, 2017), Concluyó que hay demanda insatisfecha para los próximos 5 años, simbolizando un nicho de inversión para la producción y comercialización de harina de tara. Este plan de negocios es rentable para la asociación ASPRECO NUEVO TINGO con una inversión total de S/. 187.136. Apoyado en indicadores de rentabilidad: VAN desde S/. 202,557. TIR de 127,65 % a un COK del 10 %.

3.3 Aporte Teórico

I. Título de la propuesta:

Plan de Negocio para la Exportación de Harina de Hongos comestibles a EE. UU de la empresa BIs Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC, 2019

II. Introducción

Es estudio permite analizar cómo una estrategia de negocios beneficia a la empresa BIs Negocios Ambientales Productivos-consultorias SAC, que exporta alimentos a base de hongos a los Estados Unidos. Es importante señalar que el negocio recolectaría materia prima de los muchos productores de alimentos de Lambayeque. Adicionalmente, se ejecutó un estudio de mercado para determinar las tendencias de los consumidores y los requisitos para ingresar al mercado estadounidense, analizar si la empresa puede satisfacer la demanda del mercado como resultado. Para el estudio se realizaron cuatro entrevistas entre ellas el Gerente General de la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos-Consultoras SAC y expertos en comercio internacional. Estas herramientas permitieron recabar información pertinente que permitió realizar una estrategia comercial para la exportación.

III. Objetivos de la propuesta:

- a) Desarrollar estrategias de marketing para la comercialización del producto en Estados Unidos
- b) Determinar el canal de distribución comercial adecuado para la exportación del producto
- c) Identificar la competencia nacional e internacional de la empresa.
- d) Determinar la viabilidad del plan de negocio a través del estudio económico y financiero.

IV. Resumen Ejecutivo

El principal fin de la exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos, para la empresa, la cual tiene como actividad la producir y comercializar panetones a base de harina de hongos el lugar de operatividad de la planta se encuentra ubicado en la ciudad de Chiclayo Lambayeque Perú. Para el presente estudio, se va a reevaluar el consumo de productos saludables y promotores de la salud. Hoy en día Estados Unidos es un mercado exigente a la hora de elegir sus productos alimenticios,

presenta el mayor índice de obesidad, es por ello que este plan de negocios apunta a este mercado ya que presenta una buena oportunidad para que las empresas incrementen la exportación de productos saludables.

V. Descripción de la empresa

5.1. Historia de la empresa

Negocios Ambientales Productivos-Consultoras SAC está conformada por una sociedad de anonimato a puertas cerradas; esta sociedad puede tener hasta 20 miembros que pueden ser personas físicas o jurídicas. Las funciones principales de la empresa son la producción y comercialización de panetones elaborados de harina de hongo comestible; actualmente tiene una accionista y existe desde hace seis años.

5.2. Datos de formalización de empresa

Tabla 3. Datos de formalización de empresa Fuente: BIs Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC

Nombres y apellidos	Lalopu Nuñez Shaki Auriomi
DNI	73183440
Tipo de empresa	Sociedad anónima cerrada
Tiempo de duración	De la empresa plazo indeterminado
Inicio de actividades	07/05/2018
Oficinas comerciales	Calle alva diaz nro. 140 urb. las brisas Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo
Denominación y razón social	BIs Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC

Elaboración propia

La información de datos de la empresa fue solicitada al representante legal y a su vez verificadas en las partidas electrónicas de la Sunarp (Escritura pública)

5.3. Ubicación y Localización de la Planta Procesadora

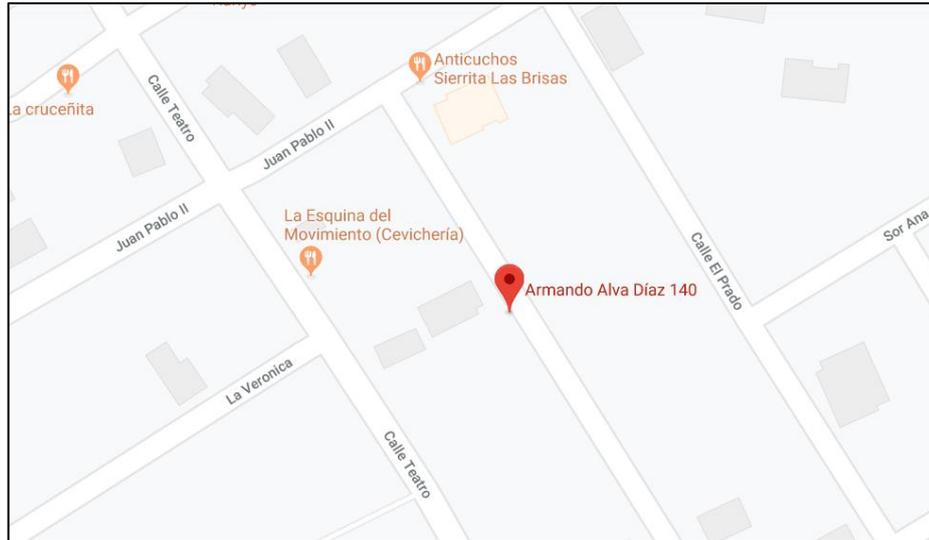


Figura 6. Ubicación de la empresa

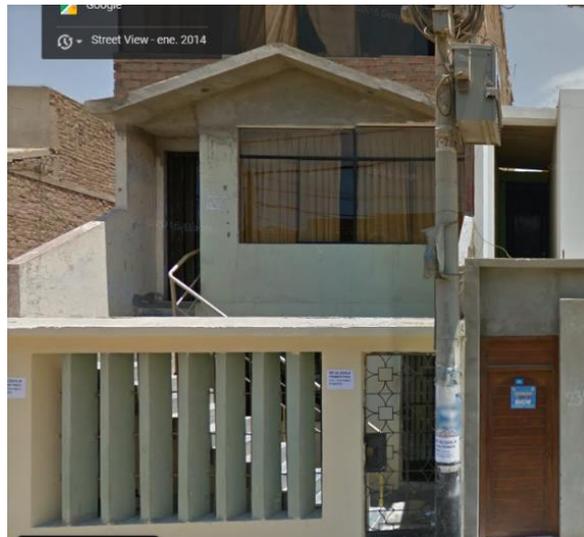


Figura 7. Localización de la Planta Procesadora

5.4. Misión y Visión de la empresa.

Visión:

En el 2022 nos vemos como una empresa posicionada y reconocida por nuestro producto y marca, destacándonos como una importante opción en el mercado internacional por la innovación y calidad de nuestro producto.

Misión:

Bls Negocios Ambientales Productivos-Consultorías SAC es una empresa comercializadora de productos alimenticios que tiene como objetivo promover y desarrollar una oferta exportable para los mercados internacionales. Esto promueve el empleo y por lo tanto mejora la calidad de vida de los residentes.

5.5. Análisis FODA

Fortalezas

- F1. Aumento de la producción.
- F2. Bajos costos de producción.
- F3. Aumento del consumo de productos naturales.
- F4. Producto con grandes propiedades nutricionales.

Oportunidades:

- O1. Producción creciente naturalmente
- O2. Incremento de la demanda de productos con gran valor nutricional.
- O3. Poder adquisitivo de los consumidores.
- O4. Facilidades de exportación.

Debilidades:

- D1. Zona alejada y difícil para el transporte de la materia prima.
- D2. Falta de capacitaciones y asesorías.
- D3. Poco conocimiento sobre las propiedades nutricionales de los hongos

Amenazas

- A1. Productos sustitutos.
- A2. Competitividad de las grandes empresas.
- A3. Variación en el tipo de cambio.

El organigrama de la empresa Bls Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC se detalla a continuación:

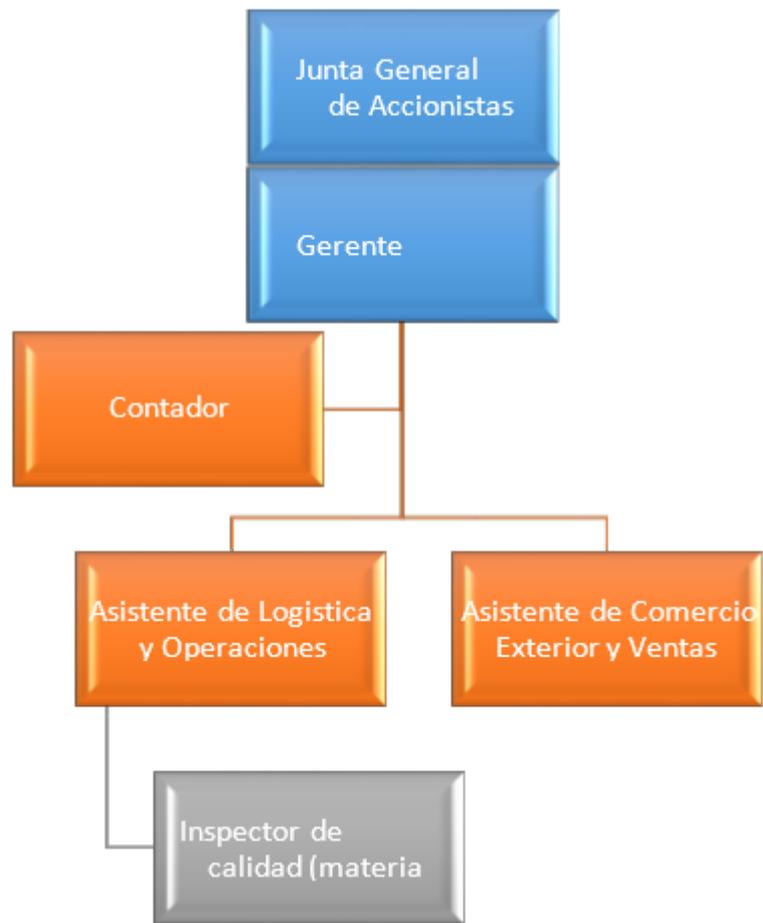


Figura 8. Organigrama de la empresa BIs Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC.

Fuente: Elaboración Propia

VI. Análisis del Mercado

6.1. Análisis de la Industria

La empresa Bls Empresas Productivas Ambientales-Consultoría SAC. Tiene 7 años en el mercado local y nacional en cuanto a la venta de Panetones a base de harina de hongos comestibles, la industria consumidora de productos como el hongo comestible ha tenido un incremento del consumo en el mercado local y nacional debido a la promoción de sus poderosos beneficios nutricionales. El principal destino de las exportaciones peruanas de productos Agro es Estados Unidos. Esta materia se siembra y cosecha en Incahuasy y Cañaris, Tal y como se muestra en el Cuadro No. 2 de acuerdo con la información obtenida de Siicex 2018 en donde se puede observar los primordiales mercados para este producto.

Tabla 4. Principales mercados para la exportación de harina de hongos comestibles

Mercado	% PARTICIPACIÓN 2018	FOB-2018 (millon US\$)
Alemania	19%	13.05
Estados Unidos	16%	14.85
Malasia	12%	7.75
Países Bajos	10%	3.23
Hong Kong	6%	6.23
Polonia	3%	2.21
Canadá	3%	2.60
Reino Unido	3%	2.10
Francia	3%	1.71
Turquía	3%	1.06
Otros Países	23%	18.86
(123)		
Fuente: SIICEX (2018)		

Elaboración: Propia

Como se observa Estados Unidos es uno de los primordiales mercados importadores de Hongos comestibles teniendo una participación activa del 16% a nivel mundial.

**Descripción de la Competencia, de la Posición Competitiva y del Mercado
Objetivo:**

Descripción de la Competencia A nivel nacional

Siicex (2018), las empresas peruanas exportadoras de hongos comestibles según partida arancelaria 0712310000

Tabla 5. *Principales empresas peruanas exportadoras de hongos comestibles*

Empresa	%Var18-17	% Participación 18
Aromática inversiones Sociedad Anónima	3%	97%
Corporación Costa Verde E.I.R.L	-	3%
Anawi Export S.A.C	-	0%
Grains Perú Company E.I.R.L	-	0%

Fuente: *Ciisex (2018)*

Elaboración: *Propia*

A nivel Internacional

De acuerdo con los datos comerciales de Trade Map (2018), En cuanto a la partida arancelaria 071231 (HONGOS DEL GENERO AGARICUS SECAS, INCLUIDAS LAS CORTADAS EN TROZOS O EN RODAJAS O LAS TRITURADAS O PULVERIZADAS). Se muestran a los cinco principales países exportadores de este producto:

Tabla 6. Principales países exportadores de harina de hongos

País	% Var 18-17	% Participación	Total Expo. 2018 (millones \$)
Países Bajos	48%	35%	14.93
Alemania	-8%	15%	10.26
Hong Kong, China	-24%	14%	11.95
India	-18%	10%	8.18
Pakistán	1.348%	5%	0.24

Fuente: Siicex (2018)

Elaboración: Propia

6.2 Posición competitiva

Perú ocupa el puesto 17 a nivel mundial en exportación de hongos comestibles, teniendo una participación activa del 0.5% de las exportaciones a nivel mundial, con un valor exportado de 419 mil dólares, las cuales equivalen a 81 toneladas con un precio Fob unitario de 5.173 dólares. Fuente: Trade Map (2018)

6.3 Mercado Objetivo

Determinación Del Mercado

Para lograr delimitar el mercado al cual irá nuestro producto (Harina de hongos comestibles de la empresa en estudio, se llevó a cabo una matriz de ponderación del mercado (scrib), con 4 pasos fundamentales para hallar el mercado ideal.

En la tabla 5 se muestran los indicadores tomados en cuenta para identificar el mercado objetivo.

Tabla 7. Indicadores para determinar el mercado meta

Indicadores para determinar el mercado meta	%
<i>Población</i>	8

Tendencia de consumo	12
IDH (clasificación mundial)	6
Poder Adquisitivo	10
Participación (Importación de frijol caupi)	20
PBI per cápita PPA (USD, 2017)	9
Inflación anual	7
Barreras no arancelarias	8
Barreras arancelarias	10
Canales de distribución	10
TOTAL	100
<i>Elaboración: Propia</i>	

En la tabla 7 podemos observar cual es el comportamiento de cada uno de los indicadores por país.

Tabla 8. *Comportamiento de cada país por indicador.*

Indicadores	Países Bajos	Estados Unidos	Alemania
Población	17.282.163	332.467.145	81.445.476
Tendencia de consumo	precio, el servicio y la calidad del producto	Adquisición de productos extranjeros saludables y orgánicos	Que dichos productos tengan mejores acabados y una mejor presentación, además de que estos lleguen a los consumidores a precios económicos y razonables

IDH				
(clasificación mundial)	10/188	8/188	9/188	
Poder Adquisitivo	0,77	1,00	0,8	
Participación (Importación de hongos comestibles)	4.9%	8.7%	7.6%	
PBI per cápita PPA (USD,2018)	51,260	62,850	47,180	
Inflación anual	1.9%	2.2%	1.7%	
Barreras arancelarias	no reguladas por UE	FDA, USDA	UE impone la mayoría en los sectores agrícola, textil y siderúrgico.	
Barreras arancelarias	0%	0%	0%	
Canales de distribución	Hipermercados, súpermercados	Hipermercados, Súpermercados	Mercados	

Fuente: SIICEX (2018), Proecuador (2017), Santander Trade (2017), Banco mundial (2018), MapMac (2018)

Elaboración: Propia

En la tabla N. 8, se realizó la ponderación de cada uno de los indicadores, por el cual el 1 representa el puntaje más bajo y 5 el más alto respectivamente.

Tabla 9. Ponderación por cada país.

Indicadores	Países Bajos	Estados Unidos	Alemania
Población	3	5	1
Tendencia de consumo	4	5	5
IDH (clasificación mundial)	1	5	4
Poder Adquisitivo	3	4	5
Participación (Importación de frijol caupí)	5	4	3
PBI per cápita PPA (USD,2017)	1	5	4
Inflación anual	1	5	2
Barreras no arancelarias	4	3	4
Barreras arancelarias	5	5	5
Canales de distribución	5	5	3
<i>Elaboración: Propia</i>			

Por último, en la tabla 9, se multiplica el porcentaje de cada indicador por ponderado.

Tabla 10. Mercado objetivo de la harina de hongos comestibles

Indicadores	Países Bajos	Estados Unidos	Alemania
Población	24	40	8
Tendencia de consumo	48	60	60

IDH (clasificación mundial)	6	30	24
Poder Adquisitivo	30	40	50
Participación (Importación hongos comestibles)	100	80	60
PBI per cápita PPA (USD,2017)	9	45	36
Inflación anual	7	35	14
Barreras no arancelarias	32	24	32
Barreras arancelarias	50	50	50
Canales de distribución	50	50	30
TOTAL	356	454	364
<i>Elaboración: Propia</i>			

Se concluye que Estados Unidos es el principal mercado para la harina de hongos comestibles, seguido de Alemania y Países bajos.

Micro segmentación

Estados Unidos tiene un total de 50 estados, para establecer dicho mercado objetivo se segmentó con distintos criterios los que veremos a continuación.

Ranking	Estado	2018
1	California	39.557.045
2	Texas	27.900.596
3	Florida	21.299.325
4	New York	19.542.209
5	Illinois	12.741.080

Figura 9 Ranking de la Población de Estados Unidos

Como se puede ver en la Tabla 10, California, Texas y Florida son los estados con la población más alta, debe tenerse en cuenta que, teniendo en cuenta un futuro crecimiento de ingresa a estados nuevos, California a pesar de tener una población más grande, geográficamente está más lejos de los estados de Florida, Texas y Nueva York.

Asimismo, existe aproximadamente 300 millones de individuos con alergias o son intolerantes a ciertos suministros en los EE. UU. Las principales intolerancias y / o alergias existen directamente afines con los productos lácteos y el gluten. Aunque está más centrado en los niños, los productos sin gluten son comprados principalmente por adultos y adultos mayores.

Según el estudio de ProChile en 2016, llamado "*Consumo de alimentos sin gluten en los EE. UU*", se decidió segmentar los 3 estados con mayor población por rangos de edades para establecer cuál de ellos tiene el porcentaje más alto de la población adulta y adultamayor a quienes se dirige el producto.

Tabla 11. Población por rangos de edades.

Rangos de Edad	California	Texas	Florida
0 a 5 años	6,6%	7,3%	5,5
5 a 9 años	6,5%	7,1%	5,8%
10 a 14 años	6,7%	7,6%	5,9%
15 a 19 años	6,4%	7,1%	6,1%
20 a 24 años	7,5%	7,3%	6,4%
25 a 34 años	14,8%	14,4%	12,7%
35 a 44 años	11,9%	12,3%	12,3%
45 a 54 años	10,7%	13,2%	14,1%
55 a 59 años	6,2%	6,0%	6,9%
60 a 64 años	5,3%	5,0%	6,1%
65 a 74 años	7,0%	6,5%	10,0%
75 a 84 años	4,8%	3,3%	5,7%
85 años a más	2,7%	1,4%	2,4%

Fuente: (UNITED STATES CENSUS, 2018)

Como se muestra en la Tabla 11, el Estado de Florida tiene el 39.4% de la población adulta frente al 34.1% y el 29.5% de los estados de California y Texas. Sin embargo, considerando la proporción de adultos mayores, se pudo concluir que Florida es el más óptimo mercado, según el estado elegido.

Tabla 12. Población por rangos de edades.

Rangos de Edad	Porcentaje	Cantidad de Habitantes
35 a 44 años	12,3%	2,600,832
45 a 54 años	14,1%	2,850,731
55 a 59 años	6,9%	1,400,035
Demás edades	66.7%	13,795,731
TOTAL	100%	20,647,329

Fuente: Elaboración Propia

Un informe de ProChile descubrió que alrededor de 21 millones de personas en los

EE. UU. Están siguiendo una dieta libre de gluten, muchas de ellas no son celíacas, pero al menos una de cada tres personas quiere disminuir o excluir el consumo de gluten.

Asimismo, debe tenerse en cuenta que el comercio exterior es una de las principales actividades económicas de la Florida, en gran magnitud debido a su punto geográfico estratégica con el Puerto de Miami.

El crecimiento proyectado para dicho sector es de 19% para los años 2017, 2018 y 2019, llegando a 2,35 billones de dólares. (ProChile, 2016). Cada vez más, los productos con la etiqueta "Sin Gluten" se ven en diferentes puntos de venta, así como también en supermercados abriéndose paso y creando un mercado más atractivo.

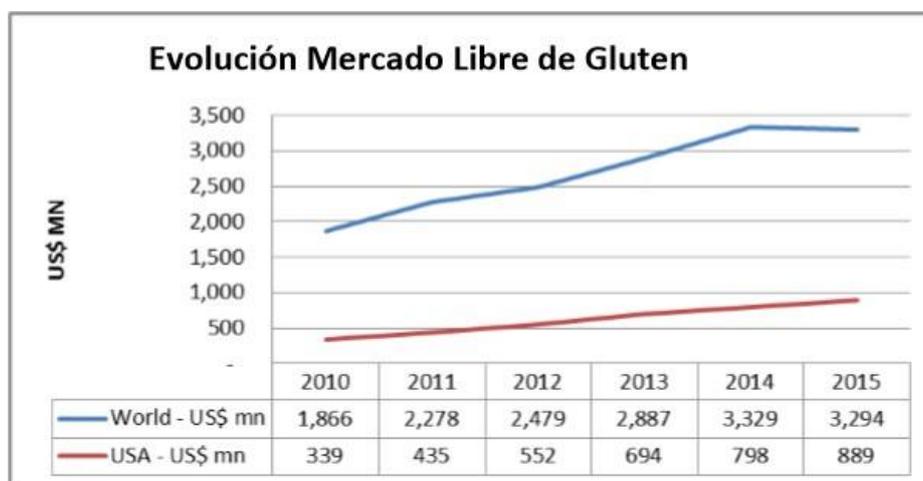


Figura 10. Evolución del Mercado Libre de Gluten

Fuente: (ProChile, 2016)

Tabla 13. Segmentación de Mercado.

CRITERIOS	%	Cantidad	Unidad	Fuente
POBLACIÓN				
Estados Unidos	100	316,515,021	Habitantes	(U.S. Census Bureau, 2015)
Florida	6.21	21.299.325	Habitantes	(U.S. Census Bureau, 2018)
Edad	%	Cantidad	Unidad	Fuente
35 to 44 years	12.3	2,600,832	Personas	
45 to 54 years	14	2,850,731	Personas	(U.S. Census Bureau, 2018)
55 to 59 years	6.7	1,400,035	Personas	
Total		6,851,595		

Sexo	%	Cantidad	Unidad	Fuente
Hombres	48.76	3,340,083	Personas	(U.S. Census Bureau, 2018)
Mujeres	51.24	3,511,512	Personas	
Total		6,851,595		
Tasa de Empleo	%	Cantidad	Unidad	
Población activa	68.2	4,672,078	Personas	
Consumo de alimentos naturales (organicos y/o libres de gluten)	%	Cantidad	Unidad	
Mercado disponible	33%	1,541,078	Personas	(ProChile, 2016)
Ingreso Per Cápita	%			
Consumidor	100	52,800	USD	(Banco Mundial, 2017)
Consumo Per Cápita	%			
Gasto en Alimentación	6.78	3,580	USD	(Gálvez, 2015)
Gasto en el Producto	25	895	USD	
Consumo kg anuales		12	KL	(ProChile, 2011)
Demanda potencial		1,851,072,734	USD	
<i>Demanda potencial</i>		17,515,473	KL	

Fuente: Elaboración Propia

Desarrollo:

*Demanda potencial: Número de personas segmentadas *Consumo Per Cápita en Kilos*

DP: $1,541,078 * 12 \text{ Kg} = 18,492,936 \text{ Kg}$

Demanda Insatisfecha: Demanda Potencial – Oferta del Mercado

Oferta del Mercado: (Producción Local + Importaciones) – Exportaciones

PROD.	IMPORTACIONE	EXPORTACIONE
LOCAL	S	S
108,000	84,684	3,559

Oferta del Mercado: $(107,000 + 83,684) - 3562 = 188,122$

Demanda Insatisfecha: $18,388,122 - 187,189 = 18,200,933 \text{ Kg}$

191684

. En el primer período, se podrá cubrir el 0.052% de la demanda insatisfecha, ya que va a exportar 19 200 unidades en presentaciones de 500 gr, lo que equivale a un peso total de 9.600 kilos de harina de hongos comestibles.

Análisis de la Competencia en el Mercado de Destino

En los EE.UU. hay espacios de suministro de harina, hay otros convencionales que están hechos de cereal, Así como trigo, pero no cuentan con valor agregado. Los rangos de precios para dichas harinas oscilan entre \$ 2.74 y \$ 5.00 en presentaciones de 1 kilo y 1½ kilo. La harina se vende en supermercados.

Según (Metric Conversions, 2018), 1 oz. equivale 28.35 gramos.



Figura 11. Presentaciones de harinas convencionales en EE.UU.

Fuente: (WALMART, 2017)





Precio: \$ 17.

Marca: Dowd and Rogers

Variedad: Quinoa organic

Cantidad: 14 oz. / 397 gr.

Figura 12. Presentaciones de harinas orgánicas y libres de gluten en EEUU

Fuente: (WHOLE FOODS MARKET, 2016)

Estas son parte de las primordiales marcas en el mercado de harina de EE. UU., Que también se ofrece harinas orgánicas y sin gluten. Los costos ondean entre \$ 9.62 y \$ 18.40 respectivamente, en presentaciones de 450 gramos hasta 1 kilo.

Se encontró un producto con similares características al que ofrece FreshCap Mushrooms LTD., el cual se comercializa bajo la marca **FRESHCAP** la que pertenece a una empresa americana, en presentación de 2 oz. Equivalente a 60 gramos a un precio de \$ 29.99.



Figura 13. Thrive 6 Potente extracto de champiñones en polvo - USDA orgánico – Leones Mane, Reishi, Cordyceps, Chaga, Cola de pavo, Maitake -60g- Suplemento - Agregar al café / té / batidos - Cuerpo fructífero real - Sin rellenos

Fuente: (FRESHCAP, 2017)

Perfil de consumidor:

Actualmente, las compras en Estados Unidos otorgan gran relevancia a la presentación del producto, por lo que el empaque será llamativo y de alta calidad. El bienestar está resultando muy relevante, lo que significa que son conscientes de sus hábitos de compra y consumo, por lo que prefieren productos con beneficios para la salud, libres de grasas saturadas y sin gluten. Se ha descubierto que el comercio electrónico juega un papel muy impactante en los hábitos de consumo de los estadounidenses. El consumidor utiliza activamente las redes sociales y los sitios web para elegir productos de diferentes nacionalidades.

Las ventas en los Estados Unidos provienen de grandes cadenas como Wal-Mart con 4.000 tiendas, TheKriger Co., Sears Roebuck and Co. Comprado por Kmart y Safeway.

VII. Plan Estratégico de la Empresa

7.1 Diferenciación del Producto

La diferenciación de la competencia a tener en cuenta en la empresa es el cumplimiento de los estándares exigidos por la producción del producto en el mercado con el que se comercializa, para poder tener una ventaja destacada sobre la competencia, aparte de la presentación del producto, que está diseñado con la identidad cultural que la empresa quiere dar a conocer al público.

7.1.1 Segmentación de Mercado

En los Estados Unidos tienen una tendencia a consumir productos nuevos e innovadores con beneficios para la salud, por lo que se indagó como un nicho de mercado para abordar a las personas con su oportuna dependencia, edad legal y apoyo familiar, ya que tienen un mayor acceso al poder de comprar productos para consumo familiar y propio.

7.2 Estrategias de Marketing y ventas

Producto

Nombre del Producto

Hongos / Setas comestibles.

Nombre científico

Suillus luteus

Código arancelario

0712310000

Producto

La empresa Bls Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC, apostará por la exportación de harina de hongos comestibles, ya que contamos con gran potencial en nuestra región.

Características del hongo Suillus luteus: Sombrero marrón-violáceo o marrón-rosa, casi siempre el anillo violeta se desvanece gradualmente, su tamaño puede lograr 12 cm, carne carnosa. La superficie es muy pegajosa y la epidermis excede ligeramente los bordes.



Figura 14. Harina de hongos comestibles

Beneficios y Propiedades del Producto

Se ha demostrado que tienen propiedades anticancerígenas, antibióticas, antioxidantes, minimizan el colesterol y la presión arterial alta, y tienen propiedades antitrombóticas y antidiabéticas. Además, son bajos en calorías y carbohidratos, no contienen grasas, colesterol ni gluten y son muy bajos en sodio. Aportan altos niveles de minerales como selenio, cobre, zinc, potasio, proteínas (contienen los nueve aminoácidos esenciales como riboflavina y niacina) y vitaminas (principalmente del complejo B y provitamina D).

Tabla de valores Nutricionales de Los Hongos Comestibles Micorrizicos, de la especie Suillus luteus, que se cosechan en los bosques de pino-Perú

Detalle	Cantidad
Vitaminas:	
1. Vitamina A (Retinol) (ug/100 g)	152.00
2. Vitamina B1 (Tiamina) (mg/100 g)	0.62
3. Vitamina B2 (Riboflavina) (mg/100 g)	2.71
4. Vitamina B3 (Niacina) (mg/100 g)	134.50
5. Vitamina B6 (Pirodoxina) (ug/100 g)	495.00
6. Vitamina B12 (ug/100 g)	1.97
7. Vitamina C (Ácido Ascórbico) (mg/100 g)	10.91
Minerales:	
1. Calcio (mg/100 g)	116.37
2. Zinc (mg/100 g)	101.80
3. Fosforo (mg/100 g)	578.52
4. Hierro (mg/100 g)	131.07
5. Cobre (mg/kg)	14.98
6. Sodio (mg/kg)	287.86
7. Potasio (mg/100g)	2,635.86
8. Selenio (mg/kg)	0.99
Antioxidantes/ Ácidos grasos Naturales (g/100 g):	
1. Ácido Linoleico (Omega 6)	3.08
2. Ácido Oleico (Omega 9)	2.83
3. Ácido Mirístico	0.01
4. Ácido Pentadecanoico	0.06
5. Acido Palmítico	0.85
6. Ácido Palmitoleico	0.09
7. Ácido Esteárico	0.19
8. Ácido Araquídico	0.01
9. Ácido Eicosenoico	0.02
Proteínas (g/100 g) (N x 6,25)	25.02
Aminoácidos (gAA/100 g):	
1. Ácido Aspártico	1.26
2. Ácido Glutámico	1.50
3. Serina	1.07
4. Histidina	0.86
5. Teonina	1.04
6. Glicina	0.29
7. Arginina	1.25
8. Alanine	0.53
9. Tirosina	0.60
10. Valina	0.57
11. Metionina	0.15
12. Fenil Alanina	0.47
13. Isoleucina	0.45
14. Leucina	0.73
15. Lisina	0.37
16. UNK 1 (Aminoácido No Identificado)	3.17
17. UNK 2 (Aminoácido No Identificado)	0.61
Acido Fólico (ug/100 g)	50.00
Fibra Dietaria (g/100 g)	34.31
Carbohidratos (g/100 g)	53.91
Grasa (g/100 g)	7.14

Figura 15. Valor nutricional de la harina de hongos

Plaza

Existen una variedad de rutas de distribución para ingresar al mercado estadounidense, estas se analizan con la intención de determinar las mejores formas de distribuir la harina de champiñones comestibles.

7.3 Acceso al Mercado

Barreras arancelarias y no arancelarias

Asociación de Exportadores Lambayeque (ADEX, 2013) en su informe titulado: Perfil comercial de *Suillus luteus*, indica que:

La gran parte de los productos del Perú ingresar con arancel 0 al mercado de Estados Unidos.

Requisitos técnicos no arancelarios para exportar a EE.UU.

Asociación de Exportadores (ADEX, 2009) en su informe titulado: Fichas de Requisitos Técnicos para el acceso al mercado estadounidense. Requisitos No Arancelarios. Proyecto BID-ADEX - RTA, establece lo siguiente:

Para saber si un producto es legal en los EE.UU., debe consultar la página FAVIR (Requisitos de importación de frutas y verduras) para conocer los requisitos básicos de importación de frutas y verduras.

Entidades reguladoras En Perú:

SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria).

Es la agencia pública descentralizada nacional del Ministerio de Agricultura del Perú en el campo de la salud agrícola, con autonomía técnica, administrativa, económica y financiera. Proporcionar inspección, verificación y certificación fitosanitaria y de cuarentena animal y vegetal, diagnóstico, identificación y provisión de servicios de control biológico.

En EE.UU.:

Procedimiento de importación para productos agrícolas

Por lo general, se verifican a la llegada al puerto. Los pasos dados por las autoridades sanitarias al ingresar a los alimentos están regulados por el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS). Con el fin de garantizar que el producto cumpla con las regulaciones correspondientes y no exceda el límite máximo permitido de residuos químicos que pueden ocurrir en el producto, se considera el examen físico, la inspección del muelle o la inspección de la muestra

Requisitos físicos, químicos, microbiológicos y sensoriales.

Aunque no es necesario en los EE. UU. Hoy por hoy, en Perú, DIGESA estableció estándares microbiológicos para la calidad, la salud y la seguridad. Los alimentos y bebidas naturales o procesados o procesados deben cumplir con estos estándares para ser considerados aptos

para el consumo humano.

Requisitos fitosanitarios

La empresa productora y la empresa envasadora deben contar con una licencia y un certificado del SENASA. Para demostrar el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios se deberá presentar un certificado fitosanitario emitido por el SENASA.

Si el producto llega a Estados Unidos sin certificado fitosanitario peruano, existen dos opciones para este envío: reexportación o destrucción. La decisión la toma el inspector en el puerto de destino.

Las inspecciones generalmente se llevan a cabo a la entrada en un puerto de un país importador. Sin embargo, los productos que han pasado por el control previo, como los mangos y los espárragos, son regulados y certificados de la misma manera en el país de origen, pero esto no los exime del control. Si el inspector lo considera necesario para llegar a puerto.

Buenas prácticas agrícolas

Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA por sus siglas en español o **GAP** por sus siglas en inglés de “Good Agricultural Practices”) tienen como objetivo aumentar la confianza del consumidor en la calidad e inocuidad de los alimentos; Reducir los impactos ambientales negativos mientras se protege la naturaleza y la vida silvestre; reducir el uso de productos químicos agrícolas; mejorar el uso de los recursos naturales; y velar por la salud y la seguridad de los trabajadores. No son necesarios para la exportación, pero se recomiendan para fines contractuales.

Comercialización Envase

La harina de hongos debe ser envasada en envases que garanticen las propiedades higiénicas, nutricionales, tecnológicas y organolépticas del producto. Los contenedores, incluidos los materiales de embalaje, deben estar hechos de materiales que sean seguros y adecuados para el uso previsto. No debe impartir ninguna sustancia tóxica ni olores o sabores desagradables al producto. Si el producto se envasa en bolsas, debe estar limpia, apretada y bien cosida o sellada. Se eligió un envase que se centra en destacar las particularidades del producto, se ha optó por bolsas de papel kraft estén hechas de papel reciclado, que reúne el 3R ecológico (Reciclar, Reducir, Reutilizar).

Las características del envase para la harina de hongos son:

- ✓ Biodegradable
- ✓ Con ventana
- ✓ Proveedor: Swiss Pac Perú
- ✓ (doy pack) con zipper



Figura 16. Envase del producto

Fuente: (Swiss Pac Perú, 2017)

Embalaje

En Estados Unidos no hay requisitos específicos para el embalaje. Por tanto, se utilizará cajas de cartón corrugado las mismas que contienen 60 paquetes.

- *Caja de cartón doble corrugado:*

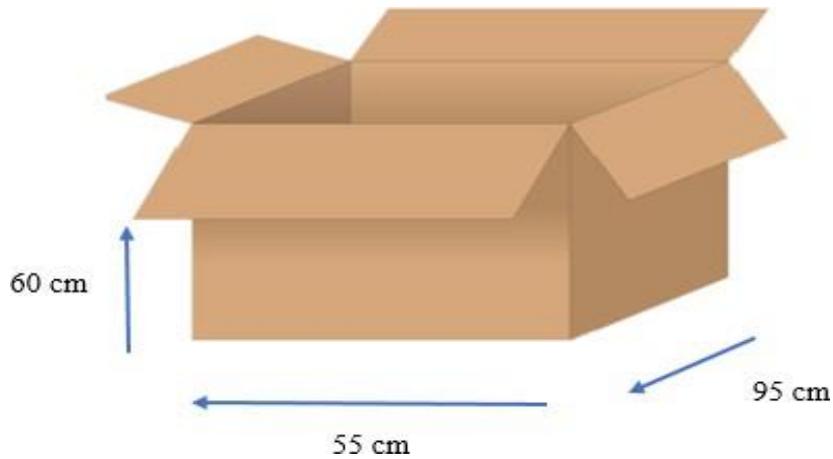


Figura 17. Embalaje del producto

Fuente: (Productos de Cartón SRL, 2017)

Marcado y Etiquetado

Food and Drug Administration (FDA) es el encargado de reglar el etiquetado de alimentos envasados.



Figura 18. Etiqueta del producto

Fuente: Elaboración Propia

Cabe señalar que este producto es orgánico y sin gluten, por lo que se deben colocar

los siguientes logotipos:



Figura 19. Certificación del producto

Fuente: (BIOCOMERCIO, 2010)

Pictogramas de manejo

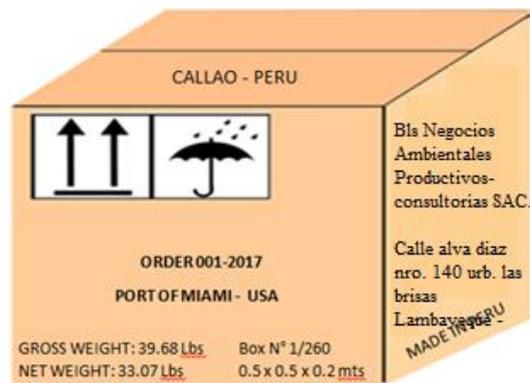


Figura 20. Diseño del marcado de Bls Negocios Ambientales Productivos – consultorías SAC.

Fuente: Elaboración Propia

Unitarización y cubicaje de la carga

Para la unitarización de dicho producto se necesita palets de madera que contengan la certificación NIMF la misma que regulariza el embalaje de madera., certificada por SENASA.

La descripción del producto es la siguiente:

- ✓ Es de madera y se encontrará correctamente fumigado
- ✓ Dimensiones: 1m x 1.2m x 0.25 m
- ✓ Peso: 20Kg
- ✓ Peso máximo de resistencia: 1 tonelada
- ✓ Proveedor: Representaciones madereras S.A (REMASA)



Figura 21. Pallet Americano

Fuente: (Tropical Pallets, 2016)

Para la unitarización y cubicaje se debe considerar los siguientes datos de la carga de un embarque:



Figura 22. Datos de unitarización y cubicaje

Fuente: Elaboración Propia

- **Cajas por pallet:**

Se colocarán 4 camas las cuales nos permiten posicionar 8 cajas en cada pallet el mismo que soporta 240 Kg, se necesitará contar con 20 pallets.

- *Cantidad de pallets por contenedor:*

El ancho del contenedor Dry de 40', admite introducir 10 pallets de 1.20 metros de longitud, la cual permite instalar 20 pallets por envío. La empresa llegará a exportar 1 contenedor por año.

7.4 Canales de Distribución

La empresa encargada de la maquila es ARTPACK PERU.



Figura 23. Proceso de la logística de exportación

Fuente: Elaboración Propia

VIII. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

8.1 Fijación de precios

8.1.1 Costos y precios

El precio de la harina de champiñones comestible orgánica y sin gluten, la estrategia de fijación de precios es una parte fundamental para saber qué tan prevenido al pago.

Estrategia de Precio por Margen de rentabilidad:

Accede asemejar los costes finales, tanto los costes fijos como los variables incididos para obtener el producto, luego se divide por la cantidad de productos se debe establecer el coste unitario al que se añade o agrega un margen de beneficio que la compañía desea conseguir.

Precio de Venta: Costo Unitario Total + el Margen deseado

El precio es trascendental asumir que no observa esencialmente la demanda ni la competencia si es que hay diferenciaciones en precio.

Por ende, la empresa puede fijar su precio en función al comprador. A continuación,

Tabla 14. *Producción Anual de Harina de Hongos comestibles.*

Producción de Harina de Hongos		
Unidades	19,200	Productos
Peso	500	Gramos
Cantidad	9,600	Kilos
Cantidad	9.6	Toneladas

Fuente: Elaboración Propia

Se producirá 19,200 unidades de 500 gr en el primer período.

Tabla 15. *Costos de Producción*

COSTOS VARIABLES					
DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	PRECIO UNI. S/.	ANUAL S/.	
Cajas	unidad	320	S/0.60	S/192.00	
Bolsas	unidad	19200	S/0.45	S/8,640.00	
Etiquetas	unidad	19200	S/0.15	S/2,880.00	
Harina de hongos	kg	9600	S/40.00	S/384,000.00	
Maquila	kg	9600	S/0.47	S/4,512.00	
TOTAL				S/400,224.00	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 15 se reflejan los costes de elaboración de la harina de hongos comestibles envasada, estos costos son para el primer período.

Tabla 16. Costos de Exportación.

COSTOS DE EXPORTACION					
DESCRIPCIÓN	UNID	CAN	PRECIO	ANUAL S/.	
		T	UNI. S/.		
CERTIFICADO SANITARIO	unidad	2	S/75.18	S/150.36	
CERTIFICADO DE ORIGEN	unidad	1	S/0.00	S/0.00	
FDA	unidad	1	S/0.00	S/0.00	
CERTIFICADO DE LIBRE	mes	2	S/75.18	S/150.36	
COMERCIALIZACION					
TRANSPORTE LOCAL	mes	2	S/800.00	S/1,600.00	
OPERADOR LOGISTICO	mes	2	S/402.00	S/804.00	
AFORO EN PLANTA	mes	2	S/297.00	S/594.00	
INSPECCIÓN BOE	mes	2	S/709.00	S/1,418.00	
TOTAL				S/4,716.72	

Fuente: Elaboración Propia

Los Costes de exportación por envío hacen un total de **S/4,716.72**, asimismo la empresa; efectuará 2 envíos el costo asciende a **S/9,433.44**.

Tabla 17. Gastos de Personal.

CARGO	N	SUELDO BASE		GRA TI.	SALU D	CTS	TOT AL	TOTA L	COSTO TOTAL
		MES	AÑO						
GERENTE GENERAL	1	S/. 2,500.00	S/. 30,000	S/. 5,000	S/. 2,700	S/. 2,500.00	S/. 5,200	S/. 40,200	S/. 3,350.00
A. DE COMERCIO EXTERIOR Y VENTAS	1	S/. 1,800.00	S/. 21,600.	S/. 3,600	S/. 1,944	S/. 1,800.00	S/. 3,744	S/. 28,944	S/. 2,412.00
LOGÍSTICA Y OPERACIONES	1	S/. 1,500.00	S/. 18,000.	S/. 3,000	S/. 1,620	S/. 1,500.00	S/. 3,120	S/. 24,120	S/. 2,010.00
CONTADOR	1	S/. 300.00	S/. 3,600.00					S/. 3,600	S/. 300.00
Total	4	S/. 6,000.00	S/. 72,000.	S/. 11,600 .00	S/. 6,264.0 0	S/. 5,800.00	S/. S/12, 064	S/. 95,664	S/7,972

Fuente: Elaboración Propia

La empresa tiene 2 trabajadores fijos y un contador externo el cual percibe un ingreso mensual de S./ 300.

Tabla 18. Costos Fijos.

COSTOS FIJOS				
DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	PRECIO UNI. S/.	ANUAL S/.
ALQUILER DEL LOCAL	MES	S/12	S/1,200.00	S/14,400.00
DEPRECIACIÓN	MES	S/12	S/24.72	S/296.67
MANTENIMIENTO	MES	S/12	S/50.00	S/600.00
AGUA	MES	S/12	S/40.00	S/480.00
ENERGÍA ELÉCTRICA	MES	S/12	S/50.00	S/600.00
TELEFONO	MES	S/12	S/60.00	S/720.00

COSTOS ADM	S/33,590.00
COSTOS VENTAS	S/11,227.20
COSTOS DE EXPORTACIÓN	S/4,716.72
TOTAL	S/66,630.59

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19. Costos Variables.

COSTOS VARIABLES				
DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	PRECIO UNI. S/.	ANUAL S/.
Cajas	unidad	320	S/0.60	S/192.00
Bolsas	unidad	19200	S/0.45	S/8,640.00
Etiqueta	unidad	19200	S/0.15	S/2,880.00
Harina de hongos	kg	9600	S/40.00	S/384,000.00
Maquila	kg	9600	S/0.47	S/4,512.00
TOTAL				S/400,224.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20. Punto de Equilibrio.

P. VENTA UNI.	S/.24.32	+	S/45.68
P. VENTA UNI.	S/70.00		
PTO.	COSTOS F.T		
EQUILIBRIO			
	PVU-CVU		
PTO.	6,648.51		
EQUILIBRIO			

Fuente: Elaboración Propia

Se necesita vender 6,648.51 unidades por año para no perder ni ganar. BLS Negocios Ambientales Productivos – consultorías SAC. Mismo que venderá 19,200 u, por año, el cual sobrepasa al punto de equilibrio siendo un total de 12,551.49 unidades, produciendo dividendo.

También se estableció el precio de venta, con un precio total de S./70 en precio FOB.

IX. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

9.1 Inversión fija

9.1.1 Activos Tangibles

Tabla 21. *Activos Tangibles*

DESCRIPCIÓN	UNIDA D	CANT .	PRECIO UNI. S/.	SUB TOTAL S/.
SILLA FIJA	unidad	S/7.00	S/50.00	S/350.00
ESCRITORIO	unidad	S/3.00	S/180.00	S/540.00
ARCHIVADOR	unidad	S/10.00	S/35.00	S/350.00
		0		
TOTAL				S/1,240.00

MAQUINARIA Y EQUIPO				
DESCRIPCIÓN	UNIDA D	CANT .	PRECIO UNI. S/.	SUB TOTAL S/.
Laptop marca Sansung	unidad	S/2.00	S/1,300.00	S/2,600.00
Impresora Epson	unidad	S/2.00	S/400.00	S/800.00
Reloj Biométrico	unidad	S/1.00	S/350.00	S/350.00
TOTAL				S/3,750.00

Fuente: Elaboración Propia

9.2 Capital de Trabajo

Tabla 22. *Capital de Trabajo*

MATERIA PRIMA E INSUMOS	Año	19200	unidades	
DESCRIPCION	UNID	CANT	PRECIO UNI. S/.	SUB TOTAL S/.
Cajas	unidad	320	S/ 0.60	S/. 192
Bolsas	unidad	19200	S/ 0.45	S/. 8,640

Etiqueta	unidad	19200	S/ 0.15	S/.2,880
Harina	kg	9600	S/ 40.00	S/. 384,000
TOTAL				S/. 395,712

Fuente: Elaboración Propia

El capital de trabajo que necesita la empresa BLS Negocios Ambientales Productivos – consultorías SAC para operar es de S/. 395,712.00, la inversión cubrirá los costos y gastos de producción y comercialización de las 19,200 unidades.

Inversión Total

Tabla 23. Inversión Total

ITEM	
1. INVERSIÓN FIJA	S/. 6,270.00
1.1 INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/. 4,990.00
ACONDICIONAMIENTO	S/1,240.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	S/3,750.00
1.2. INVERSIÓN FIJA	S/. 1,280.00
INTANGIBLE	
PREPARACIÓN DEL	S/ 1,000.00
PROYECTO	
MONTAJE Y PREPARACIÓN	S/ 280.00
PARA PUESTA EN MARCHA	
2. CAPITAL DE TRABAJO	S/.1,699,662.00
2.1. Existencias	S/
	-
2.2. Disponible	S/1,191,366.00
2.3. Exigible	S/. 508,296.00
3. IMPREVISTOS	S/.125.40
5% de la inversión fija	S/. 125.40
INVERSIÓN TOTAL	S/.1,706,057.40

Fuente: Elaboración Propia

9.4 Propuesta de Costos

Tabla 24. *Costos de Producción del Producto Terminado*

2020	2021	2022	2023	2024
S/.395,712.00	S/415,497.60	S/436,272.48	S/458,086.10	S/480,990.41
9600 Kg	10080 Kg	10584 Kg	11113 Kg	11669 Kg

Fuente: Elaboración Propia

En el año 1, se exportarán 19.200 unidades en dos lotes, semestralmente, por lo que los preparativos costarán S./ 395,712.

Tabla 25. *Costos de venta*

COSTOS DE VENTAS				
DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	PRECIO UNI. S/.	ANUAL S/.
ASISTENCIA A FERIAS	anual	1	S/3,000.00	S/3,000.00
PUBLICIDAD	anual	2	S/3,000.00	S/6,000.00
COMISIONES	anual	2	S/192.00	S/384.00
BONOS	mes	12	S/153.60	S/1,843.20
TOTAL				S/. 11,227.20

Fuente: Elaboración

Tabla 26. *Depreciación de Equipos*

COSTO	AÑO	COSTO POR AÑO	COSTO POR MES
S/.350.00	3	S/ 116.67	S/.9.72
S/.540.00	3	S/ 180.00	S/.15.00
		S/.296.67	S/.24.72
S/.2,600.00	3	S/ 866.67	S/.72.22

S/.800.00	3	S/. 266.67	S/. 22.22
S/.350.00	3	S/. 116.67	S/. 9.72
S/.	3	S/.	S/.
-	-	-	-
S/.	3	S/	S/.
-	-	-	-
		S1,250.00	S/. 104.17

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27. Cantidad a Exportar Anual (5 años)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
U. por contenedor	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
N. de contenedores	2	2	3	3	4
Total	19,200	19,200	28,880	28,800	38,400

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28. Ingreso por Ventas

0	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	S/1,344,000	S/1,411,200	S/1,481,760.00	S/1,555,848.00	S/1,633,640.40

Fuente: Elaboración Propia

Presupuesto de Egresos

Tabla 29. Gastos de Promoción del Producto

COSTOS DE VENTAS					
DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	PRECIO UNI. S/.	ANUAL S/.	
ASISTENCIA A FERIAS	anual	1	S/5,000.00	S/5,000.00	
PUBLICIDAD	anual	2	S/3,000.00	S/6,000.00	
COMISIONES	anual	2	S/192.00	S/384.00	
BONOS	mes	12	S/153.60	S/1,843.20	

TOTAL	S/. 11,227.20
--------------	----------------------

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos para la difusión de la harina de hongos comestibles son extremadamente importantes para lograr realizar ventas, es por eso que habrá participación en ferias internacionales en los Estados Unidos de productos orgánicos y / o saludables, nuestra participación se realizará una vez por año en un costo de S./5,000.

Tabla 30. Gastos Administrativos

COSTOS ADMINISTRATIVOS				
DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	PRECIO UNI. S/.	ANUAL S/.
GERENTE GENERAL	mes	12	S/2,500.00	S/30,000.00
ASISTENTE DE VENTAS Y COMERCIO EXTERIO			S/1,800.00	S/.28,944.00
ÚTILES DE LIMPIEZA	mes	12	S/60.00	S/720.00
MATERIALES DE ESCRITORIO	mes	6	S/150.00	S/900.00
DEPRECIACIÓN	mes	12	S/104.17	S/1,250.00
INTERNET	mes	12	S/60.00	S/720.00
TOTAL				S/62,534.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31. Inversión alquileres de oficina y almacén

Detalle	Unidad	Cantidad	Alquiler	Anual
<i>Oficina administrativa y almacén</i>	Metros	150 m2	S./1,200	S./14,400

Fuente: Elaboración Propia

Almacén y oficina BIs Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC. Están ubicados en Chiclayo. El alquiler mensual es de S./1200 ascendiendo a S/. 14,400 anuales.

Flujo de Caja Proyectado

Tabla 32. *Flujo de Caja Proyectado*

	2020	2021	2022	2023	2024
1. INGRESOS	S/1,384,320.00	S/1,453,536.00	S/1,526,212.8	S/1,602,523.44	S/1,682,649.61
VENTAS	S/1,344,000.00	S/1,411,200.00	S/1,481,760.0	S/1,555,848.00	S/1,633,640.40
DRAWBACK	S/40,320.00	S/42,336.00	S/44,452.80	S/46,675.44	S/49,009.21
2. EGRESOS	S/468,854.59	S/484,128.19	S/504,903.07	S/526,716.69	S/549,621.00
COSTOS FIJOS	S/68,630.59	S/68,630.59	S/68,630.59	S/68,630.59	S/68,630.59
COSTOS VARIABLES	S/400,224.00	S/415,497.60	S/436,272.48	S/458,086.10	S/480,990.41
UTILIDAD BRUTA	S/875,145.41	S/927,071.81	S/976,856.93	S/1,029,131.31	S/1,084,019.40
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/33,590.00	S/33,590.00	S/33,590.00	S/33,590.00	S/33,590.00
GASTOS DE VENTA	S/13,227.20	S/13,227.20	S/13,227.20	S/13,227.20	S/40,944.00
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	S/4,716.72	S/63,820.00	S/63,820.00	S/63,820.00	S/63,820.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/823,611.49	S/816,434.61	S/866,219.73	S/918,494.11	S/945,665.40
GASTOS FINANCIEROS	S/16,510.32	S/16,510.32	S/16,510.32	S/16,510.32	S/16,510.32
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	S/807,101.17	S/799,924.29	S/849,709.41	S/901,983.79	S/929,155.08
IMPUESTOS (29.5%)	S/238,094.85	S/235,977.67	S/250,664.28	S/266,085.22	S/274,100.75

	3				
	0				
UTILIDAD NETA	S/569,006.33	S/563,946.63	S/599,045.14	S/635,898.57	S/655,054.33
-S/1,706,057.4					

Fuente: Elaboración Propia

El presente flujo de caja está proyectado para los próximos 5 años, en la cual se puntualizan los movimientos de ingreso y salida de dinero en la empresa.

Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 33. Estado de Ganancias y Pérdidas

ESTADO DE RESULTADOS					
1. INGRESOS	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,344,000	1,411,200.0	1,481,760.0	1,555,848.0	1,633,640.4
		0	0	0	0
2. EGRESOS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	464,342.59	484,128.19	504,903.07	526,716.69	549,621.00
COSTOS FIJOS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	68,630.59	68,630.59	68,630.59	68,630.59	68,630.59
COSTOS VARIABLES	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	395,712.00	415,497.60	436,272.48	458,086.10	480,990.41
UTILIDAD BRUTA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	879,657.41	927,071.81	976,856.93	1,029,131.3	1,084,019.4
				1	0
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	33,590.00	33,590.00	33,590.00	33,590.00	33,590.00
GASTOS DE VENTA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	13,227.20	13,227.20	13,227.20	13,227.20	13,227.20
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	4,716.72	4,716.72	4,716.72	4,716.72	4,716.72
UTILIDAD OPERATIVA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	828,123.49	875,537.89	925,323.01	977,597.39	1,032,485.4
					8
GASTOS FINANCIEROS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	16,510.32	16,510.32	16,510.32	16,510.32	16,510.32

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	811,613.17	859,027.57	908,812.69	961,087.07	1,015,975.16
IMPUESTOS (29.5%)	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	239,425.89	253,413.13	268,099.74	283,520.69	299,712.67
UTILIDAD NETA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	572,187.29	605,614.44	640,712.95	677,566.38	716,262.49
DRAWBACK	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	40,320.00	42,336.00	44,452.80	46,675.44	49,009.21
UTILIDAD NETA MAS DRAWBACK	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	612,507.29	647,950.44	685,165.75	724,241.82	765,271.70
impuesta a la renta	0.295				
GANANCIAS (%)	46%				
COSTO DE MERCANCÍA VENDIDAS (%)	34.55%				

Fuente: Elaboración Propia

Aquí se muestra el movimiento financiero de la empresa en los primeros 5 años. Los ingresos se basan en las ventas, que se restarán de los costes de producción y depreciación, obteniendo una ganancia efectiva en los 5 años, Después de cubrir gastos administrativos y de venta, gastos financieros e impuestos, la empresa Bls Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC. Tiene una ganancia del 46%.

10. Evaluación de la Inversión

10.1 Evaluación Económica

Tabla 34. *Evaluación Económica*

VAN Y						
TIR						
	0	2020	2021	2022	2023	2024
F.	-S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
C.	1,706,057.40	569,006.33	563,946.63	599,045.14	635,898.57	655,054.

VA	S/.568,428.63	VALOR MERCADO	10%
N			
TI	22%		
R			

Fuente: Elaboración Propia

El VAN es mayor a 1 por lo tanto, el proyecto empresarial es aceptado, con un VAN S./ 568,428.63% y un TIR de 22%, lo que resultó en que el proyecto sea viable y aceptable.

10.2 Evaluación Social

El giro al que se dedica la empresa no transgrede ningún interés social, no perjudica a ningún grupo social y no genera conflictos, la sociedad tiene una responsabilidad social con los productores de hongos comestibles, con el único propósito de promover el consumo a nivel internacional, producir ingresos para las familias vinculadas a esta actividad.

10.3 Impacto Ambiental

El perfeccionamiento de la actividad de la empresa no interviene negativamente en el medio ambiente ya que no se utilizan insecticidas ni pesticidas, además de ningún producto químico, la recolección de hongos es realizada directamente por los propios agricultores.

10.4 Riesgo del tipo de cambio

El escenario es óptimo a un tipo de cambio es de 3.4 y el escenario pesimista a 3.0. Teniendo en cuenta que si el tipo de cambio sube se incrementarán los ingresos percibiendo más dinero por cada sol invertido.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Se describió el entorno de la empresa Bls Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC, que no cuenta con las certificaciones necesarias para la exportación de harina de hongos comestibles a los EE. UU, siendo esto de gran importancia para la inserción de productos alimenticios en un mercado tan exigente, por lo que debe invertir en certificaciones como FDA, HACCP, etc. Asimismo, el TLC ofrece una ventaja competitiva, ya que está exento de pagos arancelarios.

Se pudo concluir que el mercado de Estados Unidos reacciona de manera positiva y muestra una aceptación del producto de harina de hongos comestibles tomando como referencia de los niveles de importación de dicho mercado para el producto, se observa que el país de destino es uno de los principales importadores de harina y de productos orgánicos libres de gluten.

La investigación concluye en que para realizar la exportación de harina de hongos comestibles al mercado de Estados Unidos es necesario la elaboración de un plan de negocios la cual brindara las herramientas necesarias y la rentabilidad que presente el mismo.

El plan de negocios evidentemente mejora la exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos, sirviendo de guía para que la empresa logre cumplir con sus objetivos. El plan de negocio se efectuó siguiendo la estructura de una empresa en marcha de Karen Weinberger, obteniendo un VAN S./ 568,428.63 y una tasa interna de retorno del 22%,

4.2. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa Bls Negocios Ambientales Productivos-consultorías SAC., trabajar en sus debilidades para lograr tener un posicionamiento en el mercado.

Mediante el análisis de mercado se determinó que existen otros países que importan harina, por ello se recomienda a la empresa realizar nuevos estudios de mercado para no depender económicamente de un solo país.

Se recomienda cumplir con todos los requerimientos y requisitos establecidos en el plan de negocios para poder realizar la exportación de harina de hongos comestibles al mercado de Estados Unidos.

La ejecución del plan de negocio puesto que según los análisis económicos financieros se muestra viable y sostenible.

5. REFERENCIAS

- ADEX. (3 de Abril de 2009). *Ficha de requisitos técnicos de acceso al mercado de EE.UU.* Obtenido de ADEX:
<http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1517/palta%20fresca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Agraria.pe. (29 de Marzo de 2019). *Exportación de harina de lúcumas llegó a US\$ 296 mil durante el primer bimestre.* Obtenido de Agraria.pe: <https://agraria.pe/noticias/exportacion-de-harina-de-lucuma-llego-a-us-296-mil-durante-e-18707>
- Agrimundo. (21 de Febrero de 2018). *Tendencia: mayor popularidad de los hongos como fuente de proteína.* Obtenido de Agrimundo: <http://www.agrimundo.gob.cl/?p=35182>
- Andina. (7 de Marzo de 2018). *Oferta agroexportadora no tradicional del Perú ingresó a 99 países en enero de 2018.* Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-oferta-agroexportadora-no-tradicional-del-peru-ingreso-a-99-paises-enero-2018-702404.aspx>
- Andina. (12 de Marzo de 2019). *Volumen de exportaciones no tradicionales creció 23.8% en enero 2019.* Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-volumen-exportaciones-no-tradicionales-crecio-238-enero-2019-745150.aspx>
- Ballesteros, A. (2007). *Comercio Exterior: teoría y práctica* (Segunda Edición ed.). España.
- Barreda, S. V. (9 de Febrero de 2017). *Hongos comestibles de bosques cajamarquinos para exportación.* Obtenido de Agromin:
<http://agrominperu.com/publicaciones/2018/junio/5.%20Responsabilidad%20Social%20-%20Sa%20C3%20BAI%20Vigil%20-%20ALAC.pdf>
- Becerra, M. W. (2017). *“Plan de negocios para la exportación de quinua de la empresa corporación agrícola la hacienda S.A.C hacia el mercado de Estados Unidos, periodo 2018-2021”.* Pimentel, Perú. Obtenido de
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5187/Becerra%20Primo%20Mario%20Waldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cahuas, E. M. (2017). *Estrategias comerciales y exportación de harina de lúcumas deshidratada al mercado español, Huaral 2017.* Lima, Perú. Obtenido de
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2187/TESES%20DE%20CAHUAS%20FLORES%20EMILIO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Caravedo, L. (2017). *Exportación de Harina de Quinua a California, Estados Unidos.* Lima, Perú. Obtenido de
http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6088/Caravedo_Guidino_Leopoldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, A. M. (2008). *Manual de las exportaciones.* Colombia: Universidad del Rosario.
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación.* Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Diario el Exportador. (2014). *Tipos de exportación.* Obtenido de Diario el Exportador:
https://www.diariodelexportador.com/2014/11/tipos-de-exportacion_10.html
- Díaz, A. L., & Ramírez, P. F. (2016). *El mercado de Estados Unidos como una oportunidad de negocio para incrementar la exportación de lúcumas peruana 2017-2021”.* Trujillo, Perú.

- Obtenido de
<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13160/Diaz%20Infantes%20Ana%20Lucia%20-%20Ramirez%20Alvarez%20Paola%20Franchezka.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Digital, T. (02 de Abril de 2021). *Crecen las ventas al exterior de trufas comestibles que cotiza hasta 1.500 euros por kilo*. Obtenido de Télam Digital:
<https://www.telam.com.ar/notas/202104/549449-trufas-ventas-exterior.html>
- Durand Seclen , Y. R., & Ortiz Mendoza, M. E. (2017). *Propuesta de plan de negocios para la produccion y comercializacion de hongo deshidratado suillus luteus l. en el distrito alto andino de incahuasi provincia de ferreñafe region lambayeque*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/2368/BC-TES-TMP-1247.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Elias, J. (19 de Noviembre de 2018). *A Chile, Polonia y Alemania se exportan hongos de Incahuasi*. Obtenido de La Republica: <https://larepublica.pe/economia/1360501-chile-polonia-alemania-exportan-hongos-incahuasi/>
- Eugenia Toledo, M. (2019). *Montaje de una empresa procesadora y comercializadora de harina de ñame diamante (dioscorea alata) Colombia*. Colombia. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/14799/1/PosadaMaria_2019_EmpresaHarinaName.pdf
- Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- García, E. (2017). *Plan de negocio para la producción y comercialización de harina de tara (caesalpinia spinosa) del distrito de Tingo*. Chachapoyas, Perú. Obtenido de http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/764/FIA_194.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gil, L. (2002). *El plan de Negocio*. Obtenido de http://cursa.ihmc.us/rid=1121284913140_2078301270_1638/anexo%201_coment3.pdf
- Kloter, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta Edicion ed. ed.). Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Kluwer, W. (s.f). *Estrategias de Crecimiento*. Obtenido de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjMzNTtbLUouLM_DxblwMDS0NDA7BAZlqIS35ySGVBqm1aYk5xKgCV229FNQAAAA==WKE
- McCarthy, J. (2012). *Marketing Mix: Las 4 P's de Marketing*. Obtenido de eoi.es:
<https://www.eoi.es/blogs/josefinapaniagua/2012/01/25/marketing-mix-las-4-ps-de-marketing/>
- Metric Conversions. (2018). *Tabla de onzas a gramos*. Obtenido de Metric Conversions:
<https://www.metric-conversions.org/es/peso/onzas-a-gramos.htm>
- Mina, Á. (2009). *Guía práctica de investigación*. Cali, Colombia: El Cid Editor | apuntes, 2009.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f). Obtenido de Acuerdos Comerciales del Perú:
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78
- Muñiz, R. (2018). *Marketing en el siglo XXI* (5ª Edición ed.).
- Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa* (Vol. 12). Colombia.
- Observatorio Grangero. (2018). Obtenido de Observatorio Grangero:
http://www.mercadomodelo.net/c/document_library/get_file?uuid=bc364da5-ae2-40a5-b818-cffecd46d745&groupId=42766
- Pérez, S. P. (2002). *Del Ocio del Negocio: Preguntas y retos para iniciar un negocio*. (Panorama, Ed.) Mexico: Panorama.
- Pillaca, R. M. (2017). *Exportación de Harina de pescado al mercado chino en el periodo del 2014-2017*. Pimentel, Perú. Obtenido de
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30396/Pillaca_LRM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Porter, M. (2015). *Las 3 Estrategias Genéricas de Michael Porter*. Obtenido de
<http://www.5fuerzasdeporter.com/las-3-estrategias-genericas-michael-porter/>.
- ProChile. (2016). *Consumo de alimentos libres de gluten en Estados Unidos*. Obtenido de ProChile:
https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2016/08/Tendencias_EEUU_Gluten_2016.pdf
- Rodríguez, J. A. (2005). *Manual de ingeniería y diseño de envase y embalaje : para la industria de los alimentos, químico, farmacéutica y de cosméticos*. México: Instituto Mexicano de Profesionales en Envase y Embalaje, 2005.
- Rodríguez, J. A. (2015). *Manual de Ingeniería y Diseño de Envase y Embalaje*. México: Instituto Mexicano de Profesionales en Envase y Embalaje, 2015.
- Rojas, L. N. (2017). *Exportación de harina de maracuyá hacia el mercado de Valparaiso*. Lima, Perú. Obtenido de
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2933/1/rojas_cln.pdf
- Root, G. (2018). *Mercado objetivo*. Obtenido de lavoz: <https://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-mercado-objetivo-5213.html>
- Rozas, S., & Corredor, C. (2016). *Negocios internacionales Fundamentos y Estrategias*. (J. Lombana, Ed.) Universidad del Norte.
- Samaniego Bocca. (2017). *Diseño de un plan de exportación de conserva de grosella verde a Lima – Perú*. Guayaquil. Obtenido de <https://1library.co/document/z3dk1j7y-diseno-plan-exportacion-conserva-grosella-verde-lima-peru.html>
- Seminario Sánchez, M. (26 de Febrero de 2020). *InfoMercado*. Obtenido de Consumo de champiñones crecería 10% este año: <https://infomercado.pe/consumo-de-champinones-creceria-10-este-ano/>

- Siicex. (2014). *Ferías Internacionales*. Obtenido de Siicex:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/rutaexportadora/21-Programa-de-Ferias-Internacionales.pdf>
- Siicex. (2016). *Levantamiento de Información Logística para Exportaciones de Harina de Maca al estado de New York EEUU – 2016*. Obtenido de Siicex:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/49137554rad1C9CF.pdf>
- Siicex. (2016). *Manuel de documentos de Exportación*. Obtenido de Siicex:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
- Suárez Rincón Luz. (2016). *Plan de negocios para la creación de una empresa de producción y comercialización de un suplemento alimenticio a base de harina de quinua, avena y guayaba*. Bogotá, Colombia.
- Sunat. (2015). *Orientación Aduanera Exportación*. Obtenido de Sunat:
<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/>.
- Sunat. (2017). *Características de la partida arancelaria*. Obtenido de Sunat:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-04/ctrlCambios/anexos/DS342-2016-EF.pdf>
- Trademap. (14 de octubre de 2018). *Trademap*. Obtenido de Trademap:
<https://www.trademap.org>
- Vázquez, R. (s.f). *Barreras arancelarias*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/barreras-arancelarias.html>
- Velázquez, E. (2012). *Canales de Distribución Y Logística*. México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Vergara, N. (2012). *Marketing y Comercialización Internacional*. (coediciones, Ed.) Obtenido de coediciones: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/09/Marketing-y-comercializacion-internacional-1ra-edici%C3%B3n.pdf>
- Villota, J. A. (2016). *Plan de negocios para la exportación de harina de semilla de chía, hacia Canadá en el año 2016*. Quito, Ecuador.
- Weinberger, K. (2009). *Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Eduardo Lastra D.

6. ANEXOS

Anexo 01: Guía de Entrevista



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022

OBJETIVO: Recolectar información acerca de las variables de investigación

Guía de entrevista dirigida a

1. ¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?
2. ¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?
3. ¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?
4. ¿Cree usted que el precio de su producto será competitivo en el mercado estadounidense?
5. ¿De qué manera se diferencia la harina de hongos comestibles con respecto a la harina de productos similares?
6. ¿Qué estrategia realizaría para incrementar la venta de harina de hongos comestibles?
7. ¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense?
¿Por qué?
8. ¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?
9. ¿De qué manera fijaría sus precios en el mercado internacional?
10. ¿Los canales de distribución logístico están bien diseñados para el mercado de destino?
11. ¿Cuáles son las estrategias de promoción que usara para posicionar su marca en el mercado de Estados Unidos?



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022

OBJETIVO: Recolectar información acerca de las variables de investigación

Guía de entrevista dirigida a

1. **¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?**
2. **¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?**
3. **¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?**
4. **¿Cuál sería la mejor estrategia para que el precio de nuestro producto sea competitivo en el mercado estadounidense?**
5. **¿Conoce algún producto similar que se haya exportado en el mercado de Estados Unidos?**
6. **¿Qué tipo de estrategias realizan otras empresas para aumentar sus ventas en el mercado internacional?**
7. **¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿Por qué?**
8. **¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?**
9. **¿Cuál sería la mejor estrategia para posicionar el producto a un precio accesible?**
10. **¿Los canales de distribución logístico están bien diseñados para el mercado de destino?**
11. **¿Qué estrategia de promoción cree que es la mas idónea para el ingreso de nuestro producto a Estados Unidos? ¿Por qué?**
12. **¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso de la**

harina de hongos comestibles a Estados Unidos?

- 13. ¿Qué certificaciones o requisitos internacionales son necesarios para ingresar al mercado de Estados Unidos?**
- 14. ¿Cree que publicitar y/o promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Por qué?**
- 15. ¿Qué documentos se deben tener durante el proceso de movilización del producto en Estados Unidos?**
- 16. ¿Cuál es el envase, empaque y etiquetado que se utiliza para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?**
- 17. ¿Cuál es el mejor canal de distribución para el ingreso de harina de hongos comestibles a Estados Unidos? ¿Por qué?**
- 18. ¿Qué medio de transporte internacional es el mas idóneo y rentable para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?**

Anexo 02: Carta de Aceptación de la Empresa

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Chiclayo, 17 agosto 2022

Señor:

Lalopu Nuñez Arian Samuel

Gerente General

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA HONGOS DEL BOSQUE SAC, 2022”

Por el presente, el que suscribe Lalopu Nuñez Arian Samuel , representante legal de la Empresa HONGOS DEL BOSQUE SAC, Autorizo a los alumnos: Josse Jonathan Tarrillo Rojas, identificado con DNI N° 46962243 y Edy Gabriel Regalado Regalado identificado con DNI N°75683446, estudiantes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, y autores del trabajo de investigación, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de investigación, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.

HONGOS DEL BOSQUE SAC.


A Samuel Lalopu Nuñez
GERENTE

Lalopu Nuñez Arian Samuel

DNI: 73183441

Gerente General

**CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR
JUICIO DE EXPERTO**

1	Nombre del Juez	Jean Michell Carrion Mezones
2	Profesión	Comercio y Negocios Internacionales
	Mayor Grado Académico obtenido	Magister Finanzas Corporativas
	Experiencia Profesional(en años)	6 años
	Institución donde labora	USS
	Cargo	Docente
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION</u>		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022		
Autores: Regalado Regalado Edy Gabriel, Tarrillo Rojas Josse Jonathan		
Asesor: Espinoza Rodriguez, Hugo Redib		
Instrumento evaluado	Guía de Entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación del Plan de negocio para la exportación de harina de hongos comestibles a EE. UU, empresa Bls Negocios Ambientales Productivos- Consultoría Sac, 2022	
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Esta entrevista será aplicada a expertos en comercio internacional. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias		

Plan de Negocios y Exportación		
Entrevista a Expertos		
1. ¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?	A (✓) D ()	Sugerencias.....
2. ¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?	A (✓) D ()	Sugerencias.....
3. ¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?	A (✓) D ()	Sugerencias.....

4. ¿Cuál sería la mejor estrategia para que el precio de nuestro producto sea competitivo en el mercado estadounidense?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
5. ¿Conoce algún producto similar que se haya exportado en el mercado de Estados Unidos?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
6. ¿Qué tipo de estrategias realizan otras empresas para aumentar sus ventas en el mercado internacional?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
7. ¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿Por qué?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
8. ¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
9. ¿Cuál sería la mejor estrategia para posicionar el producto a un precio accesible?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
10. ¿Los canales de distribución logística están bien diseñados para el mercados de destino?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
11. ¿Qué estrategia de promoción cree que es la mas idónea para el ingreso de nuestro producto a Estados Unidos? ¿Por qué?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
12. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso de la harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
13. ¿Qué certificaciones o requisitos internacionales son necesarios para ingresar al mercado de Estados Unidos?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
14. ¿Cree que publicitar y/o promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Por qué?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
15. ¿Qué documentos se deben tener durante el proceso de movilización del producto en Estados Unidos?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
16. ¿Cuál es el envase, empaque y etiquetado que se utiliza para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
17. ¿Cuál es el mejor canal de distribución para el ingreso de harina de hongos comestibles a Estados Unidos? ¿Por qué?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	
18. ¿Qué medio de transporte internacional es el mas idóneo y rentable para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(✓) D ()
Sugerencias.....	

Jean H.

FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 41609079

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Jean Michell Carrión Mezones
2	Profesión	Comercio y Negocios Internacionales
	Mayor Grado Académico obtenido	Magister Finanzas Corporativas
	Experiencia Profesional(en años)	6 años
	Institución donde labora	USS
	Cargo	Docente
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION</u>		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022		
Autores: Regalado Regalado Edy Gabriel, Tarrillo Rojas Josse Jonathan		
Asesor: Espinoza Rodriguez, Hugo Redib		
Instrumento evaluado		Guía de Entrevista
Objetivo del Instrumento		Recoger información para el desarrollo de la investigación del Plan de negocio para la exportación de harina de hongos comestibles a EE. UU, empresa BLS Negocios Ambientales Productivos- Consultoría Sac, 2022
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Esta entrevista será aplicada al gerente general de la empresa BLS negocios ambientales productivos – consultorías SAC. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias		

Plan de Negocio		
Entrevista a la Empresa		
1. ¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?	A (✓) D ()	Sugerencias.....
2. ¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?	A (✓) D ()	Sugerencias.....

3. ¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
4. ¿Cree usted que el precio de su producto será competitivo en el mercado estadounidense?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
5. ¿De qué manera se diferencia la harina de hongos comestibles con respecto a la harina de productos similares?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
6. ¿Qué estrategia realizaría para incrementar la venta de harina de hongos comestibles?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
7. ¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿Por qué?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
8. ¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
9. ¿De qué manera fijaría sus precios en el mercado internacional?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
10. ¿Los canales de distribución logístico están bien diseñados para el mercados de destino?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
11. ¿Cuáles son las estrategias de promoción que usara para posicionar su marca en el mercado de Estados Unidos?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....

Edy Gabriel

FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 41609079

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado

**CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR
JUICIO DE EXPERTO**

1	Nombre del Juez	Betsy Arrunategui Huamán
2	Profesión	Estadístico
	Mayor Grado Académico obtenido	Magister
	Experiencia Profesional(en años)	0 años
	Institución donde labora	Docente USS
	Cargo	Docente
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION</u>		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022		
Autores:		Regalado Regalado Edy Gabriel, Tarrillo Rojas Josse Jonathan
Asesor:		Espinoza Rodriguez, Hugo Rodib
Instrumento evaluado		Guía de Entrevista
Objetivo del Instrumento		Recoger información para el desarrollo de la investigación del Plan de negocio para la exportación de harina de hongos comestibles a EE. UU, empresa Bls Negocios Ambientales Productivos- Consultoría Sac, 2022
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Esta encuesta será aplicada a los trabajadores de la empresa Bls negocios ambientales productivos – consultorías SAC. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias		

Plan de Negocio		
Entrevista a la Empresa		
1. ¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?	A (X)	D ()
Sugerencias.....		
2. ¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?	A (X)	D ()
Sugerencias.....		

3. ¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
4. ¿Cree usted que el precio de su producto será competitivo en el mercado estadounidense?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
5. ¿De qué manera se diferencia la harina de hongos comestibles con respecto a la harina de productos similares?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
6. ¿Qué estrategia realizaría para incrementar la venta de harina de hongos comestibles?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
7. ¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿Por qué?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
8. ¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
9. ¿De qué manera fijaría sus precios en el mercado internacional?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
10. ¿Los canales de distribución logístico están bien diseñados para el mercado de destino?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	
11. ¿Cuáles son las estrategias de promoción que usara para posicionar su marca en el mercado de Estados Unidos?	A(<input checked="" type="checkbox"/>)	D ()
	Sugerencias.....	



FIRMA JUEZ EXPERTO
DNI N° 43665321

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Betsy Arundatsui Huamán
2	Profesión	Estadístico
	Mayor Grado Académico obtenido	Magister
	Experiencia Profesional(en años)	8 años
	Institución donde labora	USS
	Cargo	Docente
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU. , EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022		
Autores: Regalado Regalado Edy Gabriel, Tarrillo Rojas Josse Jonathan Asesor: Espinoza Rodríguez, Hugo Redib		
Instrumento evaluado		Guía de Entrevista
Objetivo del Instrumento		Recoger información para el desarrollo de la investigación del Plan de negocio para la exportación de harina de hongos comestibles a EE. UU, empresa BLS Negocios Ambientales Productivos- Consultoría Sac, 2022
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Esta entrevista será aplicada a expertos en comercio internacional. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias		

Plan de Negocios y Exportación		
Entrevista a Expertos		
1. ¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?	A (X)	D ()
Sugerencias.....		
2. ¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?	A (X)	D ()
Sugerencias.....		
3. ¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?	A (X)	D ()
Sugerencias.....		

4. ¿Cuál sería la mejor estrategia para que el precio de nuestro producto sea competitivo en el mercado estadounidense?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
5. ¿Conoce algún producto similar que se haya exportado en el mercado de Estados Unidos?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
6. ¿Qué tipo de estrategias realizan otras empresas para aumentar sus ventas en el mercado internacional?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
7. ¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿Por qué?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
8. ¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
9. ¿Cuál sería la mejor estrategia para posicionar el producto a un precio accesible?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
10. ¿Los canales de distribución logístico están bien diseñados para el mercado de destino?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
11. ¿Qué estrategia de promoción cree que es la mas idónea para el ingreso de nuestro producto a Estados Unidos? ¿Por qué?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
12. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso de la harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
13. ¿Qué certificaciones o requisitos internacionales son necesarios para ingresar al mercado de Estados Unidos?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
14. ¿Cree que publicitar y/o promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Por qué?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
15. ¿Qué documentos se deben tener durante el proceso de movilización del producto en Estados Unidos?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
16. ¿Cuál es el envase, empaque y etiquetado que se utiliza para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
17. ¿Cuál es el mejor canal de distribución para el ingreso de harina de hongos comestibles a Estados Unidos? ¿Por qué?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		
18. ¿Qué medio de transporte internacional es el mas idóneo y rentable para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(X)	D ()
Sugerencias.....		



FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 43665321

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



**CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR
JUICIO DE EXPERTO**

1	Nombre del Juez	Rocero Salazar Casar R.
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Int.
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA
	Experiencia Profesional(en años)	5 años
	Institución donde labora	as
	Cargo	JTC
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</u>		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022		
Autores: Regalado Regalado Edy Gabriel, Tarrillo Rojas Josse Jonathan		
Asesor: Espinoza Rodríguez, Hugo Redib		
Instrumento evaluado		Guía de Entrevista
Objetivo del Instrumento		Recoger información para el desarrollo de la investigación del Plan de negocio para la exportación de harina de hongos comestibles a EE. UU, empresa BLS Negocios Ambientales Productivos- Consultoría Sac, 2022
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Esta entrevista será aplicada al gerente general de la empresa BLS negocios ambientales productivos – consultoría SAC. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias		

Plan de Negocio		
Entrevista a la Empresa		
1. ¿Cree usted que la harina de hongos comestible sería una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?	A <input checked="" type="checkbox"/>	D ()
Sugerencias.....		
2. ¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?	A <input checked="" type="checkbox"/>	D ()
Sugerencias.....		

3. ¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
4. ¿Cree usted que el precio de su producto será competitivo en el mercado estadounidense?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
5. ¿De qué manera se diferencia la harina de hongos comestibles con respecto a la harina de productos similares?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
6. ¿Qué estrategia realizaría para incrementar la venta de harina de hongos comestibles?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
7. ¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿Por qué?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
8. ¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
9. ¿De qué manera fijaría sus precios en el mercado internacional?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
10. ¿Los canales de distribución logístico están bien diseñados para el mercado de destino?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
11. ¿Cuáles son las estrategias de promoción que usara para posicionar su marca en el mercado de Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		

.....

 FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 44308266

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



**CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR
JUICIO DE EXPERTO**

1	Nombre del Juez	Rocero Salazar Cesar R.
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Int.
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA
	Experiencia Profesional(en años)	8 años
	Institución donde labora	USS
	Cargo	DTC
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION</u>		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE HONGOS COMESTIBLES A EE. UU, EMPRESA BLS NEGOCIOS AMBIENTALES PRODUCTIVOS-CONSULTORÍAS SAC, 2022		
Autores:	Regalado Regalado Edy Gabriel, Tarrillo Rojas Josse Jonathan	
Asesor:	Espinoza Rodriguez, Hugo Redib	
Instrumento evaluado		Guía de Entrevista
Objetivo del Instrumento		Recoger información para el desarrollo de la investigación del Plan de negocio para la exportación de harina de hongos comestibles a EE. UU, empresa BLS Negocios Ambientales Productivos- Consultoria Sac, 2022
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de la variable. Esta entrevista será aplicada a expertos en comercio internacional. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con un aspa en "A" si está de acuerdo o en "D" si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique sus sugerencias		

Plan de Negocios y Exportación		
Entrevista a Expertos		
1. ¿Cree usted que la harina de hongos comestible seria una buena oportunidad de negocio en el mercado internacional? ¿Por qué?	A (✓) D ()	Sugerencias.....
2. ¿Cree usted que Estados Unidos es un mercado atractivo para la exportación de harina de hongos comestibles?	A (✓) D ()	Sugerencias.....
3. ¿De qué manera favorece el TLC que tenemos con Estados Unidos?	A (✓) D ()	Sugerencias.....

4. ¿Cuál sería la mejor estrategia para que el precio de nuestro producto sea competitivo en el mercado estadounidense?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
5. ¿Conoce algún producto similar que se haya exportado en el mercado de Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
6. ¿Qué tipo de estrategias realizan otras empresas para aumentar sus ventas en el mercado internacional?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
7. ¿Cree usted que el producto tendría acogida en el mercado estadounidense? ¿Por qué?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
8. ¿Qué características considera usted que busca el comprador extranjero en un producto alimenticio sano y natural?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
9. ¿Cuál sería la mejor estrategia para posicionar el producto a un precio accesible?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
10. ¿Los canales de distribución logístico están bien diseñados para el mercado de destino?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
11. ¿Qué estrategia de promoción cree que es la más idónea para el ingreso de nuestro producto a Estados Unidos? ¿Por qué?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
12. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso de la harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
13. ¿Qué certificaciones o requisitos internacionales son necesarios para ingresar al mercado de Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
14. ¿Cree que publicitar y/o promocionar este producto en ferias internacionales es una buena estrategia? ¿Por qué?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
15. ¿Qué documentos se deben tener durante el proceso de movilización del producto en Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
16. ¿Cuál es el envase, empaque y etiquetado que se utiliza para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
17. ¿Cuál es el mejor canal de distribución para el ingreso de harina de hongos comestibles a Estados Unidos? ¿Por qué?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		
18. ¿Qué medio de transporte internacional es el más idóneo y rentable para exportación de harina de hongos comestibles a Estados Unidos?	A(✓)	D ()
Sugerencias.....		

.....
FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 44308266

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado