



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

## **TESIS**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO FINO DE  
AROMA EN GRANO AL MERCADO DE SUIZA**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. JOSÉ GABRIEL BENITES ESTRADA**

**PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PIURA, ABRIL 2018**

**PERÚ**

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiar día a día mis pasos, porque hiciste realidad este  
sueño anhelado.

A mis padres por el inmenso amor incondicional y apoyo  
inquebrantable.

## **AGRADECIMIENTO**

A la universidad Alas Peruanas, mi alma mater que me dio la oportunidad de ser profesional.

A los docentes quienes con su bagaje de conocimiento contribuyeron a mi formación integral.

Al gerente de la empresa Loveday Corporation S.A.C, por el apoyo en ejecución de la investigación.

A los productores de las asociaciones de cacao quienes participaron de la investigación

A mis compañeros de aulas con quienes compartí gratos momentos en las aulas.

Finalmente quiero dar gracias, quienes me brindaron su valioso apoyo en la culminación de la investigación.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo describir los componentes de un plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017. Siendo una investigación aplicada descriptiva, se aplicó entrevista y encuesta a 91 productores de cacao de Piura y la muestra externa se tomó a través del análisis documental. Entre los resultados se determinó que el 41,8% de los productores al igual que el empresario lo considera muy factible para exportar al mercado suizo, el 39,6% afirma que es factible y el 18.7% manifestó ser poco factible. Se concluyó que el plan de exportación es factible en sus cuatro componentes: análisis de mercado que resulto favorable, posee buena capacidad para enfrentar la competencia que resulto manejable, la empresa posee adecuada logística y las barreras arancelarias es aceptable dentro del tiempo establecido, y resultando el estudio económico rentable.

**Palabras claves:** exportación, mercado, logística, competencia, tasas arancelarias.

## ABSTRAC

The objective of the research was to describe the components of a plan for the export of fine grain aroma cocoa to the Swiss market in 2017. Being a descriptive applied research, a survey interview was applied to 91 cocoa producers in Piura and the sample external was taken through the documentary analysis. Among the results, it was determined that 41.8% of the producers, like the entrepreneur, consider it very feasible to export to the Swiss market, 39.6% affirm that it is feasible and 18.7% said it is not feasible. It was concluded that the export plan is feasible in its four components: market analysis that was favorable, has good capacity to face the competition that was manageable, the company has adequate logistics and tariff barriers is acceptable within the established time, and resulting the profitable economic study.

**Keywords:** export, market, logistics, competition, tariff rates.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>III</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAC .....</b>	<b>V</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>IX</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>XII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XIV</b>
<b>CAPITULO I .....</b>	<b>16</b>
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>16</b>
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
1.3.1. <i>Objetivo general</i> .....	22
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	22
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	23
1.4. LIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>25</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>25</b>
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	25
2.2. BASES TEÓRICAS .....	30
2.2.1. <i>Exportación</i> .....	30
2.2.2. <i>Plan de exportación</i> .....	34

2.3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	60
2.4.	VARIABLES .....	62
2.4.1.	<i>Definición conceptual de la variable</i> .....	62
2.4.2.	<i>Definición operacional</i> .....	62
2.4.3.	<i>Operacionalización de variables</i> .....	63
<b>CAPITULO III .....</b>		<b>64</b>
<b>METODOLOGÍA.....</b>		<b>64</b>
3.1.	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	64
3.1.1.	<i>Tipo de estudio</i> .....	64
3.1.2.	<i>Nivel y diseño de estudio</i> .....	64
3.2.	DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.....	65
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	66
3.3.1.	<i>Población</i> .....	66
3.3.2.	<i>Muestra</i> .....	67
3.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	70
3.5.	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO .....	71
3.6.	PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS .....	72
<b>CAPITULO IV.....</b>		<b>73</b>
<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO .....</b>		<b>73</b>
4.1.	PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL.....	73
4.1.1.	<i>Descripción de la empresa</i> .....	73
4.1.2.	<i>Datos de la empresa</i> .....	74
4.1.4.	<i>Matriz resumen de fortaleza y debilidades</i> .....	75
4.1.5.	<i>Plan organizacional</i> .....	77
4.2.	ANÁLISIS DEL PRODUCTO EN EL MERCADO OBJETIVO.....	79
4.2.1.	<i>Análisis del producto</i> .....	79

4.2.2.	<i>Partida arancelaria</i> .....	96
4.2.3.	<i>Análisis estratégica de oferta y demanda</i> .....	97
4.2.4.	<i>Mercado objetivo</i> .....	106
4.2.5.	<i>Perfil del consumidor</i> .....	110
4.2.6.	<i>Medición del mercado</i> .....	113
4.3.	PLAN DE MARKETING .....	118
4.4.	GESTIÓN EXPORTADORA .....	130
4.4.1.	<i>Análisis del precio de exportación</i> .....	130
4.4.2.	<i>Distribución física internacional</i> .....	149
4.4.3.	<i>Manejo documentario</i> .....	152
4.4.4.	<i>Termino de negociación</i> .....	153
4.5.	ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO.....	155
4.5.1.	<i>Análisis financiero</i> .....	155
4.5.2.	<i>Plan económico</i> .....	158
4.6.	PLAN AMBIENTAL SOCIAL .....	169
4.6.1.	<i>Impacto ambiental</i> .....	169
4.6.2.	<i>Impacto social</i> .....	174
<b>CAPITULO V</b> .....		<b>176</b>
<b>RESULTADOS</b> .....		<b>176</b>
<b>CAPITULO VI</b> .....		<b>187</b>
<b>DISCUSIÓN</b> .....		<b>187</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>191</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>193</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>201</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Producción de cacao en grano en Perú</i>	45
Tabla 2. <i>Producción anual de cacao por regiones 2000-2016</i>	47
Tabla 3. <i>Rendimiento de cacao por regiones en el 2016</i>	48
Tabla 4. <i>Población de habitantes de Suiza de 18-65 años</i>	66
Tabla 5 <i>Taxonomía del cacao</i>	81
Tabla 6. <i>Morfología del cacao</i>	81
Tabla 7. <i>Porcentaje de pepas, cascara y grasa de cacao</i>	96
Tabla 8. <i>Tasas arancelarias del cacao</i>	96
Tabla 9. <i>Importaciones suizas de Cacao en grano (( miles tn)</i>	97
Tabla 10. <i>Oferta histórica de Cacao a suiza</i>	97
Tabla 11. <i>Oferta Proyectada ( Miles tn)</i>	98
Tabla 12. <i>Demanda suiza Anual de Cacao fino aroma (Miles Tn)</i>	103
Tabla 13. <i>Demanda Suiza anual según consumo (Miles Tn)</i>	103
Tabla 14. <i>Demanda Proyectada (Miles Tn)</i>	104
Tabla 15. <i>Demanda final Proyectada (Miles Tn)</i>	104
Tabla 16. <i>Demanda Insatisfecha (Miles Tn)</i>	105
Tabla 17. <i>Comercio internacional de Suiza al 2016</i>	107
Tabla 18. <i>Exportaciones Peruana al mundo, 2016 (Millones \$)</i>	107
Tabla 19. <i>Indicadores de suiza</i>	111
Tabla 20. <i>Distribución geográfica de Suiza</i>	113
Tabla 21. <i>Principales países demandantes de cacao tostado peruano</i>	115
Tabla 22. <i>Determinación del mercado meta</i>	116

Tabla 23. <i>Impuestos requeridos por aduanas</i>	122
Tabla 24. <i>Ficha técnica del cacao</i>	123
Tabla 25. <i>Características del grano de cacao</i>	124
Tabla 26. <i>Precios de Venta de Lavoday Corporation S.A.C</i>	127
Tabla 27. <i>Ferías Internacionales a visitar en 2018</i>	128
Tabla 28. <i>Ferías que se visitarán durante el proyecto</i>	129
Tabla 29. <i>Terrenos y obras civiles</i>	130
<b>Tabla 30. <i>Maquinaria y equipo</i></b>	131
Tabla 31. <i>Vehículos para el proceso de producción</i>	132
Tabla 32. <i>Muebles y enseres</i>	132
Tabla 33. <i>Depreciación del activo fijo tangible y amortización intangibles</i>	132
Tabla 34. <i>Capital de operación</i>	133
Tabla 35. <i>Proyección de capital de trabajo</i>	133
Tabla 36. <i>Inversión fija intangible</i>	134
Tabla 37. <i>Estructura del financiamiento del plan de exportación</i>	135
Tabla 38. <i>Interese y amortizaciones de Préstamo</i>	135
Tabla 39. <i>Costos de producción</i>	136
Tabla 40. <i>Capacidad operativa de la planta</i>	137
Tabla 41. <i>Plan de producción de cacao</i>	141
Tabla 42. <i>Proyección de la producción de cacao (Tn)</i>	141
Tabla 43. <i>Requerimiento de Materia Prima</i>	142
Tabla 44. <i>Costo de materia prima</i>	144
Tabla 45. <i>Útiles de oficina y limpieza</i>	144
Tabla 46. <i>Mantenimiento y reparación</i>	144
Tabla 47. <i>Costos de exportación</i>	145

Tabla 48. <i>Mano de obra y remuneraciones</i>	146
Tabla 49. <i>Servicios básicos</i>	147
Tabla 50. <i>Gastos de operación</i>	147
Tabla 51. <i>Proyección de costos</i>	148
Tabla 52. <i>Estado de resultados proyectado</i>	155
Tabla 53. <i>Punto de equilibrio</i>	156
Tabla 54. <i>Flujo de caja financiero</i>	158
Tabla 55. <i>Análisis de sensibilidad</i>	166
Tabla 56. <i>Plan de producción de cacao fino aroma</i>	167
Tabla 57. <i>Programa de inversiones</i>	168
Tabla 58. <i>Análisis de impacto ambiental (según técnica IPR)</i>	170
Tabla 59. <i>Factibilidad del Plan de exportación</i>	176
Tabla 60. <i>Estado de resultados proyectado</i>	177
Tabla 61. <i>Flujo de caja financiero</i>	178
Tabla 62. <i>Análisis del Mercado suizo</i>	180
Tabla 63. <i>Capacidad para competir en el mercado suizo</i>	182
Tabla 64. <i>Procedimientos Logísticos para exportar cacao fino aroma</i>	184
Tabla 65. <i>Barreras arancelarias</i>	185

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Principales productores de cacao en el mundo	43
Figura 2.Zonas productoras de cacao en Perú	44
Figura 3. Superficie cosechada y producción de cacao	46
Figura 4. Estacionalidad de producción de cacao en grano	49
Figura 5. Cacao criollo	53
Figura 6. Cacao el Forastero	56
Figura 7. Cacao Trinitario	59
Figura 8. Lugares de producción de cacao en Piura	65
Figura 9.Organigrama de Loveday Corporation S.A.C	77
Figura 10. Origen de la producción de cacao en el mundo	80
Figura 11. Planta de cacao	82
Figura 12. Raíz del cacao	83
Figura 13. Hoja de Cacao	83
Figura 14. Flores de cacao	84
Figura 15. Fruto de Cacao	85
Figura 16.Escobas de brujas	91
Figura 17.Exportación peruana de cacao 2000-2016	93
Figura 18 Oferta Histórica de cacao fino aroma Piurano	98
Figura 19.Proyección de oferta de cacao fino aroma a Suiza	99
Figura 20.principales exportadores mundiales de cacao fino aroma	100
Figura 21.Proveedores de cacao fino aroma a Suiza al año 2016	102
Figura 22.Cadena de distribución del cacao fino aroma	109
Figura 23.Lugares de desembarque en Suiza	110

Figura 24. Población de Suiza al 2016	112
Figura 25. Precio promedio mensual en chacra de peruano cacao fino aroma	125
Figura 26. Precio promedio internacional al contado en puerto de Suiza	125
Figura 27. Precio promedio FOB de exportación	126
Figura 28. Flujo grama del cacao fino aroma	140
Figura 29. Pallets de madera	143
Figura 30. Pallets con cacao fino aroma	143
Figura 31. Presentación y etiquetado de cacao fino aroma	153
Figura 32. Punto de equilibrio	157
Figura 34. Área de acopio de residuos sólidos en Loveday Corporation S.A.C	173
Figura 33. Código de colores para la segregación de residuos sólidos	173
Figura 35. Factibilidad del Plan de exportación de cacao	176
Figura 36. Análisis de mercado suizo para el cacao	180
Figura 37. Competencia del plan de exportación de cacao	182
Figura 38. Logística del plan de exportación cacao	184
Figura 39. Barreras arancelarias para el plan de exportación de cacao	185

## INTRODUCCIÓN

La exportación de productos agroindustriales hacia el extranjero representa una actividad que se encuentra en aumento en el Perú, donde los últimos cinco años registró acrecentamientos importantes. Según las estadísticas en los últimos 10 años las exportaciones tienen un crecimiento anual promedio de 21%, siendo la Unión Europea el principal destino (35% del total), seguido por Estados Unidos (30%) (COMEX PERÚ, 2012).

En tal sentido, la oferta de productos exportables se ha diversificado, es así que productos como los espárragos, las paltas, el cacao, el ají paprika, entre otros han logrado posesionarse en los mercados internacionales; siendo la calidad del producto y su origen orgánico en particular que los consolidó. Otro punto que ha ayudado al repunte de estas exportaciones ha sido la apertura de nuevos mercados, gracias al TLC con Suiza, vigente desde el 01 de agosto del 2011; lo cual ha generado una primacía a los productos agroindustriales peruanos. (COMEX PERÚ, 2012).

Uno de los productos que ha logrado mayor crecimiento en los últimos años, es el cacao en sus diferentes presentaciones. Este producto y sus derivados han comenzado a tener mayor demanda en los mercados extranjeros, a causa de su notoriedad por la calidad (precio, sabor, color,

textura, entre otras); consiguiendo desplazar a los grandes productores de estos como lo son Ghana, Ecuador, etc. (APPCACAO, 2012).

El cacao se está exportando en sus diferentes presentaciones a los diferentes países del mundo, ante esta situación se concibe con la investigación proponer una plan de exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza, el cual es el mayor consumidor de este producto peruano, y además porque posee las más grandes industrias chocolateras.

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Formulación del problema

El cacao, es considerado uno de los productos peruanos de mayor calidad mundial después del café, razón por la cual ha conseguido premios internacionales que lo reconocen como el principal del mundo. *“Es así que las más exclusivas fábricas de chocolate suizas, belgas y francesas, utilizan el cacao como ingrediente para producir toda una gama de chocolate”* (TELEGRAFO, 2011, p.122). A pesar del lugar alcanzado por su calidad el cacao, los consumidores mundiales han asumido cambios trascendentales respecto a las exigencias y preferencias respecto al cacao que originó la implementación de certificaciones para optimizar la oferta cacaotera por parte de las asociaciones.

En la cumbre de Ginebra llevada a cabo el 14 de noviembre del 2011, Ecuador al igual que otros países estrechan nexos entre los países miembros con la finalidad de fortalecer las “relaciones comerciales de las naciones de economías en desarrollo personificando a éstos a nivel mundial a través de la tendencia de los países organizados” (TELEGRAFO, 2011, p.13). Por su parte Ecuador no solo transa



directamente la posibilidad de negociar directamente a Suiza el Cacao sino a cualquier parte del universo.

*Según la Swissinfo, en su comunicado semanal dejo entrever que “Los suizos, son los consumidores número uno de chocolate en el mundo; una industria que emplea a 4.500 personas y factura 1.550 millones de francos suizos anuales” (Swissinfo, 2006, p.31). Es decir, el cacao emerge en un universo económico, pero éste se consume en otro. “Concretamente, el 100% de este insumo se produce y cosecha en países de economías subdesarrolladas como África, Lejano Oriente y por último América Latina, pero siete de cada diez toneladas se encaminan directamente al gasto de las economías desarrolladas” (Swissinfo, 2006, p.34). Por ultimo Suiza ha conseguido ocupa un preponderante lugar en este proceso, ya que la transformación que hace del cacao la ha convertido en un componente internacional en cuanto a la fabricación de chocolate. (Swissinfo, 2006)*

Bernal (2000) refiere que Venezuela, cuenta con la *“Unión de Productores Cacaoteros (Uproca), integrada por ocho cooperativas independientes del estado de Sucre, exportando a Suiza 75 toneladas de cacao fermentado y las exportaciones de cacao siguen en ascenso a 1.200 toneladas en un año”*. (p.11) En tal razón Venezuela reportó 1.000 millones de bolívares (144.717,80 \$ USA) Para su país y la Uproca con el propósito de continuar con el ascenso en las exportaciones a Suiza decidió dar cumplimiento a las exigencias de los estándares internacionales de calidad,

además amplió un área de 20.000 hectáreas para producir 20 millones de plántulas en un periodo de cinco años.

En el 2014 Venezuela y Perú, cristalizan las transacciones comerciales con la industria chocolatera Suiza. Según las estadísticas del diario matutino hace mención que los suizos consumen en promedio 12,5 kilos de chocolate al año por persona, una cifra récord, que representa el doble de Estados Unidos o España. En tal razón la industria chocolatera de Suiza en el 2005, produjo 160.323 toneladas de chocolates con leche; el 49% para consumo nacional y 51% para ser exportado a 130 países (Andina, 2016a).

En Perú, ha conseguido ocupar en el segundo productor por tener los más finos y aromáticos cacaos del mundo, después de República Dominicana, el 90 % de la obtención peruana de cacao y las probables preparaciones se despacha al mundo. En el año 2016 la exportación peruana de cacao se incrementó en 12.5 % exportando 10,000 toneladas más que las 80,000 toneladas se fueron exportadas en el 2015, por otro lado el 52.2 % de la exportación fue de cacao en grano, de los cuales el 20% contó con la certificación orgánica y comercio justo ubicándose en el quinto país de mayor exportación a nivel del universo (Agronegocios, 2017a). En tal razón la industria chocolatera de Suiza en el 2005, produjo 160.323 toneladas de chocolates con leche; el 49% para consumo nacional y 51% para ser exportado a 130 países (Andina, 2016b).

Los principales destinos del cacao proveniente del Perú son Europa (Bélgica, Alemania, Italia y el objetivo del estudio el país de Suiza), así como América del Norte (se encuentra Estados Unidos y Canadá). Y a pesar que su precio fue revalorizado por su calidad para ser comercializado en el exterior, en el 2016 a causa de la sobre producción del cacao, el precio en los mercados internacionales bajó a 2,000 dólares por tonelada respecto a los 3,000 dólares por tonelada que alcanzó en el 2015, principalmente cacao proveniente de África (El Comercio, 2017a).

La producción peruana del cacao consiguió el año 2016 un récord histórico al obtener 108,000 toneladas, producción que implica un crecimiento de 13.7% respecto a la del 2015, cuando la producción de éste grano llegó a 95,000 toneladas convirtiéndose el sector cacaotero peruano en el más dinámico del agro nacional, como fruto al trabajo coordinado entre el sector público y el gremio de productores de cacao, asociado a la contribución de la intervención internacional que admitió conseguir un nuevo récord de 129,842 hectáreas cultivadas de cacao (Andina, 2016c).

Por otro lado, Perú posee aproximadamente 60% de todas las variedades de cacao en el mundo y concentra el 36% de la producción en todo el mundo de cacao fino de aroma exportado en grano el 90% (Comexperú, 2015). Las principales zonas de producción de cacao se ubican en los departamentos de San Martín que tuvo la mayor producción (34,600 toneladas), seguida de Junín, Cusco, Ucayali, Huánuco, Ayacucho,

Piura y Amazonas que constituyen gran parte de la producción nacional (96%). En el año 2015 se crearon 9`900,000 de jornales, contribuyendo directamente a 90.000 familias, e indirectamente a 450.000 personas, fundamentalmente de la selva (El Comercio, 2017b).

En la región de Piura, existen aproximadamente 7,700 productores de cacao blanco de los cuales 550 forman parte de la Cooperativa Agraria Norandino, se estima que existen 1,200 hectáreas de cacao orgánico, actualmente cosechan 600 kg por hectárea anual y están proyectando duplicar esta cantidad y mejorar la calidad que hoy cuenta con apoyo de “Sierra exportadora” , institución dedicada a promover, fomentar y tender actividades comerciales inclusivas y movimientos económicos generadores de competitividad, valor agregado, emprendimiento y diversificación para la innovación tecnológica para optimizar procesos de Selva y Sierra para conseguir desarrollo sostenible.

Las zonas productoras de cacao tiene su centro de producción en Morropón, Huancabamba y la provincia de Ayabaca, destacando en Morropón la localidad de La Quemazón, que fuera premiada y reconocida internacionalmente por producir cacao con alto contenido de grano blanco y fineza, convirtiéndose en el mejor del mundo. También se encuentran en Montero y las comunidades Cesar Vallejo en Chulucanas.

La Asociación de Pequeños Productores de Cacao de Piura (APPROCAP) está ubicada entre Huancabamba y Morropón que reúne a las comunidades de los distritos de Salitral, el distrito de San Juan de Bigote, Yamango, Lalaquiz, Canchaque y San Miguel de El Faique y está constituida por 242 socios que producen cacao criollo orgánico, que es comercializado a nivel nacional pero exportado al exterior. Lo cual se convierte en una oportunidad para la exportación especialmente al mercado Suizo por ser quien tiene las industrias del chocolate y son los mayores consumidores a nivel mundial.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo son los componentes de un Plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ✓ ¿Qué factores intervienen en el Análisis de Mercado para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?
  
- ✓ ¿Cómo es la competencia para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?

- ✓ ¿Cuáles son las Barreras Comerciales para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?
  
- ✓ ¿Cuál es la Logística Internacional para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?

### **1.3. Objetivo de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Describir los componentes de un plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- ✓ Identificar los aspectos más importantes de un estudio de mercado de un plan de exportación de cacao en grano al mercado de Suiza en el año 2017.
  
- ✓ Establecer la capacidad de competir de la empresa para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017.

- ✓ Identificar los procedimientos logísticos para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017
  
- ✓ Identificar los trámites aduaneros necesarios para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017.

### **1.3. Justificación del estudio**

La investigación es conveniente, porque la región piurana cuenta con producción de calidad de cacao requerida por países Europeos y especialmente por las industrias chocolateras de Suiza, para procesarlo y venderlo al mundo.

La investigación tiene relevancia social porque el incremento de producción de cacao, genera mayor oportunidad de trabajo, con salarios dignos que mejora la calidad de vida de los agricultores, beneficiando de manera directa a las familias de los lugares de producción e indirectamente a toda la población quien lo consume.

El estudio tiene implicancia práctica porque los agricultores de la sierra piurana, así como los inversionistas, sigan apostando por el cultivo de cacao, promoviendo de esta manera la comercialización,

industrialización y exportación generando un aporte económico en la región de Piura.

El estudio tiene utilidad metodológica porque se hace un diagnóstico de la oferta existente y fue diseñado el plan de exportación con las estrategias para exportar el cacao al país de mayor consumo.

La investigación propuesta de la exportación de cacao en grano, se convierte en un aporte para posteriores investigaciones sobre las oportunidades de negocio que se generan a través de este producto.

#### **1.4. Limitación de la investigación**

Una de las limitaciones de la investigación es la escasa información para desarrollo, teniendo que acudir a profesionales expertos en la materia para asesoría al respecto.

Otra limitación se fue el poco acceso a los agricultores del cultivo de cacao por la dispersión de sus viviendas para la aplicación de los instrumentos.



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes del estudio**

Respecto a la investigación se han encontrado estudios a nivel local, a nivel nacional e internacional los cuales son detallados a continuación:

##### **Antecedentes internacionales**

Crespo, C y Salvatierra,P (2012) en su investigación relacionada a la búsqueda de nuevos mercados para la exportación de Cacao fino de aroma y su incidencia en el desarrollo local (Tesis de grado) Universidad Politécnica salesiana, Guayaquil. La investigación planteó por objetivo identificar nuevos mercados externos para la comercialización del Cacao fino de aroma mediante un análisis del cultivo y comercialización. Es el estudio es cuantitativo de campo y documental, aplicándose el método inductivo y deductivo, se tomó datos de instrumentos aplicados a 338 personas entre (cacaoteros, comerciantes, exportadores). Los resultados afirmaron que las exportaciones de cacao y sus elaborados durante el periodo 2006 - 2010 están dirigidos principalmente a EE.UU. con una participación del 20.8%, Holanda con 21.8% y finalmente México con una participación en la exportación de 12.4%. La investigación concluyó que el bajo rendimiento del grano por hectárea observado en las investigaciones del cacao fino de aroma y en el cultivo de la variedad de

cacao CCN-1 en los Cantones Manabitas se debe a las deficientes técnicas de sembrado y al uso de químicos en el cultivo bajando la calidad del grano en todas las variedades.

Perez,G( 2013) realizó el estudio Plan de negocios para exportar Cacao producido en la region 7 que comprende a Loja, Zamora y el Oro, con destino a Holanda (Tesis de grado) Universidad de Cuenca, Ecuador. La investigación tuvo por objetivo calcular la factibilidad del proyecto tanto económica, social y legal de cacao orgánico a Holanda (Países Bajos). El estudio es cuantitativo, la data se obtuvo de 39 sujetos que participaron en la investigación. Los resultados determina que el VAN y TIR son indicadores de rentabilidad, que determinó que el negocio es totalmente rentable. Para una mayor seguridad se realizó un análisis de sensibilidad para ver cómo afectaría al proyecto el cambio en algunos factores importantes. Una de las conclusiones fue que después del análisis financiero realizado se pudo determinar la rentabilidad del negocio ya sea autofinanciado o con financiamiento, siendo favorable para nuevos emprendimientos.

Mora,E( 2016) realizó un estudio sobre el diseño de un plan de negocios para el procesamiento y exportación de pasta de cacao de El Oro hacia el mercado de Alemania.(Tesis de grado) Universidad de Machala, Ecuador. La investigación tuvo por objetivo conocer la factibilidad del negocio al país de destino. Es un trabajo de campo y

documental y los datos se recolectaron mediante una encuesta y entrevista a los 41 productores pertenecientes a la asociación. Los resultados determinaron que la totalidad de las unidades de análisis que integran la Asociación objeto de estudio, donde el 20% de ellos mantiene la producción de cacao en la parroquia Galayacu, el 20% ha instalado sus plantaciones en la parroquia Casacay, el 20% en el Panecillo y consecuentemente el otro 40% en las diversas parroquias aledañas. Además, similar cantidad de los entrevistados, perteneciente a las empresas exportadoras de pasta de cacao, se considera que el 50% de las ventas de cacao van hacia el mercado europeo, el 40% al mercado de EEUU y por último el 10% tiene como destino Asia. La investigación concluyó que el cultivo del cacao es un generador de empleo, resultando una actividad productiva muy beneficiosa para el país que debería tener apoyo financiero y técnico para acrecentar su producción y satisfacer de mejor manera la demanda a nivel internacional.

Angel A, Rivera S, y Solis M, (2016) realizaron el diseño de un Plan de exportacion de cacao hacia el maercado de la Uniion Europea.Caso ilustrativo Caritas El Salvador.(Tesis de grado) Universidad de El Salvador. El estudio tuvo por objetivo desarrollar un plan de exportación dirigido al mercado exterior para introducir cacao orgánico producido bajo un sistema agroforestal por la Alianza Nacional del Cacao. El tipo de estudio fue cuantitativo, se utilizó la guía de entrevista aplicada a los 220 productores. Entre los resultados principales se conoce el tipo de

variedades de cacao que se obtienen en el país; es por eso que se concluye que para el éxito de una producción ordenada y bien identificada se debe llevar a cabo un estudio de evaluación y caracterización de variedades de cacao. La investigación concluyó que se identificó que los productores de cacao salvadoreños no cuentan con ningún tipo de certificación; es indispensable para la producción nacional acreditarse en una o más certificaciones que denoten el origen del cacao.

### **Antecedentes nacionales**

Arévalo C, González De S, y Soto C, (2016) realizaron el estudio referido al Plan de negocios de exportación de cacao en grano tostado al mercado de Estado Unidos.(Tesis de maestría) Universidad Esan, Lima. La Investigación planteó como objetivo evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera para la comercialización y exportación al mercado de Estados Unidos y evaluar su rentabilidad. El estudio es cuantitativo y descriptivo. La investigación concluyó que se obtuvo un TIR positivo de 20,3% que supera al costo de oportunidad de 12.53% con lo cual económicamente es viable.

Chávez, C y Juscamaita, S, (2013) quienes realizaron un estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado Estadounidense (Tesis de grado) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Es un estudio de campo y documental y se consideró el análisis documental para recolectar la información. Se concluye que el mercado estadounidense es considerado el primordial destino para el

cacao porque también realiza la exportación y su acrecentamiento en la demanda del producto porque se proyecta una demanda alrededor de 0.02% de la compra anual de Estados Unidos y también tendrá un aumento de 5% anual.

### **Antecedentes locales**

Flores C, (2016), en su estudio relacionado al estudio logístico para la exportación de Cacao en grano al mercado de Estados Unidos(Tesis de grado) Universidad Alas Peruanas, Piura. Es un estudio descriptivo, con toma de datos de forma documental. La investigación concluyó que las asociaciones de cacaoteros no hacen uso de intermediarios, ellos mismos estudian mercados potenciales, gestiona sus contactos y fija los términos comerciales para la compra así como la venta de mercadería directamente con el importador.

Lozada S, (2017) en su estudio sobre un Plan de negocios para la puesta en marcha de un retail de elaboración y venta de productos a base de cacao orgánico.(Tesis de grado) Universidad de Piura. La investigación tuvo por propósito que el consumidor piurano conozca y valore el verdadero sabor del cacao piurano, presentándose como una oportunidad de promoción de los valiosos productos regionales. Asimismo, al promover el consumo interno, más familias productoras tendrán más oportunidades de diversificación del producto dirigida no sólo al mercado internacional, sino al mercado local. La investigación es

exploratoria y descriptiva con el propósito de conocer el perfil del consumidor piurano. El análisis financiero se ha realizado con el fin de determinar si el proyecto es viable o no. La investigación determina que el proyecto posee una VAN de 59.976 y una TIR de 44%. Es decir, el proyecto se considera rentable y se presenta como una buena oportunidad de inversión.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Exportación**

#### **2.2.1.1. Definición**

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017) define exportación como *“Régimen aduanero que consiente la salida de cualquier producto del territorio nacional aduanero hacia el extranjero sea para el uso y/o para el consumo categórico”*. (p.1) Es decir debe de existir un domicilio en el exterior donde sea desembarcado o recibido el producto.

### **2.2.1.2. Clasificación**

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2017) la exportación se divide en :

**Exportación definitiva:** esta es la salida de productos del territorio nacional aduanero, y el uso y/o consumo de estas mercancías debe ser concluyente en el extranjero.

**Exportación temporal para reimportación en el mismo estado:** es la salida temporal del territorio nacional aduanero de mercancías con la firme intención de reimportarlas sin ninguna modificación.

**Exportación temporal para perfeccionamiento masivo:** *“es la salida del territorio nacional aduanero de mercancías para su transformación para inmediatamente reimportarlas como bienes compensadores”.* (SUNAT, 2017, p.5)

### **2.2.1.3. Importancia**

Promperú (2014) en su boletín considera que la exportación es necesaria para la evolución de las exportaciones nacionales, pues es una técnica que carece de riesgo para ingresar a mercados extranjeros. En este sentido las organizaciones envían productos y/o servicios que están en el curso de madurez de su producción

que les permita desplegar en el exterior. Las Organizaciones consideran poco comprometido y más fructífero la posibilidad de producir diferentes bienes actuales en vez de desarrollar nuevos productos para el mercado local. Las organizaciones en su gestión aplican modelos de compra temporal, cabe la posibilidad de querer cambiar de producción para apropiarse de nuevos mercados donde exista oportunidad para el producto ofertado. Otra de las razones que favorece es tener menor competencia para el ingreso al extranjero con los productos (p.23).

La exportación es importante para todos los países, porque tienen recursos humanos, recursos industriales, y recursos financieros que le permite usar para procesar bienes que les brinde la oportunidad de pugnar en otros mercados. (Promperu, 2014).

La exportación se convierte cada vez en un factor trascendental para que un país se encuentre estabilizado y equilibrado para ingresar divisas, es por ello que surge la necesidad de hacer intercambio de mercaderías que generan benéficos tanto para las organizaciones productoras, exportadoras (Promperu, 2014).



#### **2.2.1.4. *Potencial exportador***

El término potencial exportador, supone reconocer a la empresa desde el aspecto empresarial: considerando la Gestión exportadora y estudio del producto, lo que aprovechará para entrar al mercado externo. En este sentido los elementos que considera la gestión exportadora implican la capacidad organizativa de la empresa, conocimientos técnicos del mercado internacional, procedimiento logístico, recursos financieros, etc. (Promperu, 2014)

#### **2.2.1.5. *Principales importadores de Cacao en el mundo***

Según la fuente de Anecacao (2013) citado por Mejillones y Jaime ( 2015), consideran que Estados Unidos es uno de los principales países que importa cacao del País de Ecuador con 36% de la producción total, seguido de México 12 % , Holanda con 11%, Alemania con 9%, Malasia 8%, Bélgica 6%, Canadá e Indonesia con 4%, Italia 3%, China 2% finalmente Japón y Colombia 1%(p.35).

## **2.2.2. Plan de exportación**

### **2.2.2.1. Definición**

Según la Global Negotiator (2002, p. 2) determinó un plan de exportación como una herramienta necesaria para cualquier tipo de empresa que pretenda hacer conocidos tanto productos como servicios en los clientes del exterior y mantener un enfoque rentable con los mejores precios y mayores oportunidades de negocios.

El plan de exportación es un documento que orienta al gerente hacia qué lugar direccionar su accionar que le admitan, y cómo lidiar sus productos a nuevos escenarios comerciales de índole mundial con la finalidad de conseguir exportaciones con mayor rentabilidad.

Lerma y Márquez, (2010) consideran que el plan de exportación es considerado como los más complejos del proceso de planeación, puesto que la empresa forma parte activa en los factores del entorno internacional, que antes se consideraban lejanos y con reducida relevancia para ella. En las exportaciones, la empresa se inserta en el ámbito exterior, lo cual supone una mayor capacidad de toma de decisiones acertadas, más

información, mejor capacitación del personal, entre muchas otras exigencias ( p.332).

#### **2.2.2.2. Características**

Según Alejandro Eugenio Lerma Kirchner (2010) considera que el plan de exportación tiene las siguientes características:

- ✓ **Debe ser sencillo:** Para poder ser ejecutado y lograr el éxito empresarial.
- ✓ **Realista:** la utilización de los componentes objetivos que le permitan alcanzar el objetivo.
- ✓ **Congruente:** La eficiencia suele estar reñida con lo difícil, complejo e innecesariamente extenso.

Por otro lado, la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas(2017) propone como características:

- ✓ **Favorece el proceso de internacionalización de la empresa frente a la aceleración y dinamismo del comercio mundial:** está descrita al planteamiento de destrezas que es un factor clave para aprovechar las oportunidades comerciales, subyugar los peligros inherentes al proceso de la gestión de exportación y definir el mecanismo para el posicionamiento de la empresa frente a las barreras de entrada - salida de un mercado. (Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas (FOES), 2012, p. 2)

- ✓ **Compromiso y sinergia organizacional:** corresponde al compromiso de actuación por parte de todos los niveles según la estructura funcional u organizativa de la organización donde los integrantes en su totalidad se involucran en la organización y concentran su esmero en las estrategias que direccionen el accionar de la organización alcanzando las metas planteadas”. (FOES, 2012, p. 4)
  
- ✓ **Concienciación y motivación:** Es indiscutible que existen reacciones diversas y muchas veces éstas son adversas, para la formulación de un proyecto de exportación, donde se deben dejar el temor de lado y pensar que es una oportunidad para emprender un negocio, si ya estuviera constituida la empresa a lidiar con similares del mismo rubro . Es imprescindible pasar de las planes o estrategias funcionales a los planes de operación mediante la gestión real de recursos. Es necesario que el personal tome conciencia que el plan de exportación es parte de la cultura organizacional. ( FOES, 2012, p. 4).
  
- ✓ **Mejora continua:** Dado el dinamismo del comercio en el ámbito internacional y la búsqueda incesante de la competitividad internacional el plan de exportación debe ser flexible en cuanto debe estar sujeto a revisión, correcciones, ajustes, seguimiento y evaluación (FOES, 2012).

- ✓ **Ámbito de aplicación:** El plan de exportación es genérico, y puede ser validado o acreditado como una metodología, donde los resultados son concretos. El plan de exportación debe ser utilizado segmentar distintos mercados (FOES, 2012).
- ✓ **Identificación de problemas y oportunidades (DAFO):**
- La formulación del plan de exportación, ha consignado objetivos y al igual que estrategias que surgen de manera directa ante las dificultades encontrados y las oportunidades comerciales. Existen limitaciones a causa de los problemas generados a nivel interno como externo las que demanda la disminución de amenazas a través de medidas correctivas y a partir del diagnóstico nace la necesidad de efectuar plan de exportación en la organización (FOES, 2012, p. 3).
- ✓ **Es una inversión:** Dadas sus implicaciones y alcances en determinados periodos de tiempo y especialmente a largo plazo, debe ser considerado no como un costo sino más bien una inversión a futuro. Además, el proceso de la estrategia que requiere la empresa es el conocimiento de las capacidades propias como de las características y situaciones presentes en el mercado internacional; integra un cuerpo de conocimiento sobre el que se aplica la inteligencia, astucia y audacia para distinguir, aceptar y enfrentar los retos.

### **2.2.2.3. Componentes del plan de exportación**

Para la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas(2013) el plan de exportacion tiene cuatro componentes: estudio de mercado, proceso logistico, competitividad y barreras arancelarias, según detalle:

**Análisis de mercado;** Tiene como propósito conocer, descubrir oportunidades de negocios externos que sean rentables y viables en tal sentido las instituciones empresariales se vean comprometidas y motivadas a ejecutarlas, de esa forma se recolecta la información necesaria de los gustos y preferencias de dichos clientes, y sobre todo determinar las estrategias de distribución del producto. (FOES, 2013).

**Competitividad de la empresa;** está relacionada a la caracterización de competidores importantes, intervención en el mercado, ubicación de los establecimientos, la capacidad, planes, relación con los conductos para comercialización, tecnología de última generación, relación y dependencia con los vendedores, ventajas particulares, marcas de manufactura y licencias en el mercado, los precios, costos del transporte.(FOES, 2013)

**Servicios logísticos.** Según la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas(2013) los servicios logistico es :

*La llamada cadena logística que se refiere a la planeación y dirección de acciones logísticas que de manera holística considera el traslado o movimiento de materiales, materias primas, los espacios para almacenar productos, distribución y la disposición concluyente. También se añade que el progreso que ha ido alcanzando también las comunicaciones, los medios de transportes y los equipos de manipulación de materiales, las nuevas formas de contrato en el comercio internacional, etc., han proporcionado mejores opciones para el diseño y desarrollo del sistema logístico(p.34).*

### **Trámites aduaneros.**

Los sistemas aduaneros están esbozados para dar sostenimiento a los procesos de importación y exportación, así como aligerar los negocios y disminuir los costos implicados en la comercialización mundial. También los trámites aduaneros optimizan la conformidad de los requisitos exigidos para las transacciones comerciales internacionales facilitando la contribución para el procesos aduanero, también el tránsito y presentación, la clasificación y comunicación electrónica e impresión de documentos (FOES, 2012).

#### **2.2.2.4. Etapa del plan de exportación**

**Diagnóstico de Exportación:** “para empezar se realiza un análisis interno en relación a las capacidades competitivas que tiene la empresa y mediante el análisis externo para identificar las tendencias económicas, políticas y/o sociales.” (Bernal, 2016, p.12)

**Selección De Mercados:** Antes de dar inicio a la elección de los probables mercados, es donde la organización debe decidir emplear una estrategia para la diversificación de posibles mercados.

**Formas de Entrada:** Es decisivo saber elegir adecuadamente la forma de entrada hacia mercados exteriores. Bernal, (2015) sostiene que las alternativas principales para comercializar cualquier producto en el extranjero las siguientes: Exportación directa, Agente comercial, Importador/Distribuidor, compañías de trading, acuerdo de piggyback, acuerdo de licencia, acuerdo de franquicia, etc."(p.57).

**Oferta Internacional:** Se elige los productos y/o servicios que produce o fabrica la organización o empresa que asuma mayor capacidad para exportar.



**Política de Comunicación:** El punto de partida es comprobar si la marca empleada por la organización o empresa es aceptada al interior del país y si es flexible para satisfacer a los mercados europeos o de cualquier continente que requieren de peculiares características, de lo contrario sería recomendable crear una nueva. Para tal efecto, se emplea los instrumentos de publicidad que son utilizados para hacer ésta famosa en el mercado nacional. (Llamazares, 2002).

**Plan Económico:** En ella se encuentra los aspectos relacionados a lo económico que demanda el plan, donde se ha previsto objetivos de venta, siendo imprescindibles considerar criterios como: la delimitación geográfica, la precisión del producto y tiempo estipulado de todo el proceso y la cuenta para la explotación previsional (Llamazares, 2002, p. 8)

En definitiva, planificar es de vital importancia para cualquier actividad en el ámbito empresarial antes de atreverse a incursionar en los mercados de carácter internacional. El plan de exportación que formulan las empresas, se convierte para el empresario en una guía donde se trazan objetivos, establecen de forma eficaz los recursos, decretan qué países resultan más potenciales para vender sus productos y/o bienes, también considera los

mecanismos de llegar a clientes y cómo brindarles ofertas competitivas.

#### **2.2.2.5. Producción de cacao en el mundo**

Según la website de Chocolates la mucuy (2015) considera que durante el siglo dieciocho (XVII), Venezuela era el primer productor de cacao en el mundo, lugar conservado hasta que en el siglo diecinueve, fue superada por Brasil, Ecuador y San Tomé y a inicios del siglo veinte, el primer lugar era compartido por Brasil, Ghana y Camerún.

Hoy día, existen tres países en el universo que son los mayores productores de cacao, liderado por Costa de Marfil (38%), seguida de Ghana (19%) e Indonesia (13%). Siendo la variedad que ocupa la mayor producción el tipo Forastero que satisface el mercado internacional.

En Sudamérica, el país que lidera es Brasil (5%), seguido de Ecuador (4%); Venezuela (0,6%). En el continente de Asia, lo lidera Malasia (1%) seguido de Indonesia y Sri Lanka. En Oceanía, en Samoa y Papúa Nueva Guinea.

En África occidental los productores que inciden en el mercado es Costa de Marfil, Ghana, Camerún, y también la isla Santo Tomé y la isla Príncipe. En el otro extremo del sureste del continente,

se encuentra Madagascar. Centroamérica, es considerada como productora de cacao de menor cuantía, entre ellos se encuentra México, el país de Costa Rica, la república de Guatemala, Honduras, El Salvador, Panamá, Nicaragua. Por otro lado, también República Dominicana, el país de Jamaica, el país de Granada sin quedarse atrás las Antillas son productores de cacao. Sin lugar a dudas, los grandes productores también se convierten en los mayores exportadores de granos de cacao, se tiene referencia que el país Brasileño y Malasia el consumo nacional acapara la mayor cantidad del producto. Resulta una paradoja que un productor marginal como República Dominicana logre exportar más cantidad de cacao que Brasil (p.1)



Figura 1. Principales productores de cacao en el mundo

### 2.2.2.6. Producción de cacao en Piura

En la figura 2 se muestra las zonas productoras del producto bandera “cacao” en todo el Perú (Regiones productoras y los valles), Piura es un productor donde existen muchas asociaciones dedicadas a la producción y algunas incluso poseen modelos arraigados para la comercialización, certificaciones y alianzas estratégicas (Asenjo, 2003).



Figura 2. Zonas productoras de cacao en Perú  
Fuente: DEVIDA (2016). Productos para la Marca Perú

En el 2000-2008, se apreció un crecimiento promedio anual de 4% y en lo que va entre los años 2009 y 2016, se observa un incremento al año de 15,5%, en el 2000 se alcanzó 24,786 toneladas y el 2008 fue 34,003 toneladas, es decir solo hubo un incremento de 37%. En cambio desde el 2009 se evidencia un acelerado crecimiento de Cacao a nivel nacional, siendo en el 2009 la producción 36,803 toneladas, ésta cifra se eleva se eleva en los siguientes años hasta llegar en el 2016 a 108,677 toneladas lo que representa el 49% en los seis años siguientes. (Angel , Rivera y Solis, 2016).

**Tabla 1.** Producción de cacao en grano en Perú

Años	Producción	Exportación	Importaciones	DIA	DIA/Prod
2000	24 786	40	773	25 519	103%
2001	23 671	216		23 455	99%
2002	24 353	634	281	23 999	99%
2003	24 214	784	150	23 580	97%
2004	25 921	1 009	61	24 972	96%
2005	25 257	1 141	-	24 116	95%
2006	31 676	2 649	-	28 784	91%
2007	31 387	4 004	937	28 320	90%
2008	34 003	5 514	232	28 721	84%
2009	36 803	7 533	100	29 371	80%
2010	46 613	11 084	225	35 753	77%
2011	56 499	19 727	75	36 847	65%
2012	62 492	25 132	25	37 578	60%
2013	71 838	30 211	624	42 251	59%
2014	81 651	46 991	448	35 108	43%
2015	92 592	56 529	271	31 060	34%
2016	108 677	57 324	1 374	52 727	49%

Fuente. SUNAT-MINAGIR/DGESEP. Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo(2015)

En cuanto a las áreas cosechadas, es trascendental indicar que la producción de cacao nacional en grano es producto del incremento de las hectáreas de terrenos cosechadas, aumentando durante el año 2000 hasta el 2008 en promedio de 5,6% por año. En los primeros meses del 2015 se consigue 121,3 mil hectáreas. El aumento del cultivo del cacao especialmente en el valle del VRAEM se debe al impulso de los cultivos alternativos en remplazo de hoja de coca. (Agricultura, 2011)



Figura 3. Superficie cosechada y producción de cacao  
Fuente. SUNAT-MINAGIR/DGESEP. Exportacion, Digital (2016)

En la figura 3, en cuanto al rendimiento de las plantaciones de cacaoteros, durante el año 2000 al 2009 se conservan entre 500 Kg/ha y 600 Kg/ha por hectárea, con un descenso medio de 1,5%. A partir del año 2010 se aprecia un incremento del cacao, que se

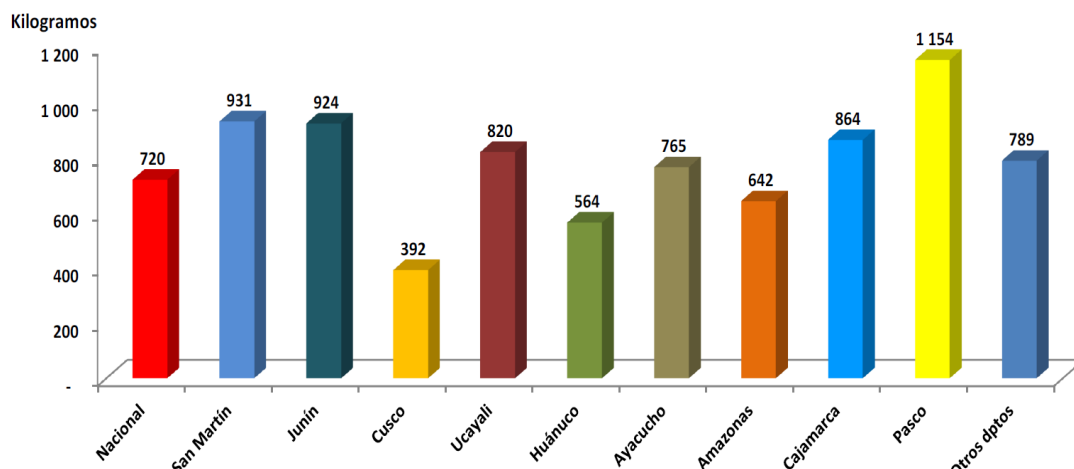
consigue los 736 Kg/ha en el año 2013. Para el año 2014 aumenta a 766 Kg/ha pero en el año 2015 se aprecia un descenso de las cosechas que alcanza 720 kg/ha, siendo un promedio de 4,4% entre los años 2009 y el año 2015 (Agricultura, 2011).

**Tabla 2. Producción anual de cacao por regiones 2000-2016**

	Total Anual	San Martín	Junín	Cusco	Ucayali	Huanuco	Ayacucho	Amazonas	Jaen	Otras Regiones
2000	24 786	1 113	2 108	8 943	393	1 968	6 297	2 922	547	496
2001	23 671	1 814	2 237	8 357	326	2 001	5 393	2 384	558	601
2002	24 353	2 298	2 546	7 139	301	1 939	5 738	3 241	552	599
2003	24 214	2 494	3 026	6 182	346	1 925	5 722	3 357	581	581
2004	25 921	2 704	3 352	6 708	548	2 020	5 997	3 349	536	706
2005	25 257	2 975	3 571	6 698	556	1 977	5 603	2 642	674	561
2006	31 676	5 992	4 045	7 638	827	1 915	5 834	3 929	851	645
2007	31 387	8 411	3 986	5 732	775	1 736	6 359	2 729	879	781
2008	34 003	10 643	4 057	6 837	820	1 604	6 313	2 136	887	708
2009	36 803	12 440	4 036	6 743	924	1 710	6 286	2 858	877	930
2010	46 613	21 000	4 440	7 192	1 032	1 840	6 263	2 788	898	1 160
2011	56 499	25 817	6 178	8 083	1 598	2 092	6 180	4 275	892	1 385
2012	62 492	26 737	7 557	9 227	2 568	2 463	6 186	4 484	933	2 337
2013	71 838	32 126	9 835	10 351	2 888	2 744	6 188	4 269	947	2 490
2014	81 651	38 283	12 399	10 448	2 905	3 701	4 920	4 751	961	3 284
2015	92 592	42 607	15 334	8 302	6 704	5 292	4 973	4 718	959	3 704
2016	108 677	46 848	21 400	10 788	8 622	6 491	5 439	4 276	904	3 908
Prom.	9,7%	26,3%	15,6%	1,2%	21,3%	7,7%	-0,9%	2,4%	3,2%	13,8%

Fuente. MINAGRI-DGSEP-DEA. Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo. (2016)

Al 2016 el departamento de Pasco, fue quien mostro la mayor producción con 1,154 toneladas, la producción nacional fue de 720 toneladas seguida de San Martín (931 tn), Junín (924 tn), Cuzco (392 tn) , Ucayali (820 tn), Ayacucho (756 tn), Cajamarca(864 tn), Amazonas (642 Tn), otros departamentos (789 tn), Huánuco (564 tn) (tabla 5)

**Tabla 3. Rendimiento de cacao por regiones en el 2016**

Fuente. MINAGRI-DGSEP-DEA, Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo 2016

Como se aprecia en la tabla 3 la producción anual desde el 2000 al 2016 alcanzo de 14,786 a 108,677 toneladas lo que representa el 9,7% siendo el departamento de San Martín que logro de 1,113 a 46,848 toneladas(26,3%), seguida de Junín de 2,108 - 21,400 toneladas (15,5%), Cuzco de 8,943 - 10,788 (1,2%) , Ucayali de 393- 8,622 toneladas(21,3%), Huánuco alcanzo de 1,968 - 6,491 toneladas(7,7%) el departamento de Ayacucho de 6,297- 5,439(- 0.9%), Amazonas obtuvo de 2,922- 4,276 toneladas (2,4%), Jaén de 547- 904 toneladas (3,2%) y otras regiones entre las que se encuentra de 496 - 3,908 toneladas (13,8%) (MINAGIR, 2016)



### 2.2.2.7. Estacionalidad del cacao

Respecto a la estacionalidad de los frutos del cacaotero se comete a lo largo del año; a excepción de los meses de abril hasta agosto se consigue elevados volúmenes.

La mayor producción se concentra entre los meses de mayo, junio y julio, debido justamente a las mayores cosechas efectuadas durante este período San Martín, Junín, Ayacucho, Piura y Huánuco. En cambio en las regiones como Cusco, Cajamarca, Amazonas, presentan una producción regular, durante el año (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).

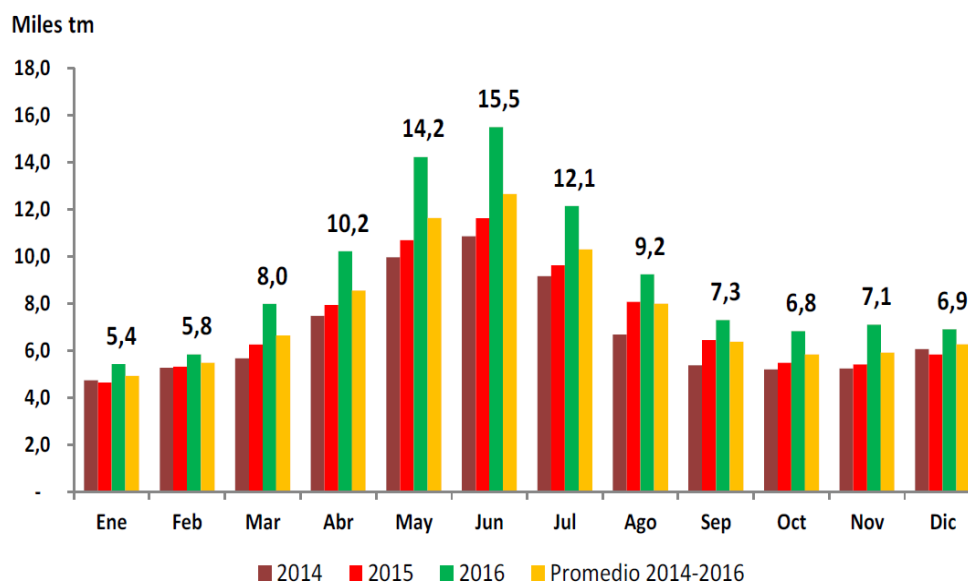


Figura 4. Estacionalidad de producción de cacao en grano  
Fuente. MINAGRI-DGESP-DEA. Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo (2016)

### **2.2.2.8. Propiedades del consumo de cacao**

Según Cruz (2008) consideran que las propiedades que ofrecen el consumo de cacao y sus derivados tenemos es muy favorable:

- ✓ **Como estimulante del sistema nervioso;** Los componentes que poseen el cacao funcionan en el organismo como estimulantes y euforizantes, es decir la feniletilamina, produce en el cerebro un cambio de bienestar de tipo emocional y de optimismo.
- ✓ **Mejora el estado de ánimo;** Es considerado como un alimento energético que repara el cansancio físico y mental, y su consumo acrecenta la producción de endorfinas que son hormonas que renuevan el ánimo.
- ✓ **Estimulante del sistema digestivo;** Tiene un mecanismo de estimulante del sistema intestinal.
- ✓ **Para estreñimiento;** según los estudios realizados hay resultados que el consumo de cacao, porque es un tonificante y estimulante del sistema digestivo.
- ✓ **Salud cardiovascular:** El cacao contiene antioxidantes y los compuestos naturales previenen la acción negativa de los radicales libres presentes en el cuerpo, contribuyendo a prevenir la degeneración de las células del sistema cardiovascular, disminuyendo la probabilidad de patología

que afecta al corazón, también reduce los lípidos (colesterol y triglicéridos).

- ✓ **Para la piel y celulitis;** El cacao posee beneficios para la acción anticelulítica, reacciona como antioxidante y suavizante.

**Efectos colaterales;** Es necesario el consumo moderado para impedir posibles efectos secundarios, especialmente para sujetos con hipertensión arterial y nerviosismo, puesto que contiene residuos de cafeína que puede empeorar esta situación. También el cacao contiene taninos, principios activos con propiedades astringentes, (Angel , Rivera , y Solis , 2016).

#### **2.2.2.9. Variedades de cacao**

Existen muchas variedades de cacao cultivadas en el mundo, pero los principales son el criollo y el forastero, según se presenta en forma detallada:

##### **Variedad de cacao: Criollo**

###### **A. Características**

El cacao criollo de porcelana cuyo nombre científico es *Theobroma ovalifolium*, es conocido por tener árboles débiles, de lento crecimiento, presentan bajo rendimiento y tienen la peculiaridad de ser susceptibles a innumerables enfermedades

y plagas que otras variedades no les afectan. A excepción, que el fruto se reconoce por ser dulce y producir chocolate que contiene mínimo amargor y es poseedor de la mejor calidad. En cuanto al sabor es delicado de apariencia suave pero complejo, y su aroma tiene gran intensidad que lo convierte en exclusivo por lo que tiene mayor demanda por los mercados del universo más exigentes.

## **B. Origen**

El cacao criollo es originario de América Central precolombina, y fue la originaria tipología que fuera conocida en Europa introducida por quienes colonizaron el nuevo mundo. En la actualidad es México, el país de Guatemala y también Nicaragua productores, pero en pequeñas cantidades; también Venezuela, Colombia, el Perú, las islas del Caribe, las islas de Trinidad, Jamaica e isla de Granada. En otros continentes esta Madagascar, Java y la isla Comores.

Hasta los años cincuenta la variedad criollo de cacao de oriundo de México, Guatemala, Nicaragua y Venezuela, gozaban una categoría extraordinaria. Pero carecían de adaptabilidad a otros lugares además están susceptibles a varias enfermedades, lo que termino porque los productores perdieran interés en su cuidado; desapareciendo en su estado

puro, y solo ha quedado solo algunas pequeñas parcelas en algunos terrenos de Venezuela, México y Nicaragua. (MINAGRI, 2015)

### C. Producción

El cacao criollo constituye entre el 5% y 8% de la producción en el universo, a causa el cultivo se presenta muy embarazoso, expuesto a las plagas que de una u otra forma afectado la limitada propagación e incluso disminución de sus áreas de cultivo. (MINAGRI, 2015)

### D. Variedades

**Cacao Criollo porcelana:** que es apreciado por ser superior en el mundo del cacao.

**Cacao Criollo andino:** Cacao que engendra antes de madurar frutos de colores rojos y verdes.

**Cacao Criollo pentágono:** que produce frutos con cinco bordes prominentes. (MINAGRI, 2015)



Figura 5. Cacao criollo

Fuente .MINAGRI. (2016)Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo

## **Variedad de cacao: Forastero**

### **A. Origen**

El cacao Forastero, siendo su nombre científico *sphaeocarpum* Oriundo de la Alta Amazonía, es reconocido por su capacidad para producir mayores toneladas por hectárea, generalmente predomina en países de África y los de Asia. A inicios del siglo veinte en tierras colonizadas fueron llevados por los europeos cuando se produjo mayor demanda de chocolate. Pero no se olvida que esta variedad es oriunda de Brasil, Perú, Bolivia y Colombia.

### **B. Lugares de cultivo**

Se cultiva principalmente en:

- ✓ Perú
- ✓ Ecuador
- ✓ Colombia
- ✓ Brasil,
- ✓ Guayanas
- ✓ Venezuela.

Se ha expandido hacia el:

- ✓ África Occidental
- ✓ Costa de Marfil,
- ✓ Ghana
- ✓ Camerún

- ✓ Santo Tomé

Finalmente el sudeste asiático también produce cacao y constituye en la actualidad entre el 80% y 85% de toda la producción que existe en el mundo.

### **C. Características**

- ✓ En base a la cata, este tipo de cacao es fuerte y amargo.
- ✓ Ligeramente ácido.
- ✓ Con mucho tanino y astringencia.
- ✓ Se caracteriza por ser resistente y poco aromático.
- ✓ Generalmente es usado para mezclar y dar cuerpo al chocolate.
- ✓ Tiene una gran potencia aromática.
- ✓ No posee finura ni diversidad de sabores.
- ✓ Tienen un buen rendimiento.
- ✓ De cosecha precoz.
- ✓ Árbol vigoroso
- ✓ Resistente a las enfermedades.

### **D. Variedades**

Generalmente solo se refiere al cacao de tipo forastero en su totalidad para la obtención de los chocolates comúnmente llamados “corrientes” y es característico por tener un sabor amargo carente de sabores aromáticas. Costa de Marfil lidera

la producción que se realiza en el mundo de cacao pero de tipo forastero y especialmente Europa y Estados Unidos son quienes lo demandan.

### **E. Producción**

Según Chávez y Juscamaita (2013) la producción considera:

*Sacar al mercado colecciones especiales, sobre todo de chocolate negro (con más de 50% de cacao) o con porcentajes altos de cacao, que resulta bueno para los consumidores pero en especial para catadores. También han adquirido la mala popularidad que el chocolate produce sobrepeso, granos y otros efectos a causa del porcentaje añadido que no pertenece al cacao. El chocolate elaborado con leche contiene de 20% a 25% de cacao tipo forastero, el resto de ingredientes es leche en polvo, manteca de cacao, la azúcar blanca y la lecitina que es emulgente que afectan habitualmente su calidad (p.45).*



Figura 6. Cacao el Forastero  
MINAGRI. (2016). Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo



## **Variedad de cacao: Trinitario**

### **A. Origen**

Es un cacao híbrido, por lo que se considerada como nombre científico (*Theobroma cacao hibrido*), es decir una mezcla de tipo Criollo y el Forastero, oriundo de la isla Trinidad, según los estudios no existen hallazgo en estado silvestre. Se esparció en Latinoamérica y también en El Caribe y fue introducido en África alrededor del año 1850.

### **B. Características**

Tienen mayor olor aromático que el tipo Forastero y más invulnerable que el tipo Criollo y constituye del 10% al 15% de la producción mundial.

### **C. Variedades**

Entre las variedades híbridas se puede clasificar un promedio de 50 tipos entre las que sobresalen las siguientes variedades:

- ✓ Guayaquil,
- ✓ Ceilán,
- ✓ Patastillo
- ✓ Lagarto
- ✓ Blanco
- ✓ Marfil

- ✓ Uranga
- ✓ Porcelana
- ✓ Matina
- ✓ Pajarito
- ✓ Sánchez, entre otras.

El cacao CCN-51 es una variedad del cacao convencional oriundo de Naranjal(Ecuador) que en 1965, adopta la denominación CCN asumiendo el número 51 que corresponde al número de cruces ejecutados hasta la obtención de deseada variedad. Este cacao se reconoce por el contenido de atributos de alta productividad por cada hectárea.

El cacao CCN-51 no requiere de fecundación cruzada para su fructificación; donde su proceso de cultivo es precoz desde que inicia su producción hasta los dos años de edad; el cacaotero es resistente a las diversas plagas y las enfermedades; de fácil adaptación a las diferentes zonas tropicales; y la proporción de grasa es alto (54%) convirtiéndolo en muy cotizado para la industria. Pero una limitación es que no posee las particulares del cacao fino de aroma (CFdA) al contrario posee sabor ácido y astringente (ICCO, 2014b) (Flores, 2016)

#### D. Lugares de producción

Se cultiva en países donde se encuentra la variedad criollo:

- ✓ Trinidad
- ✓ Islas Antillas
- ✓ Java
- ✓ Sri Lanka
- ✓ Papua Nueva Guinea
- ✓ Camerún.

Concentra las variedades criollo y forastero que se reconoce por ser frutado igualmente perfumado; donde la amplia gama de sabores; aromático y persistente en boca, también existen sabores a heno, sabor roble miel y las notas verdes entre otras.

#### E. Variedades

Como variedades selectas destacaremos la de Santa Severa (Trinidad) y Java (Indonesia).



Figura 7. Cacao Trinitario  
MINAGRI. (2016). Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo

### **2.2.2.10. La industria chocolatera**

El cacao ha cobrado gran valor en las industrias chocolateras en el mundo, que ha sido un receptor favorecido debido al microclima de la plantación, que recibe la radiación solar, el viento así como la humedad relativa, sin olvidar los factores del suelo, la propia nutrición mineral, la recurrencia de plagas y las enfermedades que directamente que aquejan el incremento y avance del cultivo. El cacao consumido en diversas formas, debido a que se procesa variedad de derivados, empleando la totalidad del fruto, el alimento, sea para humanos o para animales, también es empleado en la manufactura farmacéutica (Cruz F, 2088).

## **2.3. Definición de términos básicos**

**Análisis de mercado:** Tiene como propósito conocer, descubrir oportunidades de negocios externos que sean rentables y viables donde las organizaciones se vean comprometidas y motivadas a ejecutarlas, de esa forma se recolecte la información necesaria de los gustos y preferencias de dichos clientes, y sobre todo determinar las estrategias de distribución del producto ( FOES) (2012).

**Competitividad de la empresa:** Es la práctica de generalmente la empresa mantiene respecto al crecimiento invariable para esbozar, o

comercializar bienes y/o servicios. Se mide a través de parámetros de eficiencia y calidad de las demás empresas que son los grandes competidores en el mercado (FOES) (2012).

**Plan de Exportación:** Según el sitio web de (Llamazares, 2002) refiere que un Plan de Exportación debe estructurarse en etapas claramente estructuradas y de forma secuencial el proceso, igualmente cada una de las estrategias de la organización o empresa ejecuta para el comercio en el ámbito internacional.

**Servicios logísticos:** Tiene que ver con la planificación, la dirección, las operaciones logísticas que la organización ejecuta con el propósito del desplazamiento de materia prima que va desde el análisis de los materiales realizados por el cliente y/o usuario por la adquisición de los mismos, acopio de materias primas y los productos finales, también la distribución así como la disposición final ante el comprador, comúnmente llamada cadena logística (Castro, 2000).

**Trámites aduaneros:** Esta referida a las actividades propias para el intercambio de mercancías que son sometidas al rigor aduanero. Con frecuencia se efectúan diariamente en un determinado país para cumplir con el proceso de nacionalizar las mercancías que son parte de una transacción para el comercio internacional. (SUNAT, 2016)

## **2.4. Variables**

### **VI: Plan de exportación**

#### **2.4.1. Definición conceptual de la variable**

Es la guía o documento que le muestra al empresario hacia donde debe dirigir su esfuerzo exportador, y como competir con sus productos y servicios en el mercado internacional y conseguir el éxito.

Es el documento más complejo del planeamiento estratégico, puesto que la organización es parte activa de los factores del contexto extranjero. En las exportaciones, la empresa se incrusta en el panorama exterior, lo cual supone una mayor capacidad de asumir decisiones acertadas, más información, mejor capacidad de personal, entre otras exigencias.

#### **2.4.2. Definición operacional**

Son los principales procesos y actividades donde la empresa debe concentrar sus esfuerzos para poder competir con el mercado internacional teniendo en cuenta los componentes que la conforman con son: el análisis de mercado, competitividad de la empresa, servicios logísticos y los trámites aduaneros.

### 2.4.3. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA
<b>Plan De Exportación</b>	<p>Es la guía o documento que le muestra al empresario hacia donde debe dirigir su esfuerzo exportador, y como competir con sus productos y servicios en el mercado internacional con el fin de lograr el éxito.</p> <p>Es uno de los documentos más complejos de la planeación estratégica, puesto que la empresa forma parte activa de los factores del entorno internacional. En las exportaciones, la empresa se inserta en el ámbito exterior, lo cual supone una mayor capacidad de toma de decisiones acertadas, más información, mejor capacidad de personal, entre otras exigencias (Lerma &amp; Márquez, 2010).</p>	<p>Se refiere a los principales procesos y actividades donde la empresa debe concentrar sus esfuerzos para poder competir con el mercado internacional.</p> <p>Se aplica una encuesta considerando las dimensiones de análisis de mercado, competitividad de la empresa, servicios logísticos y los trámites aduaneros.</p>	<b>Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oferta</li> <li>✓ Demanda</li> <li>✓ Oportunidades de negocio</li> <li>✓ Precio</li> </ul>	Ordinal
			<b>Competitividad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrategias</li> <li>✓ productividad</li> <li>✓ Posicionamiento</li> <li>✓ mejora Continua.</li> </ul>	Ordinal
			<b>Servicios Logísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transporte</li> <li>✓ Almacenamiento</li> <li>✓ Distribución</li> <li>✓ Proveedores</li> <li>✓ comercialización</li> </ul>	De Intervalo
			<b>Trámites Aduaneros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ documentación</li> <li>✓ certificaciones</li> <li>✓ Incoterms</li> </ul>	De Intervalo  De Intervalo

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y nivel de investigación**

##### **3.1.1. Tipo de estudio**

Según la función que cumple la investigación es aplicada, porque supone una solución a un problema en la sociedad. Que la producción existente en la región de Piura permite hacer la exportación de cacao fino de aroma creando nuevas fuentes de ingreso. (Carrasco, 2014)

##### **3.1.2. Nivel y diseño de estudio**

El nivel de la investigación es descriptivo (Hernández, Fernández y Batista, 2014), porque solo observa y describe fenómenos sin la intervención del investigador, es decir no solo se identifica si no describe los componentes del plan de exportación como: el análisis del mercado, la competitividad de la empresa, los servicios logísticos y los trámites aduaneros. El diseño es no experimental porque no se manipulan las variables únicamente se estudian en su estado natural.



### 3.2. Descripción del ámbito de la investigación

La empresa objeto de estudio Loveday Corporation S.A.C, la misma que se encuentra ubicada en la ciudad de Piura, quien se inició para el comercio local y nacional y hoy está apostando para la exportación del cacao proveniente de las Provincia de Morropón y Huancabamba. Donde se encuentra la Asociación de Pequeños/as Productores/as de Cacao de Piura”, una organización conformada por 242 socios/a que se concentran en 5 distritos de la región Piura: Lalaquiz, Salitral, San Juan de Bigote, San Miguel del Faique y Canchaque, conduciendo 263 hectáreas de cultivo, quienes cuentan con el apoyo de Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA), con la cooperación del Gobierno Vasco y EGOAIZIA de España con el propósito de lograr el fortalecimiento de la competitividad de la asociación y alcanzar la producción deseada.



Figura 8. Lugares de producción de cacao en Piura  
Fuente: DEVIDA (2016). Productos para la Marca Perú

### 3.3. Población y muestra

#### 3.3.1. Población

Henandez et, al(2014) afirma que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones, o en sí, la serie de unidades o fuentes de datos que conforman un todo”(p.198). La población interna objeto de estudio está determinada por las asociaciones productoras de Cacao en la provincia de Morropón y Huancabamba en Piura que son 242 socios entre hombres y mujeres, y 15 trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C. La población externa está determinada por Suiza que es el país de destino final y se han considerado el contacto con un bróker en Suiza para poder encuestar a habitantes de 18 a 65 años, según tabla 3.

Tabla 4. *Población de habitantes de Suiza de 18-65 años*

<b>Edad de población</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>TOTAL</b>
18-24 años	469,536	451,547	921,083
25-54 años	1,775,571	1,760,456	3,536,027
55-65 años	484,278	486,220	970498
Total	2729,386	2698,223	5,427,608

Fuente. CIA World Factbook 2015

### 3.3.2. Muestra

Carrasco, (2013) refiere que la muestra es una “*Parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio*” (p.212) para efecto de la investigación se consideró la muestra finita con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de un 5 %. Se utilizó la fórmula estadística para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

N = Población (242)

n = Muestra para calcular (?)

Z = Nivel de Confianza 1.96 (95%)

P = Probabilidad de Ocurrencia (50%)

Q = Probabilidad de NO ocurrencia (50%)

E = Error Muestral (5%)

#### **Cálculo de muestra de Asociación de Pequeños/as Productores/as de Cacao de Piura.**

Se reemplazó en la fórmula de muestras finitas

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Se reemplazó valores:

$$\frac{242 \times 1.96^2 \alpha 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (242 - 1) 1.96^2 \alpha 0.05 \times 0.95} = 91$$

Se obtuvo como muestra (n= 91) miembros de la Asociación de Pequeños/as Productores/as de Cacao de Piura.

### **Cálculo de la población externa de Suiza**

Se reemplazó en la fórmula de muestras finitas.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Se reemplazó valores:

$$\frac{5,427,608 \times 1.96^2 \alpha 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (5,427,608 - 1) 1.96^2 \alpha 0.05 \times 0.95} = 384$$

Se obtuvo como muestra externa (n= 384) habitantes de Suiza cuyas edades están comprendidas entre 18 y 65 años.

### **3.3.3. Muestreo**

Este proceso de selección en la investigación se trabajará mediante el muestreo probabilístico simple (Hernández, et, al, 2014, p. 183) “*donde todos los elementos que forman el universo, descrito en el marco muestra*” y corresponde a los habitantes de 18-65 años de Suiza y los miembros de la Asociación de Pequeños/as Productores/as de Cacao de Piura y muestreo no probabilístico intencional porque se tomará a todos los trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C

#### **Criterios de Selección**

La muestra cumple con los siguientes criterios de inclusión y selección

#### **De Inclusión**

- ✓ Habitantes entre 18 a 65 años en Suiza.
- ✓ Asociación de Pequeños/as Productores/as de Cacao de Piura.
- ✓ Trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C

#### **De Exclusión**

- ✓ Aquello no que no cumplen con los criterios de inclusión.

### 3.4. Técnicas e instrumentos

#### **Técnica:**

La técnica a través de la cual se recogieron los datos fue la encuesta (Bernal,2000) que es una *“técnica de investigación con enfoque principalmente cuantitativo que tiene por finalidad recabar información que sirva para resolver un problema de investigación y se traslada al uso de un instrumento de medición denominado cuestionario”*. (p. 222) Se aplicara una encuesta a las unidades de análisis para tener un diagnóstico sobre el plan de exportación de Cacao en la cual se estudian los mercados potenciales, accesibilidad de los productos, canal de comercialización, políticas de marketing y los recursos necesarios.

**Entrevista.** Según Hernández et, al (2014) *“es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar”*. (p.299) Se aplicó la entrevista al gerente o representante de la empresa con el propósito de brindar información general de la empresa.

#### **Instrumento**

Se consideró como instrumento para recoger los datos cuantitativos utilizar el cuestionario (Hernández et, al, 2014) refiere que el cuestionario *“es la recopilación de información que se realiza mediante preguntas que miden los diversos indicadores que se han determinado en la*

*Operacionalización de la variable” (p23).* El instrumento esta formulado de 8 ítems para los miembros de la asociación de productores de cacao, 25 ítems para los trabajadores de la empresa.

**Guía de entrevista:** Se formularon 11 preguntas para ser aplicadas al representante o gerente de la empresa.

### **3.5. Validez y confiabilidad del instrumento**

#### **4.5.1 Validez**

Esta prueba se utiliza para validar el contenido (Hernández et, 2014, p. 118)” *la validez de contenido se refiere al grado en que el instrumento mide la validez total del instrumento y la validez específica de cada ítem*”. Para efecto de la investigación la validez de los instrumentos será calculada a través de la técnica de juicio de expertos, quienes valoran la coherencia, claridad, pertinencia del instrumento que determinaron que los instrumentos son aceptables.

#### **4.5.2 Confiabilidad**

Para (Hernández et, al, 2014), la confiabilidad *“indican que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados”* (p.118). Las confiabilidades de los instrumentos se midieron mediante la prueba de Piloto para calcular el coeficiente de Alpha de Cronbach,

donde los resultados determinaron que existe consistencia interna significativa entre los ítems para el cuestionario de los productores siendo su valor 0,850 y el cuestionario de los trabajadores tuvo el valor de 0.807 resultando una fuerte confiabilidad según la clasificación de Hernández et, al.

### **3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos**

Los datos fueron analizados y procesados en tabla de frecuencias en programa estadístico

Todo el proceso de recolección de datos se realizó durante el periodo propuesto en el plan de investigación según detalle.

- ✓ Elaboración de la matriz de operación de variables ( primera semana)
- ✓ Definición de indicadores ( primera semana)
- ✓ Selección de instrumentos ( segunda semana)
- ✓ Elaboración de instrumentos ( segunda semana)
- ✓ Validación de los instrumentos (segunda y tercera semana)
- ✓ Aplicación de los instrumentos (tercera semana)
- ✓ Análisis e interpretación de resultados mediante tablas y/o figuras (cuarta semana).



## CAPITULO IV

### PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO



#### 4.1. Plan Estratégico y Plan Organizacional

##### 4.1.1. Descripción de la empresa

La empresa objeto de estudio Loveday Corporation S.A.C, se encuentra ubicada en Piura, que al principio se inició para el comercio local y nacional y hoy se está apostando para la exportación del cacao proveniente de las Provincia de Morropón y Huancabamba donde se encuentran los Productores de Cacao de Piura, integrada por 242 socios que se concentran en cinco distritos de la Piura.

#### 4.1.2. Datos de la empresa

<b>Nombre</b>	:	Loveday Corporation S.A.C
<b>Rubro</b>	:	Agropecuario y Acuicultura
<b>Razón Social</b>	:	Loveday Corporation Sociedad Anónima Cerrada
<b>RUC</b>	:	20525630545
<b>Dirección</b>	:	Block B 102 RES. El Morro
<b>Ubicación</b>	:	Piura - Piura - Piura

##### 4.1.2.1. *Análisis del potencial exportador*

##### 4.1.2.2. *Plan estratégico*

###### **Visión**

Al 2023 ser una organización de prestigio internacional que lidera en el mercado, cumpliendo las expectativas para dar complacencia a nuestros usuarios con calidad, seguridad alimentaria, mejoramiento continuo, innovación, tecnología para el acopio de cacao y derivados.

###### **Misión**

Ser una organización consagrada a la obtención, acopio, transformación y comercialización de frutos y hortalizas, que tiene por finalidad dar cumplimiento a las normas técnicas de calidad de sus frutos y derivados realizando trabajo armónico con el ecosistema y la sociedad.

## Objetivos

- ✓ Ser la empresa líder en ventas nacionales y de relevancia internacional, tanto en la elaboración de frutos frescos o sus derivados.
- ✓ Resaltar la importancia del cliente y la eficacia de la producción para el usuario.
- ✓ Colocar nuestros productos en todos los continentes.
- ✓ Brindar a nuestro personal el mejor ambiente de trabajo y mejor calidad institucional.

### 4.1.4. Matriz resumen de fortalezas y debilidades

se presenta la matriz FODA para evaluar los factores interno y externo que demuestra lo que favorece y afecta a la empresa, siendo necesario un valor relativo con respecto a la situación de los mencionados factores para proponer las estrategias necesarias.

AMENAZAS	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mayor cantidad de competidores en el rubro cada año.</li> <li>✓ Aumento de exportaciones de Cacao por parte de Perú, competidor directo</li> <li>✓ Disminución en la obtención</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Productos reconocidos por la calidad y certificados.</li> <li>✓ Flexibilidad Operativa. Personalización del producto.</li> <li>✓ Continúa capacitación de</li> </ul>

<p>de cacao en Piura, debido al fenómeno del niño costero.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ incremento de su valor el cacao desde chacra, debido a los daños ocasionados y disminución de producción</li> </ul>	<p>los trabajadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Adecuado trato entre el costo y la eficacia que posee el producto ofrecido.</li> </ul>
---	--

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proveedores con volúmenes de producción variable y calidad de producto no estándar.</li> <li>✓ Precios más altos en relación a la competencia.</li> <li>✓ Capacidad producción limitada de la planta.</li> <li>✓ Marca no conocida en el mercado exportador</li> <li>✓ Falta de experiencia en el sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incremento en la Demanda de Cacao, producto del mayor consumo de chocolate.</li> <li>✓ Arancel cero para el Cacao, gracias al TLC (Perú- Suiza).</li> <li>✓ Buena Imagen que posee el Cacao peruano en el mundo.</li> <li>✓ Cacao con excelente calidad y máximo rendimiento.</li> </ul>

#### 4.1.5. Plan organizacional

##### 4.1.5.1. Estructura de personal

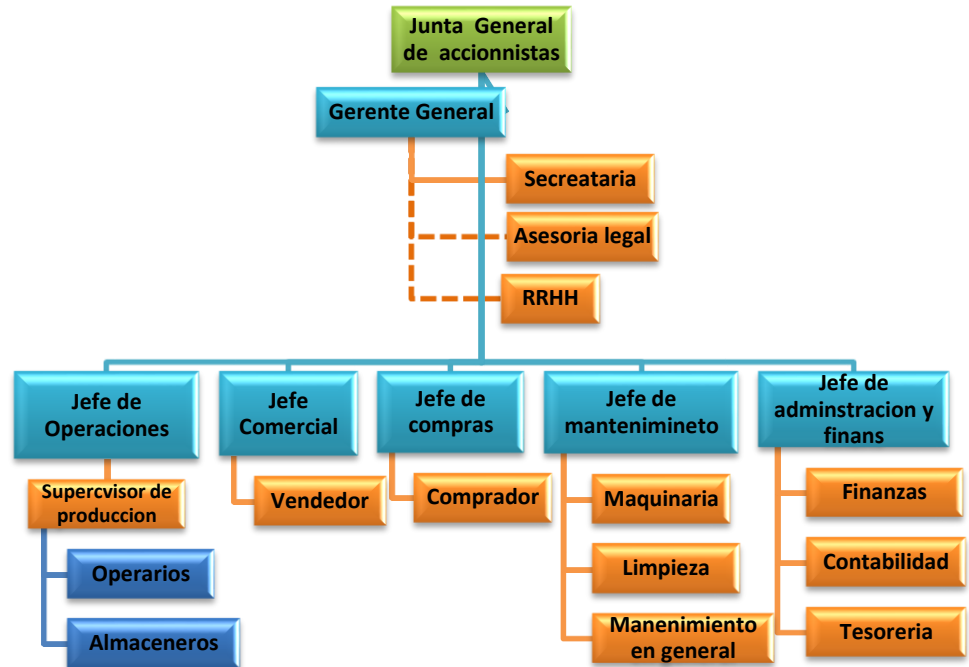


Figura 9. Organigrama de Loveday Corporation S.A.C  
Fuente. Loveday Corporation S.A.C

##### 4.1.5.2. Funciones del personal

**Gerente General es el responsable de:**

- ✓ Asumir responsabilidad para dirigir la empresa.
- ✓ Usar estrategias para posesionar Loveday Corporation S.A.C en el mercado.
- ✓ Estabelcer las funciones para cada jefe de unidad

- ✓ Proponer métodos cortos para alcanzar los objetivos de la empresa.
- ✓ Evaluar de cada área de la empresa el desempeño.
- ✓ Coordinar con cada jefe de área las mejoras.
- ✓ Plantear una relación con los principales clientes
- ✓ Presentar los resultados ante la Junta Directiva.

### **Secretaria**

- ✓ Proporcionar apoyo al gerente general
- ✓ Proveer la información que el Gerente general necesite.
- ✓ Poseer una agenda para apoyar con los inconvenientes que presente la gerencia general y jefes.

### **Jefe de operaciones**

- ✓ Encargarse de la producción en el tiempo estipulado y en las cantidades adecuadas.
- ✓ Emplear los mejores métodos para las operaciones.
- ✓ Realizar el inventario y solicitar los pedidos para mantener el stock.
- ✓ Evaluar las circunstancias de trabajo óptimas para los operarios y almaceneros.

### **Jefe Comercial**

- ✓ Buscar nuevos clientes.

- ✓ Medir y controlar la eficiencia de los vendedores.
- ✓ Proveer descuentos a los principales clientes.

#### **Jefe financiero y contador**

- ✓ Ejecutar el balance general de la empresa.
- ✓ Realizar inversiones en la empresa.
- ✓ Administrar las cuentas por cobrar y pagar.

#### **Jefe de compras**

- ✓ Controlar al responsable de compras.
- ✓ Buscar descuentos corporativos a largo plazo.

## **4.2. Análisis del producto en el mercado objetivo**

### **4.2.1. Análisis del producto**

#### **4.2.1.1. Definición**

El árbol de cacao (*Theobroma cacao*) proviene de la familia de las *esterculáceas*, que se desarrolla en una zona geográfica tropical a veinte grados (20°) de latitud hacia ambos hemisferios. (Comexperú, 2017).

#### 4.2.1.2. Origen del cacao en el mundo

El árbol cacaotero, calificado como "alimento de los dioses" es un arbusto eterno que produce muchas cosechas al año. América dio origen al nacimiento del cultivo del cacao, que en las culturas años atrás ya se constituía como un producto básico antes de llegar la colonización europea. Por ejemplo los aztecas profesaban que su dios Quetzalcóatl era quien les enseñó el cultivo del cacao a sus antepasados, que en aquella época las semillas eran empleadas como intercambio comercial. El país azteca (México) y Centroamérica son productores de cacao, en el siglo dieciséis se introdujeron en África el cacao y se sigue cultivando hasta la actualidad. En América se sigue cultivando el cacao, siendo los principales productores: Brasil, Ecuador, México, el país de Colombia, Venezuela y la República Dominicana (Mejillones y Jaime 2015).



Figura 10. Origen de la producción de cacao en el mundo  
Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú



#### 4.2.1.3. *Morfología y taxonomía*

Según el estudio de Espinosa y Mosquera, (2012) se hace un estudio sobre la morfología y taxonomía del cacao, según detalle:

**Tabla 5** *Taxonomía del cacao*

<b>Clase</b>	Dicotiledónea
<b>Orden</b>	Malvales
<b>Familia</b>	Esterculiáceas
<b>Genero</b>	Theobroma*
<b>Especie</b>	cacao
<b>Nombre científico</b>	Theobroma cacao L.
<b>Nombre comercial</b>	CocoaBeans (cocoa en grano)

Nota\* Procede del griego "Theos" que significa Dios y "broma".  
Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

**Tabla 6.** *Morfología del cacao*

Antocianina en los estaminodios	Presente
Antocianina en el filamento estaminal	Ausente
Antocianina en el lóbulo del pétalo	Presente
Color del penúnculo	Verde
Antocianina en la parte superior del ovario	Ausente
Número de óvulos por ovario	dnd.

Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

**Planta:** El arbusto tiene tamaño mediano entre 5 a 8 metros, alcanzando alturas de 20 metros cuando desarrolla de forma libre y bajo sombra intensa. Presente una corona densa, de forma

redondeada siendo el diámetro aproximadamente entre 7 a 9 metros pero el tronco generalmente es recto pero en algunas ocasiones se desarrolla de forma variadas gracias al clima (p.11).



Figura 11. Planta de cacao  
Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

**Raíz:** la raíz del cacao se define por ser pivotante, es decir tiene un eje central que se ramifica, contiene raíz primaria y raíz secundaria. Se le conoce como raíz axonomorfa y crece hacia abajo, forma un centro de donde las raíces brotan lateralmente y se caracteriza por ser difíciles de trasplantar. Comienza con una raíz primaria pero al cumplir un año empieza a crecerle raíces secundarias a lo ancho de la raíz primaria, y crecen de acuerdo con el crecimiento del resto de partes de la planta, las raíces se encuentra a 50 cm del suelo.(p.12)

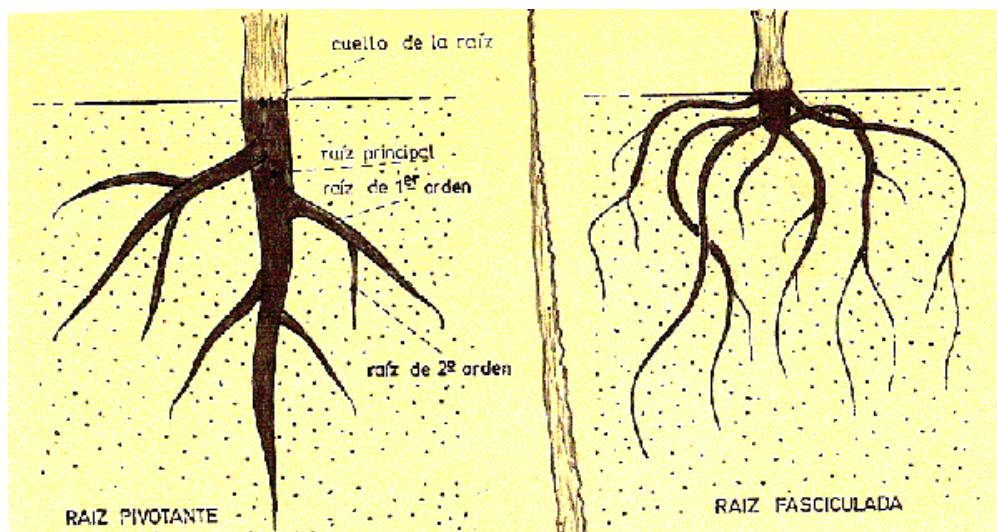


Figura 12. Raíz del cacao

Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

**Hoja:** Son simples, completa y enteras de coloración verde con tendencia a cambiar: color café claro, el color morado o rojizo, el verde pálido) , donde el peciolo se caracteriza por ser corto.



Figura 13. Hoja de Cacao

Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

**Flores:** Son de tamaño pequeñas, producidas en los racimos de las ramas sostenidas por el tronco de los arbustos mayor a un año. Éstas se abren por las tardes y cabe la posibilidad de ser fertilizadas gracias a la polinización de tipo entomófila(Forcipomya). De color rosa es el cáliz de puntiagudos segmentos, en cambio la corola es de color blancuzco con tonalidades amarilla y/o rosa y los pétalos son de tamaño largo. (p.15)



Figura 14. Flores de cacao  
Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

**Fruto:** tiene como característica una forma ovalada (baya), con diez centímetros de diámetro y treinta centímetro de largo. La textura es lisa o acostillados de color rojo, con tonalidades amarillas, moradas o color café. La pared es gruesa, dura y/o suave, es de color blanco, tonalidades rosadas o café, de sabor ácido a dulce y aromática. Los frutos suelen dividirse en cinco celdas. La baya contiene entre 20 a 40 semillas que son planas

redondeadas de coloración blanco a tonalidades café o morado, sabor dulce o amargo.



Figura 15. Fruto de Cacao  
Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

#### **4.2.1.4. Control Fitosanitario**

##### **A. Plagas**

El cacao es afectado por predadores, parásitos de otros insectos nocivos e insectos dañinos, pero los cacaoteros requieren de insectos favorables como son los polinizadores. No obstante, el uso indiscriminado de insecticidas ocasiona fiascos económicos.

Entre los Insectos que frecuentemente atacan los cacaoteros son:

1. **Áfidos:** atacan arbustos jóvenes de seis a siete años de edad, son pequeños insectos de color oscuro que están agrupados en colonias, que habitualmente atacan la hoja, los brotes, las flores y los frutos jóvenes (sin semillas, a causa del ataque a la flor de partenocarpicos)
  
2. **Cápsidos de cacao o monalonion (*Monalonion braconoides*):** Deterioran las panojas y las yemas terminales; produciendo deformaciones en las panojas o mazorcas, al poner sus huevos. Cuando la agresión es severa o más aún si el fruto es relativamente joven, se puede llegar a perder la mazorca y en casos extremos termina en la muerte de las ramitas.
  
3. **Salivazo (*Clastoptera globosa*):** las hojas son afectadas y terminan secadas por éste insecto que puede destruir totalmente las flores, los cojines florales y puede llegar a atacar los terminales.
  
4. **Chinches:** Estos insectos transmiten la Monilliasis y en colonias se alojan en el pedículo de la mazorca ocasionando lesiones similares al chancro o llagas de poca profundidad.

5. **Barrenador del tallo (*Cerambycidae*):** el insecto produce un daño secundario que puede matar por completo los arbustos, cuantos estos son menores al primer año de edad. La hembra luego de raspar la corteza pone sus huevos, el mismo que se convierten en larvas para penetrar el tallo para alimentarse y cuando alcanza el estado de pupa mata por completo la planta.
  
6. **Gusanos medidores o defoliadores:** Son larvas de Lepidópteros que habitualmente agreden el follaje tierno causando fuerte destrucción en la hoja. En cambio los gusanos esqueletizadores agujerean las superficies intervenales y dejan secas las venas de las hojas, pueden vivir muchos años sin producir grandes daños.
  
7. **Hormigas o Zompopas:** son las responsables de defoliar las plantas ocasionando fracciones semicirculares típicas, si es joven la planta corre el riesgo de ser completamente defoliada en corto tiempo.
  
8. **Trips:** son insectos que benefician la polinización del cacao. Cuando la plaga se localizan en las hojas tienen apariencia de secas o quemadas y se desploman fácilmente, si los frutos son atacados muestran un matiz

enmohecido, lo que imposibilita identificar en las mazorcas su madurez.

9. **Barrenadores del fruto (Grupo Marmara):** los huevos son alojados en los frutos inmaduros las larvas elaboran galerías dentro de ellos, originando color pardo oscuro en la panoja siendo invadida total o parcialmente.

10. **Escolítidos:** los troncos del cacaotero sufren perforaciones en forma de túnel con formación de aserrín junto al arbusto, por parásitos (del género *Xyleborus*) produciendo el mal de machete.

11. **Joboto (*Phyllophaga sp.*):** cuando el arbusto proviene de un vivero cuyo suelo fue anteriormente cultivo de maíz y otros gramíneas, los escarabajos producen daños en las raíces del cacaotero.

12. **Ácaros:** éstos parásitos afectan los cacaoteros jóvenes produciendo atrofia, la malformación y consiguiente defoliación cuando el arbusto adulto está en la etapa terminal.



## B. Enfermedades

Entre las enfermedades que atacan a la planta son:

1. **La mazorca negra:** El cacaotero en cualquier parte del mundo padece la mazorca negra que es la principal enfermedad (Phytophthora), considerado el hongo como el responsable de las pérdidas de las cosechas. La afectación se ve en plántulas, los cojines florales los chupones, los brotes, las hojas, seguidas de las ramas y culmina con la afectación del tronco y sus respectivas raíces, siendo la mazorca el principal daño que producen al cacaotero. El fruto sufre manchas pardas oscuras en forma circular(las almendras infectadas quedan inservibles) que se extienden en la totalidad de la mazorca que entre diez y quince días se pudre totalmente.



Mazorca negra

Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

2. **Mal del machete:** el cacaotero puede ser destruido rápidamente cuando el tronco y las ramas son afectadas por hongos (familia *Ceratocystis fimbriata* ), produciendo amarillez y el marchitamiento de las hojas matando por completo al arbusto. Secándose luego de la segunda semana la copa.
3. **Las bubas:** Se identifican por la hinchazón y crecimiento anormal de los cojines florales. Existen dos bubas de relevancia: la buba de puntos verdes (*Calonectria (Fusarium) rigidiuscula* ), y la buba floral (de agente desconocido).
4. **La Moniliasis:** los frutos son afectados por el hongo *Moniliasis*, disminuyendo la producción del cacaotero, oscilando estas pérdidas entre 16-80% de la totalidad de las plantaciones. El daño producido por el hongo varía según la zona y época según las condiciones climatológica, ocurre en las primeras etapas de crecimiento de la mazorca.



Moniliasis

Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú

5. **Escoba de brujas:** Las yemas florales y las foliares sufren la enfermedad en un solo punto o en todo el cacaotero a causa de su proliferación en las plantaciones y también en aquellas que tuvieron mal manejo de cultivo (drenaje y sombra).



Figura 16. Escobas de brujas  
Fuente. García (2015) Catálogo de cultivares de cacao del Perú.

#### **4.2.1.5. *Propiedades y usos del cacao***

##### **A. Propiedades**

###### **➤ Contenido de Grasas:**

El cacaotero posee bajo contenido de ácido esteárico (colesterol y arteriogénicas).

###### **➤ Antioxidantes:**

El cacaotero contiene alto contenido de antioxidantes que contribuye.

➤ **Minerales :**

El Cacao y su derivado el chocolate contiene fuentes muy ricas de minerales, más que cualquier otro alimento.

**B. Usos**

➤ **Alimenticios:**

Entre los alimentos derivados del cacao se tiene:

- ✓ Licor: Como insumo para ser utilizado en la elaboración de tortas y manteca de cacao.
- ✓ Licor : Como insumo para la elaboración de chocolates (la miga, conchaje y coberturas).

➤ **Industriales:**

La industria farmacéutica y cosmética del mundo utiliza 1% de la manteca de cacao para la manufactura de productos.

**4.2.1.6. Ciclo de vida del producto**

La incursión del cacao Peruano al mercado internacional es relativamente joven, en proporción a otros productos. En tal sentido, el cacao tostado se encuentra en el período de crecimiento en el mundo, es por ello que el 2000 ingresa a Estados Unidos y gracias a la demanda mundial, Perú ha apostado por ampliar el segmento de comercialización, y para

conseguirlo ha incrementado la producción y consiguiente exportación a países como: Ecuador, España, Italia y los Países Bajos y desde el año 2011 lo hizo con el mercado suizo alentado la demanda de las más grandes fábricas productoras de chocolate suizas. (SIICEX, 2017).

El aumento en las exportaciones es viable en tasas muy altas, con un tendencia a partir del 2012 hasta el 2016 y con pronóstico esperado de 16% y 15% respectivamente (MINAG, 2017).

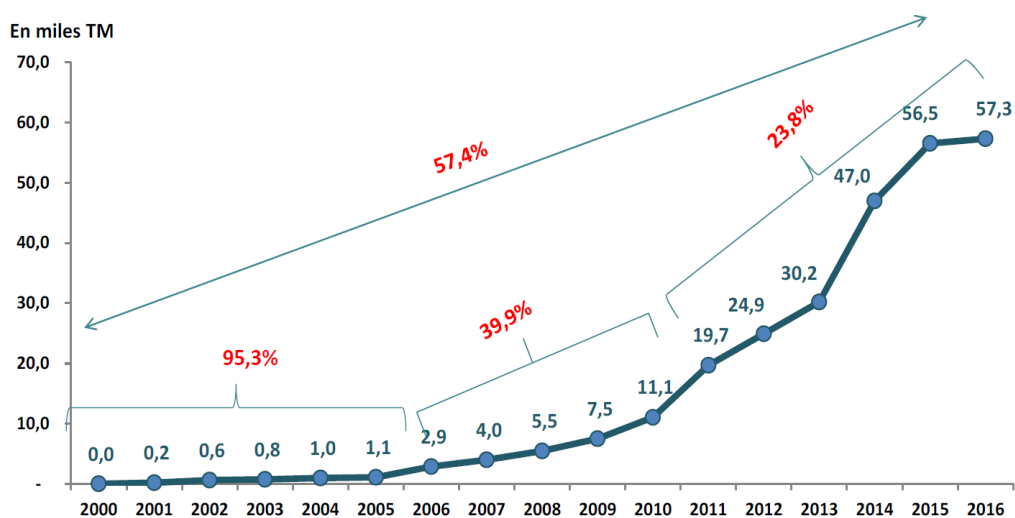


Figura 17. Exportación peruana de cacao 2000-2016  
Fuente. MINAGRI-DGESEP(2017)

#### **4.2.1.7. Formas de Presentación**

El cacao tostado se ofrecerá en sacos polipropileno de 25 kilogramos debidamente sellado al vacío para evitar el deterioro del producto. Las especificaciones técnicas que solicitan los importadores de cacao en grano tostado en el extranjero son:

- ✓ El porcentaje de humedad del cacao deberá estar entre 6%-8%.
- ✓ Tostado uniforme color marrón intenso.
- ✓ El producto debe estar libre de olores a moho, ácido butírico o agroquímicos.
- ✓ El producto deberá estar libre de impurezas.
- ✓ Etiquetado en el idioma del mercado importador

#### **4.2.1.8. Normas de calidad del producto**

Las características de calidad del cacao de primera calidad al mercado suizo son:

- ✓ Pepas fermentadas 70% min.
- ✓ Humedad - 8%
- ✓ Eliminación de olor atípico (mohos o humo)

**El cacao de primera calidad suele tolerar:**

- ✓ Pepas de cacao con mohos visibles (3% max.)
- ✓ Pepas sin fermentar ( 3% max.)

- ✓ Pepas con plagas, germinadas y/o muy pequeñas ( 3% max.)

**En el cacao de segunda calidad se tolera:**

- ✓ Pepas con mohos visibles (5%)
- ✓ pepas sin fermentar (5%)
- ✓ pepas con plagas, germinadas y/o muy pequeñas (5%)

Para determinar la calidad sobre el cacao se realiza a través de la prueba de corte; para lo cual toma una muestra que consiste en 300 pepas de cacao, donde cada una se divide generalmente dos mitades cortadas en forma horizontal, las misas que son seleccionadas según criterios.

La selección demanda la obtención de pepas de un peso un gramo como, con cáscara mínimo y un máximo de grasa de cacao, pero estos atributos están en relación no solo a la variedad, el clima y/o el suelo, según tabla 7

**Tabla 7. Porcentaje de pepas, cascara y grasa de cacao**

País de origen	100 peso de la pepa	Cascara germen	y Contenidos de grasa en %
<b>África</b>			
Ghana	105,8	13,3	56,9
Nigeria	113,8	12,3	57,3
Costa de Marfil	112,8	12,6	58,2
Camerún	101,8	12,9	56,3
<b>América latina</b>			
Brasil	104,0	15,3	56,5
Ecuador	129,0	14,3	53,4
Trinidad	105,7	17,3	56,7
México	113,4	9,0	53,2
Granadina	97,9	16,6	56,7
<b>Asia</b>			
Nueva Guinea	120,4	16,4	56,9
Indonesia	0,3	9,9	53,6

#### 4.2.2. Partida arancelaria

En la tabla 8 se detallan las tasas arancelarias del cacao

**Tabla 8. Tasas arancelarias del cacao**

Características	Partida
Cacao en grano, crudo, para siembra.	1801.00.11.00
Cacao en grano, crudo, excepto para siembra.	1801.00.19.00
Cacao en grano, entero o partido, tostado.	1801.00.20.00



### 4.2.3. Análisis estratégica de oferta y demanda

#### 4.2.3.1. Análisis de oferta

Se ha considerado la totalidad de cacao importado por Suiza anualmente del mundo, considerándose el promedio del precio en el mundo de cacao por año, para calcular las toneladas ofertadas.

**Tabla 9.** *Importaciones suizas de Cacao en grano ( miles tn)*

Año	Oferta de Cacao <sup>TM</sup>
2013	407,000
2014	400,000
2015	478,000
2016	684,000
2017	709,000

Fuente: US Census Bureau e IndexMundi

**Tabla 10.** *Oferta histórica de Cacao a suiza*

Año	Años (X)	Oferta cacao (Y)	X*Y	X <sup>2</sup>
<b>2013</b>	1	407	407	1
<b>2014</b>	2	400	800	4
<b>2015</b>	3	478	1,434	9
<b>2016</b>	4	684	2,736	16
<b>2017</b>	5	709	3,545	25
	<b>15</b>	<b>2,280</b>	<b>8,922</b>	<b>55</b>

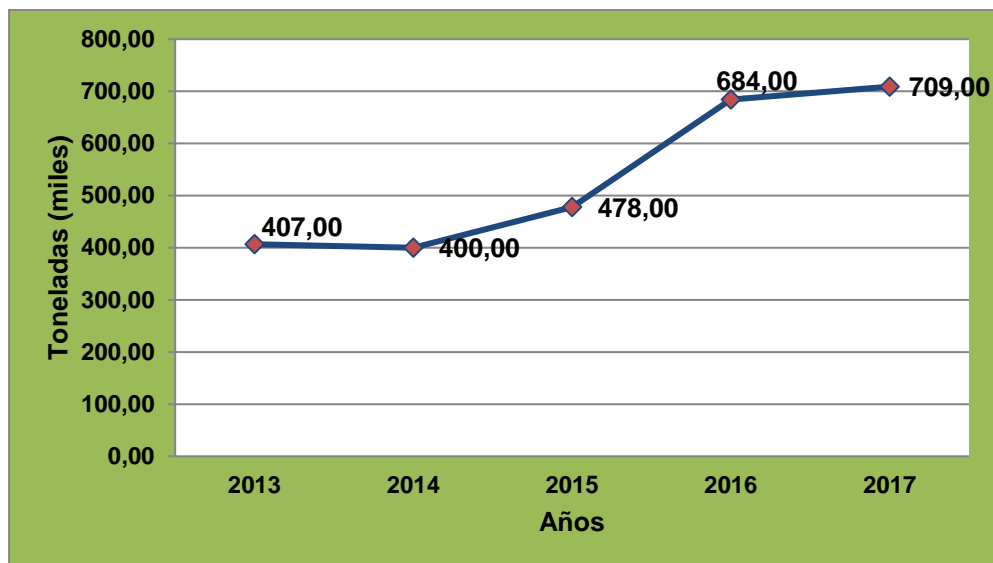


Figura 18 Oferta Histórica de cacao fino aroma Piurano

#### A. Proyección de oferta

Se procedió a realizar la regresión con los datos adquiridos sobre la oferta exportable de cacao para calcular la proyección de la producción (oferta) para los cinco años siguientes. Se ha previsto comprar directamente el cacao a los asociados (productores) de las asociaciones.

**Tabla 11. Oferta Proyectada ( Miles tn)**

Años (X)	Año	Oferta de cacao proyectada TM (Y)
7	2017	890.80
8	2018	979.60
9	2019	1,068.40
10	2020	1,157.20
11	2021	1,246.00

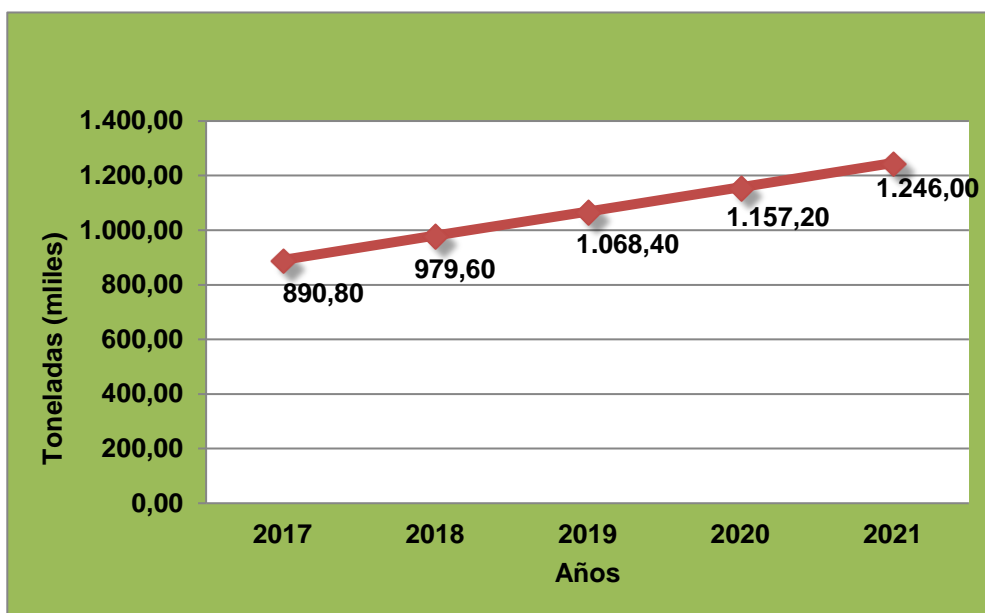


Figura 19. Proyección de oferta de cacao fino aroma a Suiza

## B. Proveedores internacionales

Según el informe de la página de estadísticas FAOSTAT (2016) La República de Costa de Marfil, el país de Ghana, la Unión Europea, el país de Ecuador, e Indonesia son los principales proveedores de cacao en el mundo. Costa de Marfil, desde el año 2000 hasta el 2015 ha tenido un crecimiento constante con (1113, 1073, 1041 toneladas) que comparten junto a Ghana el 59% de las exportaciones mundiales, y no estuvo exenta de la crisis del año 2009 teniendo una caída de 6% en los años 2008-2015 y es considerado como el principal proveedor de cacao en todo el mundo.

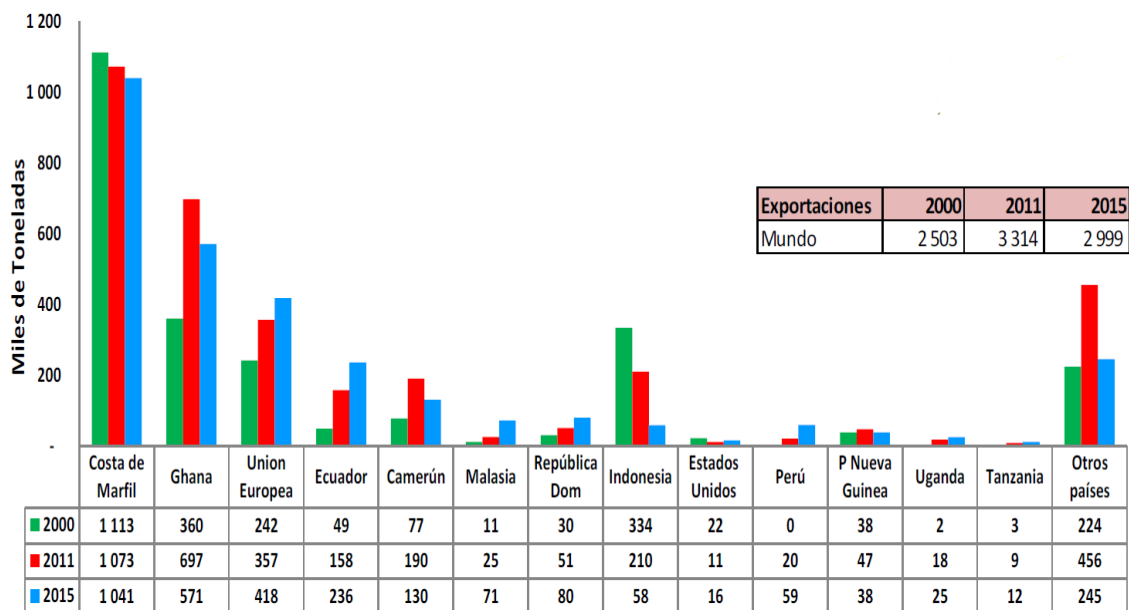


Figura 20.principales exportadores mundiales de cacao fino aroma  
Fuente. FAOSTAT-Marzo 2016(200-2013) COMTRADE (2014-2015)

Ghana ocupa el segundo lugar en exportación, debido a las exportaciones que se vienen realizando (360, 697 y 571) toneladas de cacao que equivalente al 59% de la producción en el mundo. La unión europea (Bélgica y Holanda) lidera el tercer lugar y los países en mención participan del 14% de envíos (exportaciones) en el año 2000, 242 tn, en el 2011 fueron 357 tn y en el 2015 exporto 418.

Ecuador, es otro competidor muy importante que ha progresado de manera casi constante e incluso exportó 1.5 veces más entre el 2000 (49 toneladas) y el 2011(158 toneladas) y para el 2015 se incrementó a 236 toneladas; lo cual lo hizo posicionarse como el

cuarto proveedor de cacao más importante de Estados Unidos, Suiza.(figura 20)

En Perú, las exportaciones hasta el año 2000 no había una ingresado al mercado suizo pero a partir del 2011 empezó de manera constante en su crecimiento haciéndose notorio en el mercado recién a fines del año 2011 su incremento con 20 toneladas, año desde el cual tuvo un crecimiento del 99% ( 59 toneladas) en el 2015 que lo lleva a ocupar el décimo lugar según el reporte de FAOSTA (2016).

Camerún también contribuye a la importación con 77 toneladas (2000), 190 toneladas (2011) pero disminuye su exportación a 130 toneladas (2015) Republica dominica exporto 30 toneladas (2000) , 51 toneladas (2011) y 80 toneladas en el 2015, el país de Malasia envió 11 toneladas(2000), 25 toneladas (2011) y 71 toneladas (2015). Finalmente, cabe mencionar a Indonesia, que entre los años 2000 (334 toneladas) en el 2011 disminuyo a 210 toneladas y al 2015 caen totalmente sus exportaciones a 58 toneladas. Los países restantes contribuyen con sus exportaciones en menor cuantía como: Nueva Guinea, Uganda Tanzania, etc.

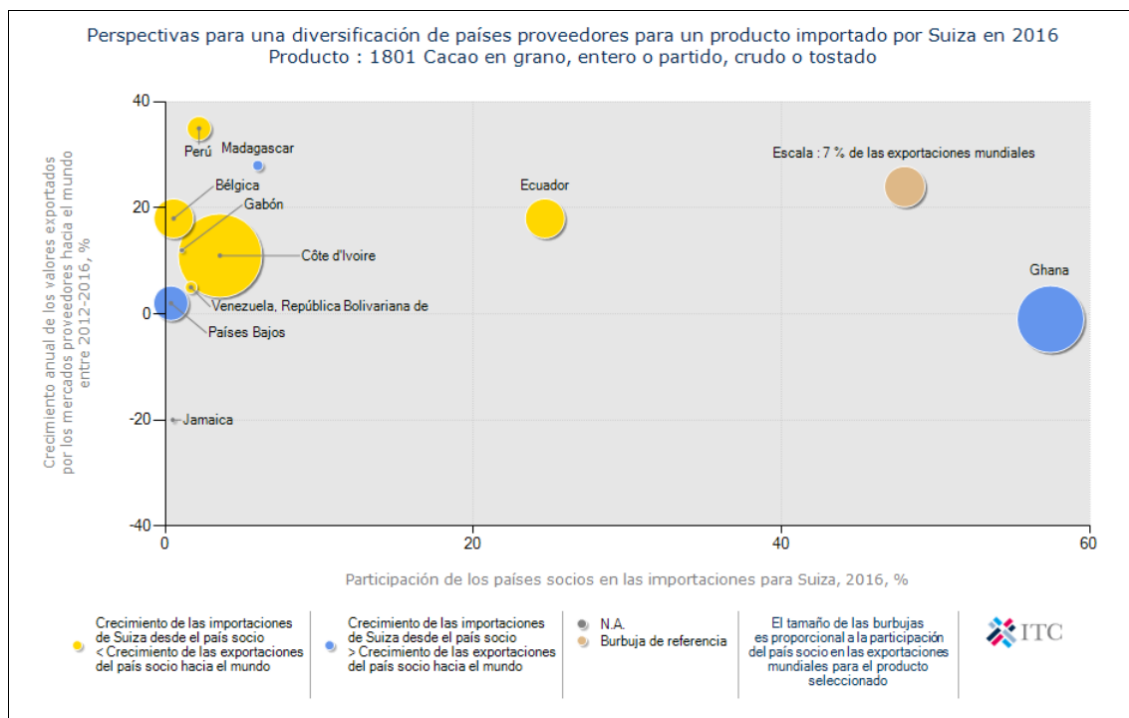


Figura 21. Proveedores de cacao fino aroma a Suiza al año 2016  
Trademap. 2018. Exportación de cacao a suiza

Según la información actualizado de TRADE MAP(2018) donde las exportaciones a suiza al 2016 alcanza el 7% de las exportaciones mundiales. El país Côte d'Ivoire (Costa de Marfil) sigue liderando el primer lugar con 35,5%, consiguiendo un crecimiento anual de 11% y es el que provee del 33,07% de exportaciones en el mundo. Seguido de Ecuador que exporta a Suiza 24.65%, su crecimiento anual es del orden de 18% y con aportaciones mundiales de 6,77%. Bélgica que corresponde a la unión europea exporta 0,55% con un crecimiento anual de 18% y cuotas de exportación mundial de 6,68%(tercer lugar). En cuarto lugar lo ocupa Perú como proveedor más importante, con 2,2%

de las exportaciones hacia suiza, y crecimiento anual de 35% y de aporte a las exportaciones mundiales de 2.19%. (Figura 21)

#### 4.2.3.2. Análisis de la demanda

La demanda histórica de cacao durante los siete años se obtuvo gracias a los reportes anuales de la International Cocoa Organization (ICCO), institución responsable de proporcionar información sobre la demanda de los importantes países que productores de cacao dentro de ellos se encuentra el mercado meta suizo (tabla 12)

**Tabla 12.** Demanda suiza Anual de Cacao fino aroma (Miles tn)

n	Año	Población Inicial PI (Hab)	(1+0.0037) <sup>n</sup>	Población Final PF(Hab)
0	2014	9,475,727.00	1.0000	9,475,727
1	2015	9,475,727.00	1.0037	9,510,787
2	2016	9,475,727.00	1.0074	9,545,977

**Tabla 13.** Demanda Suiza anual según consumo (Miles Tn)

AÑO	Población potencialmente demandante (Hab)	Consumo promedio x hab. Kg. /hab	Total Consumo (Kg)	Total Consumo ( TM)
2014	9,475,727	2.2	20,846,599	20,846.6
2015	9,510,787	2.2	20,923,732	20,923.7
2016	9,545,977	2.2	21,001,150	21,001.1

### A. Proyección de la demanda

El cálculo de la proyección de la demanda del cacao se obtuvo con los datos de la demanda histórica tomando como base desde el año 2014 y los años posteriores.

**Tabla 14. Demanda Proyectada (Miles Tn)**

n	AÑO	Población Inicial PI(Hab)	$(1+0.0037)^n$	Población Final PF(Hab)
3	2017	9,475,727.00	1.0111	9,581,297
4	2018	9,475,727.00	1.0149	9,616,748
5	2019	9,475,727.00	1.0186	9,652,330
6	2020	9,475,727.00	1.0224	9,688,044
7	2021	9,475,727.00	1.0262	9,723,889

**Tabla 15. Demanda final Proyectada (Miles Tn)**

AÑO	Población potencialmente demandante (Hab)	Consumo promedio x hab. Kg. /hab	Total (Kg)	Total Consumo ( TM)
2017	9,581,297	2.2	21,078,854	21,078.9
2018	9,616,748	2.2	21,156,846	21,156.8
2019	9,652,330	2.2	21,235,126	21,235.1
2020	9,688,044	2.2	21,313,696	21,313.7
2021	9,723,889	2.2	21,392,557	21,392.6

### B. Demanda insatisfecha

Tomando en cuenta la información del análisis de demanda y oferta proyectada (diferencia entre ambas), se puede apreciar



que hay un mercado insatisfecho para el Perú, pues actualmente los países africanos, que son los principales productores, no están concibiendo una oferta de calidad como tampoco existe un trato justo a los agricultores quienes son explotados en muchos casos.

Por las dos razones anteriormente expuestas, y tomando en consideración que el cacao peruano ha ganado espacio y año tras año ha sido valorado por su alta calidad lo que ha conducido a que las exportaciones peruanas hacia Suiza han crecido exponencialmente, se consigue identificar que si existe una demanda insatisfecha al mercado suizo. Se tiene conocimiento que el incremento anual a Suiza en los últimos cuatro años ha tenido un incremento permanente de 18% de las exportaciones de este producto y que las exportaciones peruanas han representado en el 2016 un 2.2% de la demanda suiza del producto en mención. En conclusión, la demanda insatisfecha a suiza representará un 0.95%.

**Tabla 16.** *Demanda Insatisfecha (Miles Tn)*

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
<b>2017</b>	21,079	890.80	20,188.05
<b>2018</b>	21,157	979.60	20,177.25
<b>2019</b>	21,235	1,068.40	20,166.73
<b>2020</b>	21,314	1,157.20	20,156.50
<b>2021</b>	21,393	1,246.00	20,146.56

#### 4.2.4. Mercado objetivo

##### 4.2.4.1. Datos generales

Suiza es un país que muestra las siguientes particularidades:

Indicador	Características
Población total	8.372.098
Crecimiento natural	1,1%
Densidad	212 habitantes/km <sup>2</sup>
Población urbana	74,0%
Población de principales ciudades:	Zúrich (391.359) Ginebra (194.565) Basilea (168.620) Lausana (133.897) Berna (130.015)
Orígenes étnicos:	Suizos alemanes: 65%; suizos franceses: 18%; suizos italianos: 10%; otros: 7%
<b>Lengua oficial</b>	<b>Oficial</b> : Alemán, francés e italiano <b>Lenguas nacionales</b> : Alemán, francés, italiano y romanche
Otras lenguas habladas:	Serbo -croata, el albanés, el portugués, el español y el inglés.
Idioma(s) de negocios:	Inglés, alemán, francés e italiano.
Religión:	Católicos (41,8%), protestantes (35,3%), musulmanes (4,3%), ortodoxos (1,8%), otros cristianos (0,4%), otros (1%), sin especificar (4,3%), aconfesionales (11,1%)
Área	41.290 km <sup>2</sup>
Forma de gobierno	Es una Republica de 26 estados que poseen autonomía propia y se gobiernan por la democracia
Nivel de desarrollo	Reconocida por tener altos ingreso son integrantes de la OCDE , ocupa el cuarto lugar del PIB del mundo
índice del desarrollo humano	0,930/1 : comprende a la educación, cultura , carreteras profesionales , esperanza de vida Clasificación en el mundo : 3/188

Fuente. Censo del 2000

**Tabla 17. Comercio internacional de Suiza al 2016**

Indicadores de comercio exterior			2012	2013	2014	2015	2016
exportación	de	bienes	295.961	321.509	275.742	251.873	268.658
(millones \$)							
exportación	de	bienes	312.464	357.851	311.203	289.874	303.221
(millones de USD)							
Importación	de	servicios	86.012	92.261	98.136	92.378	95.207
(millones \$)							
Exportación	de	servicios	107.407	112.501	116.629	108.013	114.356
(millones \$)							

**Tabla 18. Exportaciones Peruana al mundo, 2016 (Millones \$)**

Nº1	País	Millones de \$
1	China	6,961
2	Suiza	5,938
3	Estados Unidos	5,829
4	Canadá	4,177
5	Japón	2,175
6	Chile	1,977
7	Alemania	1,900
8	Corea del sur	1,695
9	España	1,669
10	Italia	1,297
	Resto del mundo	12,108
<b>TOTAL</b>		<b>45,726</b>

Fuente .SUNAT 2016

#### **4.2.4.2. Canales de distribución**

La empresa por ser nueva que incursiona en la exportación. Entonces como la empresa será nueva y por ende no conoce el mercado suizo, será necesario que se realice la exportación mediante un Broker o intermediario; el cual se encargará de establecer las relaciones comerciales entre el exportador y sus clientes industriales. Sistema de distribución y comercialización de cacao en grano de aroma fino a Suiza. Los bróker actúan a través de la modalidad de pedidos de cantidades definidas, las cuales serán transmitidas a la empresa de este proyecto, a la cual comprarán el producto. Cabe mencionar que al inicio de operaciones será necesario firmar un acuerdo de cooperación comercial en la cual se definen las principales variables bajo las cuales se desarrollarán las actividades de compra y venta del cacao en grano tostado

#### **Broker para las negociaciones**

Se presenta los datos de las páginas de los brokers de productos alimenticios con mayor presencia en el mercado peruano:

- ✓ **La Hanseatica S.A**(<http://www.hanseatica.com.pe/>)
- ✓ **Frikuent** (<http://www.frikuent.com.pe/alimentos/>)
- ✓ **F.H international trading S.A**  
(<http://www.intertrading.com.pe>)

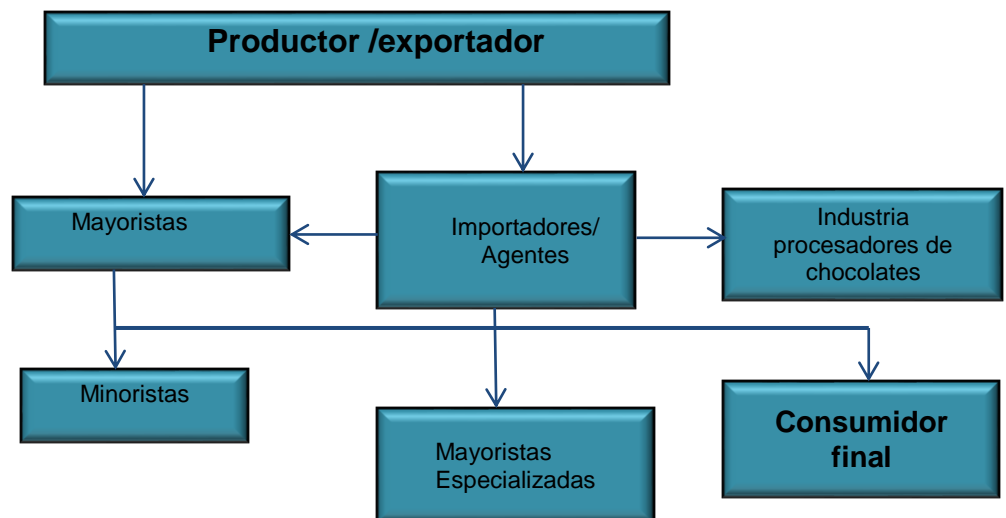


Figura 22.Cadena de distribución del cacao fino aroma

#### 4.2.4.3. Medios de transporte

Los medios de transportes utilizados para la comercialización de cacao en suiza son:

##### **Vía marítima: es la más utilizada**

- ✓ Puerto de Suiza
- ✓ ABC Maritime AG
- ✓ Enzian Shipping AG
- ✓ Massoel
- ✓ Empresa Mediterane de transport



Figura 23. Lugares de desembarque en Suiza  
Portal Sandander (2018) Embargue y desembarque

**Vía aérea;** utilizada cuando las cantidades son pequeñas

- ✓ Aeropuerto de Zúrich.
- ✓ Aeropuerto de Ginebra.
- ✓ Aeropuerto de Berna
- ✓ Aeropuerto de Basilea

#### 4.2.5. Perfil del consumidor

Suiza es conocida por ser poseedora de una economía muy eficaz. Siendo considerado en Europa, el nivel más alto de vida, es decir de la productividad industrial, donde el consumo interno de la población encarna uno de los motores primordiales de la economía suiza, un excelente sistema educativo y sanitario de calidad.

Con la intención de sostener el atractivo de país de excelente cartera financiera, el gobierno ha decidido a dar fin el secreto bancario que rige desde enero del 2018. Otra de sus principales acciones ha sido reformar el sector de salud, el agrícola y la modernización de los servicios públicos. Suiza contiene la tasa de desempleo más baja (4,9%) en comparación con la medición a la de los países europeos, también ocupa el puesto ocho en términos de PIB/habitantes, y según el pronóstico al 2019 será de \$84,665 donde la economía es beneficiada por un fuerte consumo en los hogares, el comercio exterior y del gasto público. Al 2019 el endeudamiento está al orden de 40.7 % del PIB, la tasa de inflación es de 0.9% baja en comparación al resto de los países del mundo.

**Tabla 19. Indicadores de suiza**

Indicadores	2015	2016	2017	2018	2019
PIB (miles de millones \$)	679,15	669,04	680,65	708,80	729,37
PIB (Crecimiento anual % precio constante)	1,2	1,4	1,0	1,3	1,6
PIB per cápita (\$)	82,442	80,346	80,837	82,264	84,665
Saldo de la hacienda pública(%PIB)	0,7	0,3	0,2	0,2	0,2
Endeudamiento del estado(%PIB)	43,6	43,3	42,8	41,7	40,7
Tasa de inflación (%)	-1,1	-0,4	0,5	0,6	0,9
Tasa de paro(% de población activa)	3,2	3,3	3,0	3,0	3,0
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de \$)	77,29	70,54	67,33	66,97	66,91
Balanza de transacciones corrientes (%del PIB)	11,4	10,5	9,9	9,4	9,2

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2017

#### 4.2.5.1. Segmentación demográfica

El segmento del mercado Suizo al que se enfoca el producto corresponde a jóvenes y Adultos (corresponde el 85% de los habitantes) de la zona Norte del país (por ser la zona cálida y más poblada), iniciando en la ciudad de Zúrich hacia las siete ciudades más pobladas.

#### 4.2.5.2. Segmentación psicográfica

Siguiendo con los métodos de segmentación, analizó el estilo que tienen de vida los suizos y encontramos que existe un porcentaje alto de personas mayores en Suiza que prefieren consumir productos de valor nutricional elevado. El 68% de la población Suiza está conformado por personas que cuyas edades se encuentran entre 18 y 65 años de edad que mantienen una vida sana consumiendo productos naturales.

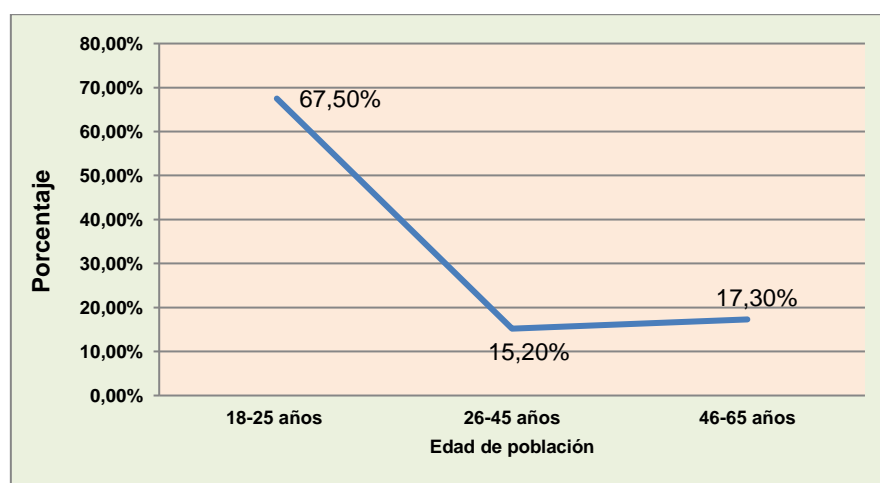


Figura 24. Población de Suiza al 2016  
Fuente. Sandander TradePortal (2018)



### 4.2.5.3. Segmentación geográfica

En concordancia con las fuentes del país, Suiza es analizada o dividida en función a la cantidad de población que vive en las distintas regiones del país y la población situada en la zona norte del país es la que vive en las zonas más cálidas de Suiza y representan el 86% de la población según se presenta en el Tabla 20

**Tabla 20. Distribución geográfica de Suiza**

Regiones	Cantones	Porcentaje
Región Lemannica	Ginebra, Valais y Vaud	18.01
Espacio Mittelland	Berna, Friburgo, Jura, Neuchâtel y Soleura	23.0
Suiza Nor Occidental	Argovia, Basilea-campiña y Basilea-ciudad	13.78
Zurich	Zúrich	16.95
Suiza Oriental	Appenzell Rodas Exteriores, Appenzell Rodas Interiores, Glaris, Grisones, Sankt-Gallen, Schaffhausen y Turgovia	14.44
Suiza Central	Lucerna, Nidwalden, Obwalden, Schwyz, Uri y Zug	9.51
Tesino	Tesino	4,30

Fuente. Sandander TradePortal (2018)

### 4.2.6. Medición del mercado

La investigación se visiona en el mercado europeo, debido a que alrededor de un tercio de la producción queda en el mercado nacional la mitad se envía a Estados Unidos y el resto está dirigido a la Unión Europea entre ellos Suiza que es el mercado donde existen mayores oportunidades debido al incremento continuo que tiene respecto al gasto de productos agroindustriales, las industrias de chocolate más grandes y el aumento perenne de sus precios (SIICEX, 2016)

Según el ámbito geográfico involucrado se elaboró el análisis del mercado internacional meta de cacao fino aroma peruano:

**Suiza:** Es un país que abre el horizonte a un mercado nuevo para el cacao fino aroma peruano, emprendió a importar el producto peruano desde el año 2012. Sin embargo en ese año consiguió el 2.15% de exportaciones peruanas (SUNAT, 2013), cabe mencionar que Suiza es el socio comercial del País y se tiene el SGP Plus, que lo convierte en beneficiario para no hacer pago de aranceles. (MINCETUR, 2013),

**México:** ocupa en la lista, el segundo lugar en cuanto a la importación de productos peruanos llegando a importar 41,322 kg de cacao (SUNAT, 2017); asimismo desde el 2011 está en vigencia El Acuerdo de Integración Comercial Perú – México, que exime de aranceles.

**China:** Es el tercer importador de cacao tostado peruano, teniendo para el 2014 una importación de 38,301 Kg sin embargo, este mercado tiene tendencia a disminuir a 27,126 kg (2017) No obstante tiene acuerdo de libre comercio que entró en vigencia desde el 2009. (SUNAT, 2013).

**Austria:** Es el cuarto país más importante de las exportaciones peruanas (MINCETUR, 2013); siendo en el caso particular del cacao tostado con 14,690 toneladas de cacao en el 2014, pero que en 2017 tuvo una disminución de importar (9,662kg). También se están realizando las negociaciones para la firma del TLC que beneficie a ambos países. (SUNAT, 2012)

**India:** Es uno de los principales mercados de cacao tostado peruano, situándose como el quinto lugar con mayor importación del producto mencionado. En el 2014 alcanzo una importación de 315,813 Kg. También se están realizando las negociaciones para la firma del TLC que beneficie a ambos países.

**Tabla 21.** Principales países demandantes de cacao tostado peruano

Países Importadores	2014	2015	2016	2017
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Suiza	43,294	43,187	38,577	42,784
México	28,659	23,521	38,293	41,322
China	38,301	31,290	29,457	27,126
Austria	14,690	23,494	27,435	9,662
India	31,813	14,710	25,244	24,415

Fuente. Trademps(2018) Cálculos del ITC basados en estadísticas de un COMTRADE e del ITC

En la tabla 21, se pueden apreciar los importantes destinos que ha tenido el cacao peruano a los países, apreciándose que Suiza desde el 2014 es el país con mayor demanda y que junto a México son los dos únicos países que mantuvieron las

importaciones todos los años cacao; por lo que se infiere ser el mejor mercado para orientar la comercialización de cacao peruano fino aroma. Se ha considerado el criterio de evaluación por ponderación para elegir el mercado destino para el producto, se ha previsto los criterios, con la siguiente ponderación:

1. **Importancia:** Con escala de ponderación de 1 =muy poco relevante, 5 = mucha importancia.
2. **Valoración por país** según criterio, dándole un valor de 0.0 (no cumple el criterio) hasta 1.0 (cumple perfectamente el criterio).
3. **Calculo de criterios:** se sumará la multiplicación de cada criterio con su valor y se obtiene la calificación final de cada país.

**Tabla 22.** *Determinación del mercado meta*

		Suiza	México	China	Austria	India
	Valor	0,8	0,1	0,02	0,01	0.03
Demanda	Criterio	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
	Valor ponderado	4,0	0,5	1,0	0.05	0,15
	Valor	1,0	0,8	0,8	0.8	1,0
Acuerdos Arancelarios	Criterio	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
	Valor ponderado	2,0	1,6	1,6	1,6	2,0
	Valor	0,5	0,4	0,4	0.4	0.5
Cercanía geográfica	Criterio	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
	Valor ponderado	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5
	Valor	0,8	0,4	0,4	0,8	0.6
Continuidad de compra	Criterio	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
	Valor ponderado	1,6	0,8	0,8	1,6	1,2
	Total	8,1	3,3	2,9	3,65	1.13

La cantidad importada fue el criterio que tuvo mayor peso, necesario porque evidencia el volumen real del producto y se convierte en un criterio primordial para direccionar el proyecto por tener demanda asegurada.

Otro aspecto, fue la continuidad de compra por los países importadores de cacao tostado, por ejemplo países como Austria, china y la india tuvieron gran parte de las exportaciones del 2014, pero tuvieron descenso posterior lo cual dificultaría el pronóstico de la demanda por parte de estos países.

Se le asignó la misma ponderación al factor de acuerdos arancelarios, pues se convierte en una ventaja competitiva para poder ingresar al país de destino sin tener que hacer pagos frente a otros que no poseen acuerdos comerciales.

De los cinco países analizados, Suiza obtiene mayor ponderación (8.1%) porque tiene mayor demanda gracias a su industria de chocolates muy avanzada, además tiene acuerdos bilaterales con Perú, que permite ingresar a su mercado con un arancel cero. En cambio los otros cuatro países como es India a pesar que tiene demanda no es lo suficientes y cobra un impuesto arancelario de 7.7%

Según el análisis, se determina que el mercado a abastecer es Suiza, por ser el país que resulta ser el mejor destino para el cacao fino aroma peruano, sea por la gran demanda que ostenta, como por ofrecer un acuerdo comercial que admite exportar sin la necesidad de pagar aranceles.

### 4.3. Plan de marketing

#### 4.3.1.1. Condiciones de acceso al mercado

El ingreso a ese producto al mercado suizo tiene un arancel 0% gracias al arancel preferencial para los países beneficiarios. No falta recordar que el acuerdo comercial se hace válido luego que se presenta el certificado de Origen confirmando la procedencia Peruana del producto en mención.

#### A. Barreras arancelarias

Código del producto	Descripción del producto	Descripción del régimen de comercio	Tasas aplicadas	Total ad Valorem arancel equivalente estimado
1801.00.20.00	Cacao en grano, entero o partido, tostado.	Deberes aplicados	0.00%	0.00%

Fuente : Market Access Map(2017)

## **B. Barreras no arancelarias**

Los requisitos requeridos para exportar a Suiza son de carácter obligatorio por el exportador para ingresar el producto hacia el mercado suizo y son:

- ✓ Factura comercial
- ✓ Documentos de transporte
- ✓ Lista de carga
- ✓ Declaración del valor en la aduana
- ✓ Seguro de transporte
- ✓ Documentos Único administrativo.

## **C. Requisitos y trámites para exportar**

El registró como exportador de realiza directamente en la web de aduanas donde se llena el formulario electrónico para el caso y la empresa establece una clave y nombre de usuario.

## **D. Documentos para exportar**

**RUC:** Las personal naturales o jurídicas deben de contar con su RUC debidamente actualizado, estar registrado como exportador en estado activo y poseer autorización vigente y finalmente emitir facturas o comprobantes de venta y guías de remisión.

**E. Conocimiento de embarque:** Utilizado para el transporte marítimo.

#### **4.3.1.2. Impuestos de aduanas**

Según Sunat, (2016), establece lo siguientes aspectos

##### **a) Transmisión Electrónica del DAM**

La destinación aduanera de la mercancía es requerida por el encargado de aduana, mediante entrega digital de los datos contenidos en la declaración, y la Aduanera de Mercancías Datos Provisionales con el código de régimen 40 (ADM 40).

##### **b) Numeración de la DAM**

El SIGAG valida los datos proporcionados de (RUC, SPN, código del mercado final, código del depósito temporal y/o domicilio del consignatario cunado es requerido); si todo está conforme se procede a numerar la Declaración Aduanera de Mercancías ( se imprime por el despachador) se recomienda imprimir la DAM para el ingreso del producto al lugar de destino

##### **c) Ingreso a Zona Primaria:**

Aceptada la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM), el exportador se encuentra habilitado para descargar la carga a un contexto primario e:

- ✓ **Revisión física:** La mercancía es sometida a una rigurosa revisión física por el encargado de aduanas.



- ✓ **Inspecciona:** Emite informe favorables o desfavorable para autorizar la salida de la mercancía.
- ✓ **Coordina;** realiza coordinaciones con la empresa.

La Naviera responsable de transportar la mercancía hasta Suiza, se reserva cupo con anticipación, siendo necesario que la carga estas doce horas antes que llegue el barco al puerto, caso contrario no entrará en el manifiesto de embarque.

#### **d) Embarque**

La mercancía y/o producto debe efectuar el embarque en el lapso de los treinta días (calendario) contados desde el día siguiente que obtuvo la numeración de la DAM.

Los depósitos temporales tienen la relación detallada:

- ✓ Contenedores.
- ✓ Pallets y/o bultos sueltos a embarcarse.
- ✓ Número de DAM, fecha de numeración,
- ✓ Canal de control
- ✓ Número de precinto de seguridad.

De no ingresar la mercadería y/o producto a depósito temporal, el exportador o el despachador de la agencia de aduana emite la relación detallada. El SIGAD constada dicha información y de ser conforme autoriza la autorización de embarque.

El Transportista verifica el embarque de la mercancía y anota en la casilla 14 de la DAM,

- ✓ Cantidad de bultos embarcados,
- ✓ Peso bruto total,
- ✓ Fecha y hora de inicio como término del embarque.
- ✓ Sello y firma.

**Tabla 23.** *Impuestos requeridos por aduanas*

Indicadores	Impuesto
d / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

Fuente. SUNAT (2018) impuesto de empresas

### 4.3.1.3. Características del producto

Tabla 24. Ficha técnica del cacao

Indicadores	Características
<b>Nombre del producto</b>	Cacao grano Nombre científico: Theobroma cacao
<b>Nombre comercial</b>	Cocoa Beans (cocoa en grano)
<b>Partida arancelaria</b>	1801002000
<b>Descripción física del producto</b>	Cacao grano, entero o partido, crudo o tostado, Tamaño: 125-145 gramos en 100 granos de cacao. Color: marrón claro a marrón oscuro y marrón rojizo. Aspecto: grano seco cotiledones agrietados en la parte interna resultado de una buena fermentación, sano, libre de mohos internos, sin granos pegados ni partidos. Humedad: 7.5%.
<b>Procedencia</b>	Perú, Región Piura, provincia de Huancabamba.
<b>Importancia del producto</b>	El cultivo posee un valor incalculable por las diversas características que presenta en términos de sabor y aroma que debemos conservar; el cacao la materia prima de chocolate, un arbusto que genera ingresos permanentes para el agricultor por treinta años consecutivos se caracteriza por su potencial exportador buscando principalmente por los mercados de Europa quienes lo prefieren por su gran aroma.
<b>Formas de consumo o consumidores potenciales</b>	A partir de las semillas del cacao se obtiene el cacao en grano, los cuales su consumo se divide en cuatro productos intermedios (Licor de cacao, manteca de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo) y el chocolate. Los consumidores potenciales son Estados Unidos y países europeos como Suiza, Holanda, Alemania, etc. los más cercanos al polo norte
<b>Características del proceso productivo</b>	El proceso productivo se inicia con la elección de la variedad del cacao, exigencia del suelo apropiado, Siembra del cultivo, sombreado del cacao, fertilización orgánica del cacao, podas y cuidados, recolección y cosecha procesos de post cosecha; como el fermentado, secado, almacenado y etiquetado. Cacao con certificación orgánica
<b>Características comerciales del producto</b>	Empaque: sacos de yute. Peso: 70 Kg/saco o 64 Kg/saco. Almacenamiento: 18- 25°C, 60-75%H.R. Olor: característico libre de olores extraños ajenos al producto. Sanidad: cacao en grano fermentado, seco libre de infestaciones por insectos y de presencia de hongos. Limpieza: grano limpio sin restos de mucilago, tierra, partes de cascara de material u otro material extraño. Estado de desarrollo: grano de cacao bien desarrollado sin deformaciones, no presenta granos planos y humedad máxima de 7.5%
<b>Vida útil del cacao</b>	Hasta 12 meses, almacenado en las condiciones indicadas
<b>Área en producción</b>	50 Hectáreas
<b>Oferta exportable 2017</b>	40 TM, en grano
<b>Estacionalidad</b>	Abril-Junio y Setiembre-Octubre

**Tabla 25.** *Características del grano de cacao*

<b>Criterios</b>	<b>Valor</b>
Fermentación	>Del 85%
Humedad	< de 6%
Moho externo	Menos de 8 gr/ cada 100gr
Moho interno	Max un cacao afectado /100 granos sanos
Granos defectuosos	2 a 3 por cada 100
Granos quebrados	1%
Peso de 100 granos	91 a 100 gr.
Granos germinados	Ninguno
Falta de radícula	Ninguno
Grano pizarroso	Ninguno
Grano completamente violeta	Máximo 2 por cada 100
Grano con defecto	1%

#### **4.3.1.4. Precios**

El panorama para la comercialización del cacao presenta diferentes derivados y presentaciones que se ofrecen en los diferentes mercados, siendo éstos: cacao en polvo, la manteca de cacao, otra presentación es el cacao en grano sin tostar, cacao en grano pero tostado, etc. La investigación trata el cacao fino aroma. En la figura 27 se detallan el valor de costos FOB promedio del producto sin procesamiento.

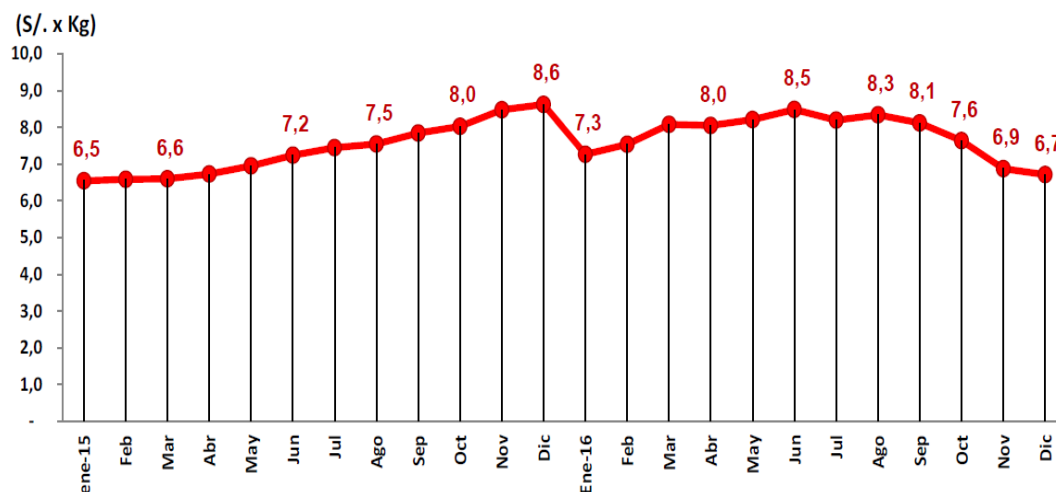


Figura 25. Precio promedio mensual en chacra de peruano cacao fino aroma  
Fuente. MINAGRI-DGESEP(2017)Estudio de cacao en el Perú y en el mundo -  
Análisis de producción y el comercio

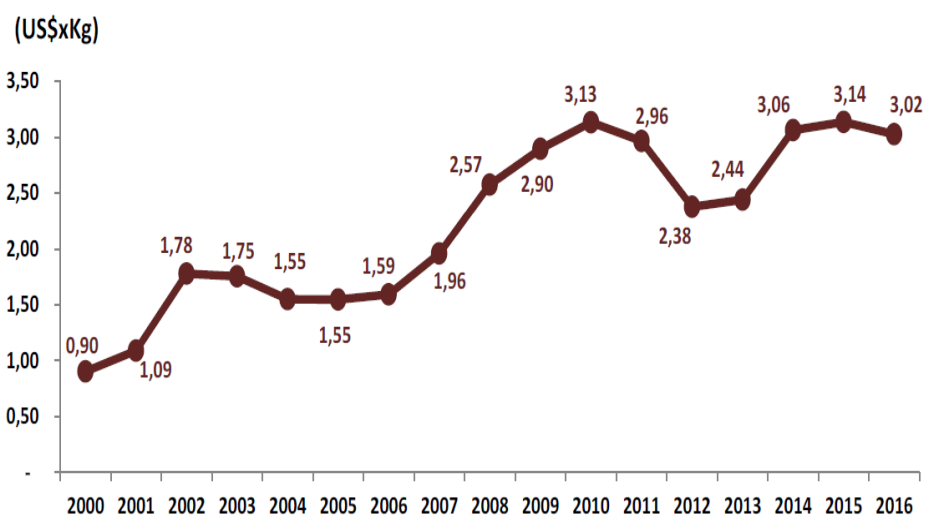


Figura 26. Precio promedio internacional al contado en puerto de Suiza  
Fuente. MINAGRI-DGESEP(2017)Estudio de cacao en el Perú y en el mundo -  
Análisis de producción y el comercio

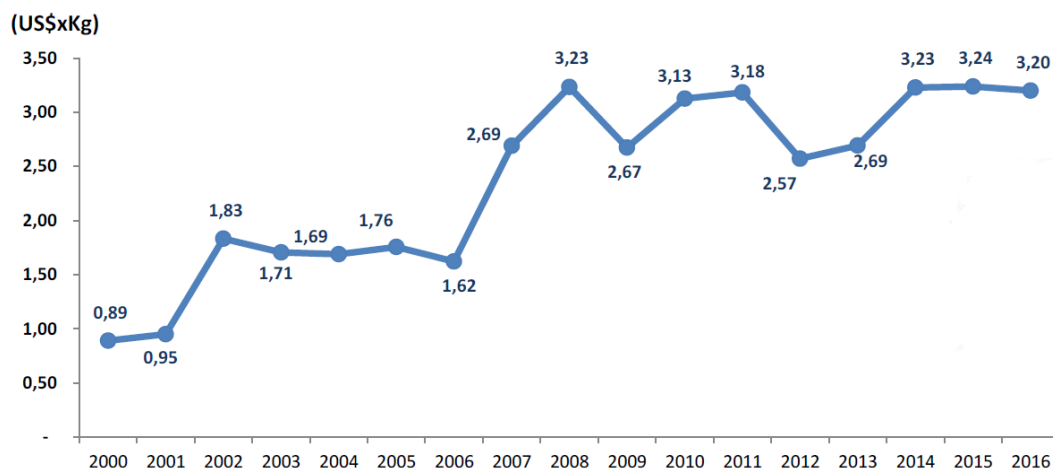


Figura 27. Precio promedio FOB de exportación  
Fuente. MINAGRI-DGESEP(2017) Estudio de cacao en el Perú y en el mundo -  
Análisis de producción y el comercio

Se observa que los precios o costos FOB son superiores debido a que las tipologías de productos son desiguales, en la figura 26 se aprecia diferencia de los precios. El precio FOB contiene otros costos sin considerar la variable para la negociación de precios que se efectúa por volúmenes entre exportadores e importadores.

Para definir el precio del producto de este proyecto existen dos posibilidades, por un lado tomar una estrategia de costos y por otro una estrategia para conseguir un segmento de mercado; se tomó el precio en base a los precios del mercado y para el proyecto los precios FOB promedio serán la mejor opción.

En tal sentido para la propuesta de la investigación, se precisa como valor FOB por cada kg tomando en cuenta el promedio de los cinco años (2011-2016) según figura 27.

Por consiguiente, el precio FOB que usará Loveday Corporation S.A.C. será de S/. 10.37 (\$3.48) por kilogramo y con un aumento anual del 10%. (Tabla 27)

**Tabla 26.** Precios de Venta de Lavoday Corporation S.A.C

AÑO	PRECIO
2017	10.37
2018	11.40
2019	12.54
2020	13.80
2021	15.18

#### **4.3.1.5. Promoción y publicidad**

La Estrategia de promoción que ha de ser empleada en la investigación basada en una serie de acciones que permitan

- ✓ Dar a conocer la marca.
- ✓ El producto.
- ✓ Posesionar la empresa.
- ✓ Asistir a ferias del cacao.
- ✓ Definir las ferias a las cuales se visitarán.

- ✓ Definir los costos de participación en la feria.
- ✓ Identificar las ferias más acordes a la investigación.

**Tabla 27. Ferias Internacionales a visitar en 2018**

Feria	mes	Ciudad ,país	Mercado	Tipo de productos
Chocolate Expo Shanghai(CHOCEX)	24-26 marzo	China	Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center	Agrícola Alimentación Boda Regalos Chocolates
Sweets & Snacks Expo	22-24 mayo	Estados Unidos, USA	McCormick Place	Alimentación Alimentaria Bebidas Chocolates Dulces
The Candy Show	1-4 junio	Brasil	Expo Center Norte	Chocolates, dulces
Expo Brasil Chocolate	2-4 setiembre	Brasil	Centro de Convenções Frei Caneca	Alimentación Chocolates Gastronomía Pastelería Restauración
Tea & Coffee World Cup	3-5 setiembre	Reino Unido	Birmingham	Chocolates, dulces
Sweets Ukraine	11-13 setiembre	Ucrania	IEC, Kiev International Exhibition Center	Alimentación Chocolates Helados Panadería Pastelería
IEC, Kiev International Exhibition Center	16-18 setiembre	Emiratos Arabes Unidos, EUA	<u>Dubai</u>	Alimentación Chocolates Comida Dulces Panadería Pastelería
Salón du Chcolat Paris	31 de octubre al 4 noviembre	Francia	Paris Porte de Versailles (VIPARIS)	Alimentación Electrónica Bebidas Chocolates
Zimt & Sterne	2-4 noviembre	Alemania	New Munich Trade Fair	Agrícola Alimentación Boda Regalos Chocolates
Forum Vini	9-11 noviembre	Alemania	New Munich Trade Fair	Alimentación Bebidas Bebidas alcohólicas Chocolates Delicatess en Diseño de interiores Viticultura



Se ha planificado las ferias a las cuales Loveday Corporation S.A.C. participara cada año para buscar nuevos mercado, así como el valor aproximado de la participación. En la tabla 28 se presentan las principales ferias del cacao

**Tabla 28.** *Ferias que se visitarán en los años*

AÑO	FERIA	CIUDAD ,PAÍS	COSTO (S/)
2017	ChocolateExpo Shanghai(CHOCEX)	China	12,150
2018	Sweets & Snacks Expo	Estados Unidos, USA	12,260
2019	The Candy Show	Brasil	11,610
2020	Expo Brasil Chocolate	Brasil	10,530
2021	Tea & Coffee World Cup	Reino Unido	10,430
2022	Sweets Ukraine	Ucrania	8,640
2023	IEC, Kiev International Exhibition Center	Emiratos Árabes Unidos, EUA	12,120

Fuente. ICCO (2018) Ferias, de cacao.

- ✓ Envío gratuitas de muestras a las principales empresas industriales que tienen el cacao como principal insumo.
- ✓ Creación y promoción de página web para promocionar la empresa exportadora.
- ✓ Promocionarse en la página web Alibaba.com (importación y exportación de miles de productos).
- ✓ Afiliación COMEX para contar el apoyo de encontrar nuevos compradores del cacao fino aroma.
- ✓ Los costos se detallan en gastos de publicidad.

## 4.4. Gestión exportadora

### 4.4.1. Análisis del precio de exportación

#### 4.4.1.1. Costo de producción

Para definir el programa de producción, se deberá definir la eficiencia de la línea de producción

#### Inversión inicial

Comprende la adquisición de todos los activos fijos, capital de operación y gastos de constitución necesarios para la exportación de cacao fino aroma.

**Tabla 29.** *Terrenos y obras civiles*

CONCEPTO	UNIDAD	METRADOS	COSTO UNITARIO S/.	COSTO TOTAL S/.
<b>I. TERRENOS</b>	m <sup>2</sup>	<b>10000</b>	<b>14.85</b>	<b>148,500.00</b>
<b>II. INFRAESTRUCTURA PRINCIPAL</b>				<b>382,350.00</b>
Área de recepción de materia prima	m <sup>2</sup>	30	950.00	28,500.00
Selección y desgrane	m <sup>2</sup>	25	950.00	23,750.00
Fermentado	m <sup>2</sup>	32	950.00	30,400.00
Secado	m <sup>2</sup>	80	950.00	76,000.00
Selección y limpieza	m <sup>2</sup>	15	950.00	14,250.00
Clasificación	m <sup>2</sup>	15	950.00	14,250.00
Envasado	m <sup>2</sup>	50	1,000.00	50,000.00
Almacén de productos terminados	m <sup>2</sup>	99	950.00	94,050.00
Laboratorio de Calidad	m <sup>2</sup>	9	950.00	8,550.00
Oficinas administrativas (incl. Baño)	m <sup>2</sup>	15	950.00	14,250.00
Vestuario y SSHH obreros	m <sup>2</sup>	33	450.00	14,850.00
Patio de Maniobras (descarga + despacho)	m <sup>2</sup>	30	450.00	13,500.00

<b>III. INFRAESTRUCTURA COMPLEMENTARIA</b>				<b>39,650.00</b>
Caseta de guardianía	m <sup>2</sup>	12	450.00	5,400.00
Acumulación de residuos sólidos	m <sup>2</sup>	15	950.00	14,250.00
Secadores de túnel	unidad	2	2,500.00	5,000.00
Tanque de agua material noble (10M3)	Unid.	1	15,000.00	15,000.00
<b>TOTAL TERRENOS Y OBRAS CIVILES</b>				<b>570,500.00</b>

**Tabla 30. Maquinaria y equipo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO S/.	TOTAL S/.
<b>MAQUINARIA</b>			<b>43,373.00</b>
Separadora densitometrica	1	3,321.00	3,321.00
Lavadora industrial	1	3,924.00	3,924.00
Oredora industrial	1	4,385.00	4,385.00
Tostadora industrial	1	3,082.00	3,082.00
Descascarilladora	1	3,835.00	3,835.00
turbina de succión	1	2,326.00	2,326.00
Maquina envasadora	1	7,500.00	7,500.00
Zaranda seleccionadora eléctrica	1	5,000.00	15,000.00
<b>EQUIPO Y MUEBLES</b>			<b>27,400.00</b>
Balanza electrónica de 500 Kg	1	3,000.00	3,000.00
Costuradora Portátil WPC	1	8,200.00	8,200.00
Mesa de trabajo de acero Inoxidable	1	2,500.00	2,500.00
Depósitos de acero inoxidable	1	1,200.00	1,200.00
Hidrómetros	1	6,500.00	6,500.00
Kit de Utensilio diversos	1	6,000.00	6,000.00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>3,030.00</b>
Equipos de Computo	2	1,250.00	2,500.00
Impresoras multifuncional Epson L380	1	530.00	530.00
<b>TOTAL</b>			<b>73,803.00</b>



**Tabla 34. Capital de operación**

CONCEPTO	COSTO TOTAL S/.
<b>I. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS</b>	<b>134,10000</b>
Cacao	124,787.50
Sacos de yute	9,312.50.25
<b>II. MANO DE OBRA</b>	<b>29,212.50</b>
Mano de Obra Directa	12,375.00
Mano de Obra Indirecta	8,925.00
Mano de Obra de Operación o ventas	1,125.00
Mano de Obra administrativa	6,787.50
<b>III. OTROS COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>4,225.00</b>
Publicidad	975.00
Mantenimiento y reparaciones	330.00
Servicios básicos	1,020.00
Útiles de oficina y limpieza	1,900.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>167,537.50</b>

**Tabla 35. Proyección de capital de trabajo**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>I. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS</b>	<b>134,100.00</b>	<b>13,410.00</b>	<b>14,751.00</b>	<b>16,226.10</b>	<b>17,848.71</b>	<b>19,633.58</b>
Cacao	124,787.50	12,478.75	13,726.63	15,099.29	16,609.22	18,270.14
Sacos de yute	9,312.50	931.25	1,024.38	1,126.81	1,239.49	1,363.44
<b>II. MANO DE OBRA</b>	<b>29,212.50</b>					
Mano de Obra Directa	12,375.00					
Mano de Obra Indirecta	8,925.00					
Mano de Obra de Operación o ventas	1,125.00					
Mano de Obra administrativa	6,787.50					
<b>III. OTROS COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>4,225.00</b>					
Publicidad	975.00					
Mantenimiento y reparaciones	330.00					
Servicios básicos	1,020.00					
Útiles de oficina y limpieza	1,900.00					
<b>TOTAL</b>	<b>167,537.50</b>	<b>13,410.00</b>	<b>14,751.00</b>	<b>16,226.10</b>	<b>17,848.71</b>	<b>19,633.58</b>

**Tabla 36. Inversión fija intangible**

descripción	TOTAL
Elaboración Expediente Técnico de edificación	10,000.00
Consultoría para el fortalecimiento organizacional	2,000.00
Licencia Municipal	100.00
Certificado Defensa Civil	200.00
Registro sanitario	626.40
Gestión de certificación HACCP	25,500.00
Habilitación Sanitaria de Planta	200.00
Constitución y tramites de Sunat	250.00
<b>TOTAL</b>	<b>38,876.40</b>

Para la financiación del plan de exportación se ha creído conveniente sumar esfuerzos entre socios y acceder con un crédito financiero con el BCP bajo las siguientes condiciones:

**Préstamo:** S/167,537.50

**Tasa de interés efectiva:** 19.2%

**Plazo (Meses) :** 5 años

**TEA :** 02

**Tim :** 0.0153

**Escudo fiscal :** 0.3

Concepto	Valor	Participación
<b>Capital propio</b>	<b>903,592.15</b>	
Propietario	629,912.75	59%
Socios	273,679.40	26%
Financiamiento	167,537.50	15%
Total	1,071,129.65	100%

**Tabla 37. Estructura del financiamiento del plan de exportación**

CONCEPTO	APORTE		PROPIETARIO	TOTAL FINANCIAMIENTO
	SOCIOS	PRÉSTAMO		
<b>I. inversión fija</b>	273,679.40	-	562,980.00	836,659.40
I.1. Inversión fija tangible	234,803.00		562,980.00	797,783.00
I.1.1. Terrenos y obras civiles	16,000.00		554,500.00	570,500.00
I.1.2. Maquinaria y equipo	73,803.00			73,803.00
I.1.3. vehículos	145,000.00			145,000.00
I.1.4. Muebles y enseres			8,480.00	8,480.00
<b>I.2. Inversión fija intangible</b>	38,876.40			38,876.40
<b>II. Capital de trabajo</b>		167,537.50		167,537.50
<b>III. Gastos generales ( 5 % ) IF</b>			41,832.97	41,832.97
<b>IV. Gastos de supervisión (3%) IF</b>			25,099.78	25,099.78
<b>TOTAL inversión</b>	273,679.40	167,537.50	629,912.75	1,071,129.65 0
<b>Porcentaje</b>	25.55%	15.64%	58.81%	100%

<b>Préstamo</b>	167,537.50
<b>Aporte Propietario +Socios</b>	<b>903,592.15</b>
<b>TOTAL</b>	1,071,129.65 0

**Tabla 38. Interese y amortizaciones de Préstamo**

PERIODO	SALDO INICIAL	AMORTIZACION	INTERÉS	CUOTA	SALDO FINAL	ESCUDO FISCAL
AÑO 1	167,537.50	22,513.64	28,945.60	51,459.24	145,023.86	8,683.68
AÑO 2	145,023.86	27,016.37	24,442.87	51,459.24	118,007.49	7,332.86
AÑO 3	118,007.49	32,419.64	19,039.60	51,459.24	85,587.85	5,711.88
AÑO 4	85,587.85	38,903.57	12,555.67	51,459.24	46,684.28	3,766.70
AÑO 5	46,684.28	46,684.28	4,774.96	51,459.24	0.00	1,432.49

### Proyección de costos y gastos

Para el cálculo proyectado de los costos de producción y gastos se tomó como referencia la tasa de inflación promedio anual de 3.6 % y un incremento de 10% anual.

**Tabla 39.** Costos de producción

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO S./ Unidad	COSTO ANUAL S/.
<b>I. COSTOS DIRECTOS</b>				<b>1576,866.00</b>
Cacao	Kg	149000	6.7	998.30
Sacos de Yute de 25/60 Kg.	unidad	149,000	0.50	74,500.00
Mano de Obra Directa	mes	9	8,250	74,250.00
Costo de exportación	Mes	35818.00	12	429,816.00
<b>II. COSTOS INDIRECTOS</b>				<b>81,300.00</b>
Mano de Obra Indirecta	mes	10	5,950	59,500.00
Otros Costos indirectos	global			21,800.00
<b>TOTAL</b>				<b>1658,166.00</b>

Para el Cálculo del costo de producción se tomó como referencia el precio de mercado que corresponde a S/. 6.70 x Kg de Cacao en un primer año, luego se pronostica un aumento anual del 10% en el costo de compra, tomando como antecedente la tasa de inflación promedio anual del Perú. Además de la compra de insumos para en el envase y embalaje

Se ha determinado que el primer año para la exportación se atenderá al 0.02% de la demanda proyectada mundial, esto en el



escenario pesimista y considerando que la oferta mundial tiende a ser mayor a la demanda en este mercado.

Desde el año segundo se ha determinado un crecimiento anual de 10% en la participación de la demanda mundial y la capacidad de Producción, será de 50 kg/h. al tercer año se ha previsto una utilización próxima al 70%, la misma que se irá incrementando hasta conseguir al 94.49% en el quinto año de proyecto.

**Tabla 40. Capacidad operativa de la planta**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Teórica (Kg/h)</b>	<b>Capacidad a utilizarse (kg/h)</b>	<b>Utilización</b>
<b>2014</b>	50	33	65.69%
<b>2015</b>	50	36	70.92%
<b>2016</b>	50	39	77.04%
<b>2017</b>	50	43	84.17%
<b>2018</b>	50	46	92.42%

#### **4.4.1.2. Proceso de producción**

El cacao sigue un proceso para llegar al cliente final, según detalle:

1. **Selección y limpieza:** luego de haberse revisado las bayas de cacao compradas, se procede a realizar la selección de las mejores bayas y de las estén realmente maduras. Se limpia las impurezas u otros elementos que son propios del proceso de cosecha del cacao.
2. **Fermentación:** se quitan las cascara, las semillas y la pulpa de la baya del cacao. Las mismas que son guardadas en un lugar con ventilación y se tapan las hojas aproximadamente por cinco días hasta la aparición de la fermentación de las semillas(hinchadas) luego que el color es marrón y desprendimiento de olor agradable.
3. **Lavado:** las semillas son lavadas con el propósito de desprender por completo la pulpa de las semillas del cacao, procedimiento a través de lavadora industrial de 200 kg/h de capacidad.
4. **Secado:** se realiza para separar la abundancia de humedad hasta el 30% de su peso, la pulpa es expuesta al sol por ocho días. Si el deseo es reducir de forma acelerada se emplea maquina Oreadora industrial.
5. **Selección:** se tamiza las semillas que son obtenidas del secado para separar las semillas quebradas e impurezas que

se puedan presentar. Para tal fin se emplean mallas colocadas en forma de serie donde las semillas están depositadas en forma secuencial.

6. **Tostado:** Terminado el proceso anterior las semillas son tostadas en una maquina tostadora de 100 kg/h a 110 °C .
7. **Descascarillado:** se procede a la separación de la semilla y la cascara que cuente. Se limpia la semilla completamente para finalizar el último proceso.
8. **Envasado y control de calidad:** se envasa el cacao en bolsas de polietileno de 25 kg y se pesa y luego pasa por el control de calidad. Finalmente son llevadas al almacén para ser despachadas.

#### 4.4.1.3. Flujograma del cacao fino aroma

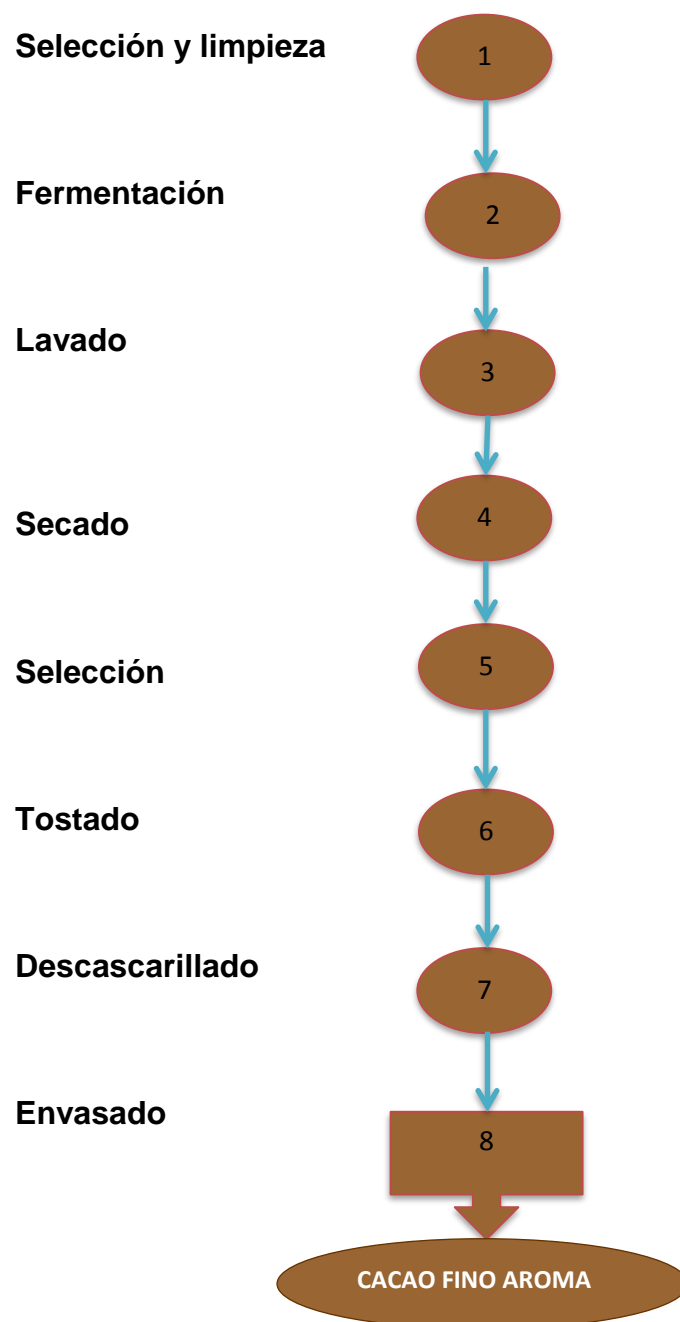


Figura 28. Flujograma del cacao fino aroma  
Fuente. Loveday Corporation S.A.C

#### 4.4.1.4. Plan de producción de cacao fino aroma

**Tabla 41.** Plan de producción de cacao

AÑO	PRODUCCIÓN en TM												CANTIDAD TOTAL
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	
1	-	-	7.00	29.00	25.00	6.00	25.00	39.00	12.00	4.00	1.00	1.00	149
2	-	-	7.70	31.90	27.50	6.60	27.50	42.90	13.20	4.40	1.10	1.10	164
3	-	-	8.47	35.09	30.25	7.26	30.25	47.19	14.52	4.84	1.21	1.21	180
4	-	-	9.32	38.60	33.28	7.99	33.28	51.91	15.97	5.32	1.33	1.33	198
5	-	-	10.25	42.46	36.60	8.78	36.60	57.10	17.57	5.86	1.46	1.46	218

**Tabla 42.** Proyección de la producción de cacao (Tn)

AÑO	CANTIDAD TOTAL TM	VALOR DE VENTA UNITARIO US\$ / TM	TOTAL US\$	TOTAL S/.
1	149	3116.00	464,284.00	1,615,708.32
2	164	3427.60	561,783.64	1,955,007.07
3	180	3770.36	679,758.20	2,365,558.55
4	198	4147.40	822,507.43	2,862,325.85
5	218	4562.14	995,233.99	3,463,414.27

**Tipo de cambio S/. 3.48**

Considerando un incremento de 10 % en el volumen de las ventas en los meses de exportación y un incremento de 10 % en el precio de venta.

#### 4.4.1.2. Selección y gasto de exportación

##### A. Materias primas e insumos

##### 1. Materia prima

La materia prima es el cacao en baya, es decir, recién cosechado toda vez que la cosecha de cacao se sitúa solamente entre los meses de abril y agosto, se comprará la materia prima durante estos meses y se almacenará cacao para el resto del año. En cuanto a las mermas se considerará como un 2%. En la tabla 43 se muestra el requerimiento de materia prima necesario para cada año.

**Tabla 43. Requerimiento de Materia Prima**

Año	Cantidad total de materia prima (KG)	Requerimiento semanal (KG)	Meses de compra
2014	119,050	2,289	Abril a Agosto
2015	127,624	2,454	Abril a Agosto
2016	137,767	2,649	Abril a Agosto
2017	149,660	2,878	Abril a Agosto
2018	163,507	3,144	Abril a Agosto

## Materiales

Los principales insumos que se usarán en este proyecto serán:

- ✓ Sacos de Polietileno de 25 kg para el producto terminado  
(impresos con la información determinada por las normas legales e información de la empresa)
- ✓ Sacos de Yute de 60 kg para la materia prima
- ✓ Pallets de madera



Figura 29. Pallets de madera



Figura 30. Pallets con cacao fino aroma

En la tabla 44 se muestra la cantidad necesaria por cada tipo de material, para este cálculo se tomó 2% de merma, asimismo se muestra los costos en soles de los mismos:

**Tabla 44. Costo de materia prima**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNIT	COSTO TOTAL
<b>I. COSTOS DIRECTOS</b>				<b>1,073,175.00</b>
Cacao	Kg	149.00	6.70	998,300.00
Sacos de Yute	Unidad	149000	0.50	74,500
Pallets	Unidad	250	1.50	350.00

**Tabla 45. Útiles de oficina y limpieza**

DESCRIPCIÓN	U.MED	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Útiles de Oficina	GLOB	35	120.00	4,200.00
Artículos de Limpieza	Glob	22	500.00	11,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>15,200.00</b>

**Tabla 46. Mantenimiento y reparación**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mantenimiento y Reparación del Vehículo	Meses	12	220.00	2,640.00
<b>TOTAL</b>				<b>2,640.00</b>



Tabla 47. Costos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN	AÑO 1			AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C.Unit.	N° Ctn	C.Total	N° Ctn	C.Total	N° Ctn	C.Total	N° Ctn	C.Total	N° Ctn	C.Total
<b>Documentación</b>			<b>22307.5</b>		<b>24332.9</b>		<b>26425.7</b>		<b>28325.0</b>		<b>31793.8</b>
Certificado de Origen	142.2	–	142.2	–	147.3	–	152.7	–	158.2	–	163.8
Certificado Fitosanitario ( 19.74 x Tonelada)	11141.3	–	11141.3	–	11542.3	–	11957.9	–	12388.3	–	12834.3
Certificación	10620.7	–	10620.7	–	11003.0	–	11399.1	–	11809.5	–	12234.6
Visto Bo BL (Conocimiento de Embarque)	18.3	6.0	109.6	9.0	445.5	12.0	792.0	14.0	1078.0	18.0	1782.0
Emisión del Bo BL	12.5	6.0	74.7	9.0	303.8	12.0	540.0	14.0	735.0	18.0	1215.0
Emisión de la DUA	36.5	6.0	219.1	9.0	891.0	12.0	1584.0	14.0	2156.0	18.0	3564.0
<b>Gastos Operat. De Exportación</b>	<b>0.0</b>		<b>13510.5</b>		<b>30970.7</b>		<b>47059.2</b>		<b>60305.6</b>		<b>98377.4</b>
Flete Terrestre	0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
Carga y Descarga	215.8	6.0	1294.8	9.0	5265.0	12.0	9360.0	14.0	12740.0	18.0	21060.0
Estiba y Desestiba	215.8	6.0	1294.8	9.0	5265.0	12.0	9360.0	14.0	12740.0	18.0	21060.0
Agente Aduanero (1% del Valor FOB)	0.0	–	9425.5	–	14360.0	–	20827.8	–	24660.0	–	31934.7
Manipuleo	1.9	6.0	11.4	9.0	46.2	12.0	82.1	14.0	111.7	18.0	184.7
Inspección de SENASA	149.4	6.0	896.4	9.0	3645.0	12.0	6480.0	14.0	8820.0	18.0	14580.0
Precintos	6.6	6.0	39.8	9.0	162.0	12.0	288.0	14.0	392.0	18.0	648.0
Servicio de des consolidado y consolidado para aforo	8.3	6.0	50.0	9.0	203.3	12.0	361.4	14.0	492.0	18.0	813.2
Seguro de Container	83.0	6.0	497.8	9.0	2024.2	12.0	299.9	14.0	349.9	18.0	8096.8
<b>TOTAL</b>			<b>35818.0</b>		<b>55303.6</b>		<b>73484.8</b>		<b>88630.6</b>		<b>130171.2</b>

**Fuente:** Estudio de Costos y Sobrecostos Portuarios en el Perú – Autoridad Portuaria Nacional

En la tabla 47 se ha considerado todos lo necesario para la exportación como:  
documentación y los gastos para a exportación.

### Mano de obra

La mano de obra necesaria para la elaboración de cacao en grano tostado, no requiere ser calificada, para la mayoría de las actividades solo se requiere de entrenamiento para el uso de las máquinas y herramientas a excepción del encargado del taller de mantenimiento. Cabe indicar que en cada zona de trabajo es necesario operarios con características particulares, no solo a nivel de género sino también en la apariencia para cada tipología de las funciones.

**Tabla 48. Mano de obra y remuneraciones**

PERSONAL	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO S/.	COSTO MENSUAL S/.	COSTO TOTAL S/.
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				<b>8,250.00</b>	<b>99,000.00</b>
Obreros	1	7	950.00	6,650.00	79,800.00
Ayudantes	1	2	800.00	1,600.00	19,200.00
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>				<b>5,950.00</b>	<b>71,400.00</b>
Jefe de Planta	1	1	1,800.00	1,800.00	21,600.00
Supervisor de producción	1	1	1,500.00	1,500.00	18,000.00
Almacenero	1	1	950.00	950.00	11,400.00
Chofer	1	1	850.00	850.00	10,200.00
Técnico laboratorista	1	1	850.00	850.00	10,200.00
<b>VENTAS</b>				<b>750.00</b>	<b>9,000.00</b>
Responsable de comercialización	0.5	1	1,500.00	750.00	9,000.00
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				<b>4,525.00</b>	<b>54,300.00</b>
Contador	0.5	1	850.00	425.00	5,100.00
Asistente administrativo	1	1	900.00	900.00	10,800.00
Vigilantes	1	2	1,600.00	3,200.00	38,400.00
			<b>TOTALES</b>	<b>19,475.00</b>	<b>233,700.00</b>

## Servicios

Los servicios que se utilizarán en la planta de producción son los siguientes en relación al consumo en toda la planta procesadora:

**Tabla 49. Servicios básicos**

Descripción	U.Med	Cantidad	P.Unit	Costo total
Luz	mes	12	350.00	4,200.00
Agua	mes	12	130.00	1,560.00
Telefonía	mes	12	100.00	1,200.00
Internet	mes	12	100.00	1,200.00
<b>TOTAL</b>				<b>8,160.00</b>

**Tabla 50. Gastos de operación**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO S/.	COSTO ANUAL S/.
<b>I. GASTOS EN VENTAS</b>				<b>22,020.00</b>
Jefe comercialización	Mes	12	1,500.00	18,000.00
Publicidad ( también web)	mes	12	335.00	4,020.00
<b>II. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				<b>55,920.00</b>
Mano de obra Administrativa	mes	12	900.00	54,300.00
Útiles de Oficina	mes	12	135.00	1,620.00
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>				<b>77,940.00</b>

Tabla 51. Proyección de costos

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>I. COSTOS DIRECTOS</b>	<b>416,500.81</b>	<b>456,838.92</b>	<b>503,418.50</b>	<b>557,205.91</b>	<b>619,317.14</b>
<b>a) Materiales directos</b>	<b>335,200.81</b>	<b>375,538.92</b>	<b>422,118.50</b>	<b>475,905.91</b>	<b>538,017.14</b>
<b>Materia prima: Cacao</b>					
- Precio unitario (S/. / Kg)	7.23	7.59	7.97	8.37	8.79
- Cantidad (Kg.)	149,000	163,900	180,290	198,319	218,151
- Costo de exportación	35818	39399.8	43339.78	47673.758	52441.1338
<b>Total costo Materia prima</b>	<b>258,964.14</b>	<b>299,103.58</b>	<b>345,464.64</b>	<b>399,011.66</b>	<b>460,858.46</b>
Saco de Yute	1,986.67	2,185	2,404	2,644	2,909
<b>b) Mano de obra directa</b>	<b>74,250.00</b>	<b>74,250.00</b>	<b>74,250.00</b>	<b>74,250.00</b>	<b>74,250.00</b>
<b>II. COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>81,300.00</b>	<b>81,300.00</b>	<b>81,300.00</b>	<b>81,300.00</b>	<b>81,300.00</b>
Mano de Obra Indirecta	59,500.00	59,500.00	59,500.00	59,500.00	59,500.00
Otros Costos indirectos	21,800.00	21,800.00	21,800.00	21,800.00	21,800.00
<b>COSTO</b>	<b>497,800.81</b>	<b>538,138.92</b>	<b>584,718.50</b>	<b>638,505.91</b>	<b>700,617.14</b>

Se ha considerado un incremento del 10% anual de materias primas e insumos.

#### 4.4.1.3. Modalidad de pago

Para el pago de la exportación de cacao fino aroma, se emplea la Carta de Crédito, que la extiende el banco emisor del importador, quien se compromete a pagar al exportador, una vez que el producto cumple con los requerimientos del importador. Loveday Corporation S.A.C tiene al Banco de Crédito del Perú como el banco corresponsal para recibir los pagos y por ser la entidad con quien ha proporcionado el préstamo.

**En la Carta de Crédito intervienen:**

- ✓ **Exportador:** proveedor de la mercancía.
- ✓ **Beneficiario del Giro:** persona (natural y/o jurídica) que percibe el valor como parte de pago por la mercancía embarcada.
- ✓ **Importador:** persona (natural y/o jurídica) que demanda de carta de crédito a un entidad financiera en su país, según las instrucciones recibidas por el exportador.
- ✓ **Banco Emisor:** encargado de emitir la carta de crédito de acuerdo a instrucciones del importador, convirtiéndose en el pagador.
- ✓ **Banco Corresponsal:** Banco emisor en el exterior, quién se encarga de efectivizar el pago al exportador en su país.

**4.4.2. Distribución física internacional****4.4.2.1. Condiciones de venta**

El ciclo productivo comprende desde el momento de la compra de insumos hasta que recibe el valor por la venta (es decir el número de días). Por lo tanto, el N° de días a financiar estará directamente relacionado al ciclo de producción + ciclo de cobranza = N° de días de crédito de proveedores, (se ha previsto 60 días = 2 meses como máximo).

<b>Ciclo de conversión en efectivo</b>	
Ciclo de producción	<b>30</b>
Ciclo de cobranza	60
Días de crédito proveedores	45
Días a financiar (periodo de desfase)	45
Coeficiente de rotación	<b>0.125</b>

#### **4.4.2.2. Análisis de riesgo**

Para la exportación de cacao fino aroma requiere de la siguiente documentación:

##### **A. Certificaciones**

##### **1. Certificado de origen**

Indispensable para acreditar la procedencia del cacao fino aroma. Necesario para el beneficio de tasas arancelarias gracias al TLC Perú-Suiza (demora ocho días)

##### **2. Certificado HACCP**

Conocido como Hazard Analysis Critical Control Points, requerido para demostrar la inocuidad de alimentos, siendo imprescindible para ingreso a Suiza el cacao fino aroma que garantice ser un producto seguro y desinfectado. La certificación requiere de tres auditorias:

- ✓ Pre auditoria ( 1 día),
- ✓ Auditoría de certificación ( 2 días)
- ✓ Auditoria de seguimiento ( 2 días )

### **3. Certificado sanitario de exportación**

Es considerado documentación básica para cualquier proceso comercial y de exportación, el valor es equivalente al 0.75% de una UIT para para alimentos en forma general.

Los Documentos son los siguientes:

- ✓ Solicitud al director de DIGESA.
- ✓ Declaración Jurada por representante legal.
- ✓ Informe de análisis físicos, químicos y microbiológicos del cacao fino aroma (laboratorio acreditado).
- ✓ habilitación sanitaria de la empresa Loveday Corporation S.A.C del lote a exportar de cacao fino aroma.
- ✓ Especificaciones requeridas por el exportador
- ✓ Derecho de trámite(pago)

### **4. Certificado fitosanitario**

SENASA, emite el certificado donde certifica el estado y/o condición fitosanitario de los cacaoteros. Se requiere:

- ✓ Certificación de lugar de producción.
- ✓ Inspección fitosanitaria del cacao fino aroma
- ✓ Planta productora y/o empacadora certificadas por SENASA

#### **4.4.3. Manejo documentario**

##### **1. Licencia de funcionamiento de planta industrial.**

La empresa Loveday Corporation S.A.C ya cuenta licencia de funcionamiento para el rubro Agropecuario y Acuicultura porque ya tiene buen tiempo en la producción y comercialización de hortalizas a nivel del Perú. Motivo por el cual ha solicitado licencia para producción y exportación porque con el capital necesario va incursionar con la exportación de cacao, la licencia demora 15 días para su obtención siendo requisitos:

- ✓ Declaración jurada.
- ✓ Vigencia del poder del representante legal.
- ✓ Declaración jurada sobre observancia de condiciones de seguridad por parte de defensa civil.
- ✓ Certificado de ser zona tangible).

##### **2. Etiquetado y envasado**

Es un requisito requerido para la entrada a Suiza de productos alimenticios y/o agroindustriales. El etiquetado que contiene cada saco de cacao fino aroma muestra la información nutricional: nombre del producto, identificación del lote, razón social y logotipo de la empresa, necesario el



contenido neto y bruto referido al sistema internacional de unidades, lugar de origen y finalmente el puerto de llegada.



Figura 31. Presentación y etiquetado de cacao fino aroma

### 3. Requisitos legales de la Municipalidad e Piura

Para el funcionamiento de la empresa requiere de: licencia para funcionamiento, el otorgamiento de certificado de inspecciones de INDECI, también la licencia de cerco perimétrico de las empresas y el certificado de zonificación y de compatibilidad o afinidad de uso.

#### 4.4.4. Termino de negociación

El término bajo el cual se realizará la negociación es Free on Board Franco a bordo (FOB), es decir que el exportador cumple en forma correcta la entrega en barco (en el puerto pactado) de la mercancía,

los valores registrados con este Incoterm que se establece las bases para la tributos en el Perú.

En el término de indicado, negociación la responsabilidad del Exportador es la siguiente:

- ✓ Acondicionamiento de la mercancía para su venta
- ✓ Almacenamiento y transporte interno
- ✓ Despacho de aduana de exportación
- ✓ Gastos de manipulación en origen

Al importador le corresponden los siguientes desembolsos:

- ✓ Flete internacional
- ✓ Seguro de la mercancía
- ✓ Gastos de manipulación en destino
- ✓ Pago de derechos de aduana de importación
- ✓ Transporte interno y/o entrega en destino

## 4.5. Análisis financiero y Económico

### 4.5.1. Análisis financiero

#### A. Estados de ganancia y pérdidas

Se muestran el Estado de Ganancias y Pérdidas en el cual se muestran los ingresos que favorece a la empresa porque no requiere del pago de impuestos.

**Tabla 52. Estado de resultados proyectado**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS (VENTAS)</b>	1,615,708.32	1,955,007.07	2,365,558.55	2,862,325.85	4,075,484.14
	1,615,708.32	1,615,708.32	2,365,558.55	2,862,325.85	3,463,414.27
INGRESOS EXTRAORDINARIO					612,069.86
<b>II. Costos de producción</b>	490,750.81	531,088.92	577,668.50	631,455.91	693,567.14
<b>III. Utilidad bruta</b>	1,124,957.51	1,423,918.15	1,787,890.05	2,230,869.94	3,381,917.00
<b>IV. Gastos de operación</b>	77,940.00	77,940.00	77,940.00	77,940.00	77,940.00
GASTOS DE VENTA	22,020.00	22,020.00	22,020.00	22,020.00	22,020.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	55,920.00	55,920.00	55,920.00	55,920.00	55,920.00
<b>V. Depreciación de Análisis Financiero y Amortización Intangible</b>	44,917.91	44,917.91	44,917.91	44,917.91	44,917.91
<b>VI. UTILIDAD OPERATIVA</b>	1,002,099.61	1,301,060.25	1,665,032.14	2,108,012.03	3,259,059.09
<b>VII. Gastos financieros (Pago de intereses)</b>	28,945.60	24,442.87	19,039.60	12,555.67	4,774.96
<b>VIII. Utilidad antes de impuesto</b>	973,154.01	1,276,617.37	1,645,992.54	2,095,456.36	3,254,284.14
<b>IX. Impuesto a la renta ( 30 % )</b>	291,946.20	382,985.21	493,797.76	628,636.91	976,285.24
<b>UTILIDAD NETA</b>	681,207.80	893,632.16	1,152,891.78	1,466,819.45	2,277,998.89

Inversión	1,071,129.65
-----------	--------------

#### 4.5.1.1. Punto de equilibrio

Se realizó el cálculo del punto de equilibrio con el propósito de minimizar las pérdidas en la empresa para la exportación, para tal efecto se ha considerado: los costos fijos, variables, el precio obtenido de venta del cacao en grano tostado y el Drawback obtenido por las ventas para cada año. Según el resultado obtenido se aprecia que en todos los años el punto de equilibrio está por debajo de las ventas estimadas.

Tabla 53. *Punto de equilibrio*

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>COSTOS FIJOS.</b>	<b>152,297.15</b>	<b>152,297.15</b>	<b>152,297.15</b>	<b>152,297.15</b>	<b>152,297.15</b>
Depreciación DE A.F. y amortización intangible	44,917.91	44,917.91	44,917.91	44,917.91	44,917.91
Gastos financieros (pago de préstamo)	51,459.24	51,459.24	51,459.24	51,459.24	51,459.24
Gastos administrativos	55,920.00	55,920.00	55,920.00	55,920.00	55,920.00
<b>Costos variables</b>	<b>512,770.81</b>	<b>553,108.92</b>	<b>599,688.50</b>	<b>653,475.91</b>	<b>715,587.14</b>
Costos de producción	490,750.81	531,088.92	577,668.50	631,455.91	693,567.14
Gastos de venta	22,020.00	22,020.00	22,020.00	22,020.00	22,020.00
<b>Costos totales</b>	<b>665,067.95</b>	<b>705,406.06</b>	<b>751,985.65</b>	<b>805,773.06</b>	<b>867,884.29</b>
Ventas promedio (q)	148,000.00	162,800.00	179,080.00	196,988.00	216,686.80
Costo variable unitario (CVU)	3.46	3.40	3.35	3.32	3.30
Precio de venta unitario	10.84	11.93	13.12	14.43	15.88
<b>Punto de equilibrio (q)</b>	<b>20,639</b>	<b>17,853</b>	<b>15,585</b>	<b>13,701</b>	<b>12,112</b>
<b>Punto de equilibrio (s/.)</b>	<b>223,805.22</b>	<b>212,952.59</b>	<b>204,486.39</b>	<b>197,748.70</b>	<b>192,296.62</b>

### Calculo del punto de equilibrio por año.

$$P. E = \frac{CF}{P - CV + D}$$

**Dónde:**

CF: Costos Fijos

P: Precio Unitario

CV : Costos variables unitarios

D: régimen Drawback

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	1,604,864.6	3,546,750.9	5,896,433.2	8,739,548.8	12,791,788.5
Costos totales acumulados	1,736,197.60	2,441,603.67	3,193,589.32	3,999,362.37	4,867,246.66
Costos fijos	152,297.15	152,297.15	152,297.15	152,297.15	152,297.15

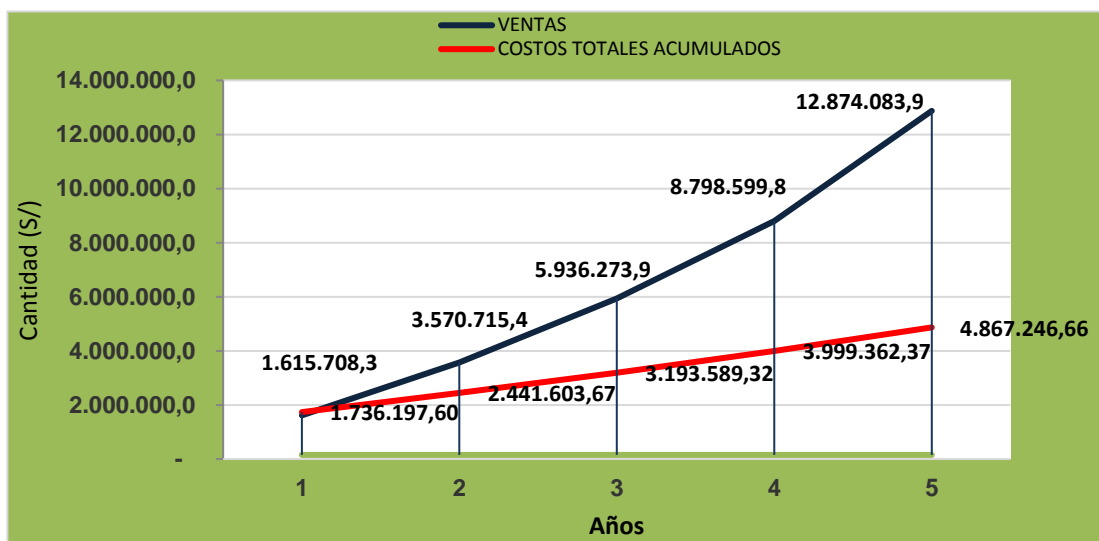


Figura 32. Punto de equilibrio

## 4.5.2. Plan económico

### 4.5.2.1. Flujo de caja proyectado

En el Flujo de Caja Económico y Financiero, se han previsto las siguientes consideraciones:

- ✓ Al término de los cinco años se estima el 100% de recuperación del capital.
- ✓ Se ha previsto 15.64% del préstamo solicitado (IR).
- ✓ el Flujo Económico tiene un Impuesto a la renta (IR) similar al del estado de ganancias y pérdidas, pero no se ha considerado el préstamo, por lo que resulta éste mayor al Impuesto anterior.

**Tabla 54.** Flujo de caja financiero

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>0.0</b>	<b>1615708.3</b>	<b>1955007.1</b>	<b>2365558.6</b>	<b>2862325.8</b>	<b>4324891.0</b>
Ingresos Por Venta		1615708.3	1955007.1	2365558.6	2862325.8	3463414.3
Valor Residual						612069.9
Recupero De Capital						249406.9
<b>II. EGRESOS</b>		<b>-882730.7</b>	<b>1014098.0</b>	<b>-1171344.2</b>	<b>1359648.2</b>	<b>1768858.4</b>
II.1. Inversión fija <b>año 0</b>	<b>-1071129.7</b>					
II.1.1 Inversión Fija Tangible	797783.0					
II.1.2 Inversión Fija Intangible	38876.4					
II.1.3 capital de trabajo	167537.5	-13410.0	-14751.0	-16226.1	-17848.7	-19633.6
II.1.4 gastos generales	41833.0					
II.1.5 gastos de supervisión	25099.8					
II.2. Costos de producción		-490750.8	-531088.9	-577668.5	-631455.9	-693567.1
II.3. Gastos de operación		-77940.0	-77940.0	-77940.0	-77940.0	-77940.0
II.4. Impuesto a la renta		-300629.9	-390318.1	-499509.6	-632403.6	-977717.7
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-1071129.7</b>	<b>732977.6</b>	<b>940909.1</b>	<b>1194214.3</b>	<b>1502677.6</b>	<b>2556032.6</b>
PRÉSTAMO	167537.5					
SERVICIO DE DEUDA		-51459.2	-51459.2	-51459.2	-51459.2	-51459.2
ESCUDO FISCAL		8683.7	7332.9	5711.9	3766.7	1432.5
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-903592.2</b>	<b>690202.1</b>	<b>896782.7</b>	<b>1148466.9</b>	<b>1454985.1</b>	<b>2506005.8</b>

Al final del proyecto se estima la recuperación al 100% del capital de trabajo. El escudo fiscal es al orden de 30% del interés pagado por el préstamo.

El impuesto a la renta en el flujo económico es igual a la renta mostrada en el estado de Ganancias y Pérdidas, sin obviar el préstamo, siendo este mayor al impuesto anterior

#### **4.5.2.2. Evaluación de la inversión del proyecto**

Los parámetros de medición para la evaluación económica del plan de exportación en base al COK (costo de oportunidad del capital) y el WACC (Promedio Ponderado del Costo de Capital) que fueron hallados en el flujo de caja: fueron los índices del VAN económico y la TIR económica, el periodo de recuperación de la inversión, y la rentabilidad en función de las ventas.

##### **a) Valor actual Neto (VANE)**

Para el cálculo de VANE se ha previsto tomar como periodo, anual por cinco años y el promedio ponderado del costo de capital de 19.06%.

Para el cálculo de VANF se ha previsto tomar como periodo, anual por cinco años y el costo de oportunidad del capital de 20%

<b>CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO (VANE)</b>			
Periodo (n)	Flujo de caja económico (FC)	(1+r) <sup>n</sup>	FC / (1+r) <sup>n</sup>
0	-1,071,129.65	1.00	-1,071,129.65
1	732,977.63	1.19	615,629.28
2	940,909.08	1.42	663,750.34
3	1,194,214.31	1.69	707,567.56
4	1,502,677.62	2.01	747,790.61
5	2,556,032.58	2.39	1,068,339.10
		<b>TOTAL</b>	<b>2,731,947.23</b>

<b>CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANF)</b>			
Periodo (n)	Flujo de caja financiero (FC)	(1+r) <sup>n</sup>	FC / (1+r) <sup>n</sup>
0	-903,592.15	1.00	-903,592.15
1	690,202.07	1.20	575,168.39
2	896,782.70	1.44	622,765.76
3	1,148,466.95	1.73	664,622.08
4	1,454,985.08	2.07	701,671.05
5	2,506,005.83	2.49	1,007,107.54
		<b>TOTAL</b>	<b>2,667,742.67</b>

Según la información mostrada en las tablas se tiene:

**VANE = 2, 731,947.23**

**VANF= 2, 667,742.67**

Se aprecia en el VANE y el VANF los valores mayores a cero, por lo cuales puede decir que el proyecto resulta rentable porque proporciona un retorno de la inversión del 19.06%.



### b) Tasa interna de Retorno (TIR)

CALCULO TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	
Tasa de descuento	VANE
0%	5,855,681.56
5%	4,750,958.78
10%	3,883,499.51
15%	3,192,880.67
20%	2,636,073.45
25%	2,181,929.50
30%	1,807,559.23
35%	1,495,907.83
40%	1,234,104.53
45%	1,012,320.57
50%	822,967.28
55%	660,125.27
60%	519,132.87
65%	396,286.00
70%	288,616.62

TIRE =	87.54%
--------	--------

CALCULO TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	
Tasa de descuento	VANF
0%	5,792,850.48
5%	4,719,781.40
10%	3,877,674.06
15%	3,207,636.02
20%	2,667,742.67
25%	2,227,655.39
30%	1,865,087.38
35%	1,563,438.72
40%	1,310,186.36
45%	1,095,770.47
50%	912,812.61
55%	755,559.46
60%	619,481.77
65%	500,981.93
70%	397,178.28

TIRF =	97.88%
--------	--------

**TIRE = 87.54%**

**TIRF = 97.88%**

Se puede apreciar que los valores del TIR económico y el TIR financiero son mayores que el Promedio Ponderado del Costo de Capital (WACC) y el costo de oportunidad del capital (COK), por lo que permite tomar a la decisión de invertir en el proyecto del plan de exportación de cacao fino aroma a Suiza, porque el retorno es al orden de 19.06%.

### c) Ratio beneficio/ costo (B/C)

Para hallar el Valor de costo beneficio se trabaja sobre el flujo de caja financiero, tomando como base el costo de oportunidad del capital.

ÍNDICE BENEFICIO/COSTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Beneficios	0	1,615,708	1,955,007	2,365,559	2,862,326	4,324,891
Costos	-1071130	(882,730.69)	(1,014,097.99)	(1,171,344.25)	(1,359,648.23)	(1,768,858.45)
Factos de actualización	1.0000000	0.8399019	0.7054351	0.5924963	0.4976387	0.4179677
Beneficios actualizados	0	1,357,036	1,379,131	1,401,585	1,424,404	1,807,665
Costos actualizados	-	-741,407	-715,380	-694,017	-676,614	-739,326
Flujo económico actualizado	1,071,130	615,629.28	663,750.34	707,567.56	747,790.61	1,068,339.10

<b>Indicados beneficio/costo</b>	<b>1.5891</b>
<b>Índice de rentabilidad</b>	<b>3.551</b>

Según los resultados se puede apreciar la relación existente entre el valor actual de los beneficios igualmente que los costos, el cual es mayor que 1, en la investigación el valor fue de 1.59 y el índice de rentabilidad fue 3.551

#### **4.5.2.3. Análisis de sensibilidad**

Se analizará distintos escenarios, en los cuales variables sensibles a cambios serán evaluadas y se comprueba la factibilidad del proyecto en escenarios pesimistas y optimistas. Se ha previsto cuatro variables sensibles a cambios y que posiblemente afectarían el resultado económico y financiero del mismo, estas variables son:

- ✓ La demanda del proyecto,
- ✓ El valor del producto (calculado en soles)
- ✓ El costo del personal
- ✓ Insumos o materia prima.

Es por lo mencionado anteriormente, que se evaluará estas variables realizándoles variaciones en dos escenarios distintos, en los cuales se comprobará la factibilidad del proyecto.

En cuanto a los escenarios, se evaluarán usando el costo de oportunidad del capital (COK) un riesgo bajo de 5% y el Promedio Ponderado del Costo de Capital (WACC). con un riesgo medio de 10% y por último con un riesgo alto de 19.65%.

WACC	19.65%
------	--------

### EVALUACIÓN ECONÓMICA

AÑO	FCE	FAS	VAN
0	(1,039,977.48)	1.000000	(1,039,977.48)
1	810,624.89	1.196518	677,486.69
2	1,031,364.32	1.431655	720,400.10
3	1,299,394.26	1.713001	758,548.64
4	1,624,789.23	2.049636	792,720.99
5	2,553,113.06	2.452426	1,041,056.26
		<b>VANE</b>	<b>2,950,235.20</b>
		<b>TIRE</b>	<b>97.10%</b>

### Caída de la producción en 5 %

AÑO	FCE	FAS	VAN
0	(1,068,648.68)	1.00	(1,068,648.68)
1	109,114.83	1.19	91,672.37
2	216,376.56	1.42	152,728.32
3	352,755.56	1.69	209,188.54
4	525,379.26	2.01	261,752.97
5	1,365,987.50	2.39	571,768.33
		<b>VANE</b>	<b>218,461.84</b>
		<b>TIRE</b>	<b>25.02%</b>

### Caída de la producción en 10 %

AÑO	FCE	FAS	VAN
0	(1,068,648.68)	1.00	(1,068,648.68)
1	52,565.04	1.19	44,162.30
2	147,951.31	1.42	104,430.70
3	269,961.01	1.69	160,090.32
4	425,197.86	2.01	211,840.88
5	1,244,768.00	2.39	521,028.87
		<b>VANE</b>	<b>(27,095.63)</b>
		<b>TIRE</b>	<b>18.27%</b>

### Costo de materia prima

Se analizó el costo de materia prima, haciendo las variaciones (%) tomando como base dos escenarios, el primer escenario pesimista donde el costo de la materia prima es 16% y el escenario optimista donde el costo se reduzca al 5%

Aumento del precio de materia prima en 10%

AÑO	FCE	FAS	VAN
0	(1,068,648.68)	1.00	(1,068,648.68)
1	90,255.72	1.19	75,827.97
2	197,704.53	1.42	139,548.76
3	334,952.76	1.69	198,631.25
4	509,370.72	2.01	253,777.24
5	1,353,007.61	2.39	566,335.27
		<b>VANE</b>	<b>165,471.80</b>
		<b>TIRE</b>	<b>23.55%</b>

Aumento del precio de materia prima en 16%

AÑO	FCE	FAS	VAN
0	(1,068,648.68)	1.00	(1,068,648.68)
1	45,010.38	1.19	37,815.28
2	145,446.16	1.42	102,662.45
3	274,594.34	1.69	162,837.94
4	439,656.75	2.01	219,044.55
5	1,272,487.98	2.39	532,631.76
		<b>VANE</b>	<b>(13,656.71)</b>
		<b>TIRE</b>	<b>18.65%</b>

Se puede evidenciar que en cada uno de los escenarios el VAN es mayor a cero y el beneficio costo es mayor que uno, lo que permite concluir que el proyecto es factible, a pesar de las variaciones propuestas.

COK	20%
-----	-----

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>FCF</b>	<b>FAS</b>	<b>VANF</b>
0	(979,620.91)	1.00	(979,620.91)
1	795,214.69	1.20	662,678.91
2	1,015,467.49	1.44	705,185.75
3	1,282,913.45	1.73	742,426.76
4	1,607,607.66	2.07	775,273.76
5	2,535,090.57	2.49	1,018,796.04
	<b>VANF</b>		<b>2,924,740.32</b>
	<b>TIRF</b>		<b>101.10%</b>

**Tabla 55. Análisis de sensibilidad**

<b>VARIABLES</b>	<b>VARIACIÓN</b>	<b>VANE INICIAL</b>	<b>TIRE INICIAL</b>	<b>VAN FINAL</b>	<b>TIR FINAL</b>
SITUACIÓN INICIAL	0	2,950,235.20	97.10%		
Caída de la producción o precio de venta	-5%			218,461.84	25.02%
	-10%			(27,095.63)	18.27%
Aumento del precio de la materia prima	10%			165,471.80	23.55%
	16%			(13,656.71)	18.65%

Finalmente en la tabla 55 se evidencia que el esperado del VAN es positivo y mayor a cero con cualquier variación de costo de oportunidad del capital evaluado lo cual reafirma la factibilidad del proyecto.

**Tabla 56. Plan de producción de cacao fino aroma**

AÑO	PRODUCCIÓN en TM												CANTIDAD TOTAL
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	
1	-	-	7.00	29.00	25.00	6.00	25.00	39.00	12.00	4.00	1.00	1.00	149
2	-	-	7.70	31.90	27.50	6.60	27.50	42.90	13.20	4.40	1.10	1.10	164
3	-	-	8.47	35.09	30.25	7.26	30.25	47.19	14.52	4.84	1.21	1.21	180
4	-	-	9.32	38.60	33.28	7.99	33.28	51.91	15.97	5.32	1.33	1.33	198
5	-	-	10.25	42.46	36.60	8.78	36.60	57.10	17.57	5.86	1.46	1.46	218

AÑO	CANTIDAD TOTAL TM	VALOR DE VENTA UNITARIO US\$ / TM	TOTAL US\$	TOTAL S/.
1	149	3116.00	464,284.00	1,615,708.32
2	164	3427.60	561,783.64	1,955,007.07
3	180	3770.36	679,758.20	2,365,558.55
4	198	4147.40	822,507.43	2,862,325.85
5	218	4562.14	995,233.99	3,463,414.27

Tipo de cambio S/. 3.48

Se ha considerado un incremento de 10 % en el volumen de las ventas en los meses de exportación y un incremento de 10 % en el precio de venta.

Tabla 57. Programa de inversiones

CONCEPTO	MESES												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>I. Inversión fija</b>													<b>836659.4</b>
I.1. Inversión fija tangible													<b>797783.0</b>
I.1.1. Terrenos y obras civiles	570500.0												570500.0
I.1.2. Maquinaria y equipo			24601.0	24601.0	24601.0								73803.0
I.1.3. Vehículos					145000.0								145000.0
I.1.4. Muebles y enseres				8480.0									8480.0
I.2. Inversión fija intangible	12958.8					12958.8			12958.8				<b>38876.4</b>
II. Capital de trabajo	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	13961.5	167537.5
III. Gastos generales ( 5 % ) IF	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	3486.1	41833.0
IV. Gastos de supervisión (3%) IF	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	2091.6	25099.8
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>602998.0</b>	<b>19539.2</b>	<b>44140.2</b>	<b>52620.2</b>	<b>189140.2</b>	<b>32498.0</b>	<b>19539.2</b>	<b>19539.2</b>	<b>32498.0</b>	<b>19539.2</b>	<b>19539.2</b>	<b>19539.2</b>	<b>1071129.7</b>

CONCEPTO	MESES												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>II. Inversión fija</b>													
I.1. Inversión fija tangible													
I.1.1. Terrenos y obras civiles	1.00												1.00
I.1.2. Maquinaria y equipo			0.33	0.33	0.33								1.00
I.1.3. Vehículos					1.00								1.00
I.1.4. Muebles y enseres				1.00									1.00
I.2. Inversión fija intangible	0.33					0.33			0.33				1.00
II. Capital de trabajo	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>1.00</b>
III. Gastos generales ( 5 % ) IF	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>1.00</b>
IV. Gastos de supervisión (3%) IF	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>1.00</b>

En las tablas 57 se evidencia el programa de inversiones para la exportación de cacao fino aroma a Suiza.



## **4.6. Plan ambiental social**

### **4.6.1. Impacto ambiental**

#### **4.6.1.1. Análisis del impacto ambiental**

El análisis del impacto ambiental, dependerá de todos los residuos que produzca la empresa como parte de sus procesos. La política que se aplica en Loveday Corporation S.A.C será la de reducir el impacto ambiental, intentando incluir una gestión amigable con el medio ambiente, reduciendo y controlando los residuos generados.

Se empleó la técnica de Índice de Prioridad de Riesgo (IPR), para realizar el análisis de impacto ambiental basado en el análisis dando mayor énfasis al proceso productivo y para ello es necesaria la calificación en la matriz según los indicadores:

- ✓ Actividad del proceso que genera el aspecto ( se lección y limpieza, fermentación, lavado, secado, selección, tostado, descascarillado y envasado.)
- ✓ Recurso de entrada y/o salida según sea el caso.
- ✓ Descripción del aspecto ambiental.
- ✓ Impacto ambiental.
- ✓ Niveles (frecuencia de aparición, gravedad del impacto, pérdida del control)
- ✓ Cálculo del Índice de Prioridad de Riesgo
- ✓ Significativo (si / no)

**Tabla 58. Análisis de impacto ambiental (según técnica IPR)**

Actividad del Proceso que Generará el aspecto	Recurso de Entrada/Salida	Descripción del Aspecto Ambiental	Impacto Ambiental	Niveles				Significativo si/no
				Frecuencia de aparición	Frecuencia del impacto	Pérdida de control	Calculo del IPR	
Selección y limpieza	Entrada	Bayas de cacao Consumo de recursos naturales	Agotamiento de RNR	4	1	1	4	No
	Salida	Residuos solidos	Contaminación del suelo	4	2	2	16	No
fermentación	Salida	Residuos solidos	Contaminación del suelo	4	2	2	16	No
Lavado	Entrada	Agua / consumo de recurso no renovables	Agotamiento de RNR	4	2	1	8	No
	Salida	Agua contaminada	Contaminación del Agua	4	3	2	24	No
Secado	Salida	Generación de gases	Contaminación del aire	4	2	1	8	No
Selección	Salida	Semillas rotas Residuos solidos	Contaminación del suelo	3	2	1	6	No
Tostado	Entrada	Consumo de consumo de recursos no renovables.	Agotamiento de RNR	4	5	3	60	No
	Salida	Generación de gases	Contaminación del aire	4	3	2	24	No
Descascarillado	Salida	Residuos solidos	Contaminación del suelo	4	2	1	8	No
Envasado	Entrada	Bolsas de polietileno, consumo de recurso no renovables	Agotamiento de RNR	4	3	2	24	No

En la empresa Loveday Corporation S.AC se generará efluentes, emisiones y residuos sólidos los cuales luego del análisis de impacto ambiental se procede a las propuestas de solución.

#### 4.6.1.2. Efectos del proceso productivo de cacao en Loveday Corporation S.AC

➤ **Efluentes:**

- El agua se emplea para dos funciones; el principal es para el proceso de lavado del grano de cacao que no tiene adición de aditivos químicos y el segundo corresponde al uso para la limpieza de baños y de la planta en general.

➤ **Emisiones:**

- La mayor generación de emisiones de gas se presente durante el proceso de tostado, lo que ocasiona la contaminación acústica a causa del funcionamiento de las máquinas.

➤ **Residuos sólidos:**

- El proceso de tostado de cacao ocasiona dos tipos de residuos :
- **Residuos no peligrosos:** (Restos de bolsas de Yute, Restos de papeles y cartones, Restos de los servicios higiénicos, Restos de comida)
- **Residuos Peligrosos:** (Restos de bolsas de polietileno, Cartuchos de Tinta, entre otros).

#### **4.6.1.3. Propuesta para cuidado del impacto ambiental**

##### **Loveday Corporation S.A.C**

###### **Para las Efluentes**

- ✓ El agua proveniente del lavado del cacao será reutilizada, para regar áreas verdes existentes en la planta de producción.
- ✓ El agua proveniente de la limpieza de la planta y baños, debe ser sometido a análisis químico para evitar que supere los Límites Máximos permisibles (LMP,s) definidos por el MINAG.

###### **Para las Emisiones**

- ✓ Para minimizar el efecto de las emisiones es prudente controlar los Límites Máximos permisibles (LMP,s) para reducir el impacto ambiental y para conseguirlo se debe construcción una chimenea.
- ✓ Para minimizar la contaminación acústica, se deben de plantear mecanismo para reducir el ruido de las máquinas y como medidas preventivas los trabajadores deben de usar orejeras.

###### **Para los Residuos sólidos:**

- El sistema de gestión de recursos sólidos, mediante la separación según el tipo de residuo, la reducción y la reutilización de ser posible. Esta separación permitirá un manejo adecuado de los residuos sólidos.

- Se ha previsto la utilización de tachos según tipo de residuo generados en la planta.



Figura 33. Área de acopio de residuos sólidos en Loveday Corporation S.A.C

COLOR DE RECIPIENTE	TIPO DE RESIDUO	DISPOSICIÓN FINAL
BLANCO	Recipiente para plásticos, como envases de yogurt, leche, utensilios descartables, botellas de aceite, detergente, envases de champú, etc.	Relleno Sanitario Municipal
NEGRO	Recipiente para todo lo que no se pueda reciclar y que no sea peligroso, como material de limpieza, de habitaciones, oficinas de aseo personal etc.	Relleno Sanitario Municipal
ROJO	Recipiente para: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filtros de aceite.</li> <li>• Latas de aerosol.</li> <li>• Latas con hidrocarburos.</li> <li>• Baterías de autos, pilas de handies, cartuchos de tinta, trapos impregnados con combustible, fluorescentes, residuos hospitalarios, medicinas vencidas etc.</li> </ul>	Almacén temporal de Residuos Peligrosos.
VERDE	Recipiente para envases de vidrio tales como botellas, vasos, potes de perfumes y de alimentos.	Relleno Sanitario Municipal
AMARILLO	Recipiente para metales tales como latas de conservas, de café de leche, envases de alimentos y bebidas.	Relleno Sanitario Municipal
AZUL	Recipiente para residuos de papel y cartón tales como folletos, revistas, catálogos, impresiones, etc.	Relleno Sanitario Municipal
MARRÓN	Recipiente para residuos orgánicos tales como restos de comida, jardinería y similares.	Relleno Sanitario Municipal

Figura 34. Código de colores para la segregación de residuos sólidos  
Fuente. Guía de procedimientos de residuos sólidos municipales

#### **4.6.2. Impacto social**

Loveday Corporation S.A.C tiene impacto sobre los trabajadores del distrito de Piura que laboran en la empresa que en adelante será productora, acopiadora y exportadora de cacao fino aroma en grano tostado:

##### **Para los trabajadores**

- ✓ La estabilidad laboral con beneficios sociales ha mejorado la calidad de vida de los pobladores del distrito de Piura.
- ✓ Programa de incentivo hacia sus colaboradores, como bonos para el trabajador del mes, los empleados responsables en sus quehaceres y puntualidad al centro de labores. Mostrando siempre su afecto y necesidad por ellos.
- ✓ Las remuneraciones laborales serán planteadas de acuerdo a la ley.
- ✓ Promoción de actividades grupales entre los trabajadores, como paseos recreativos cada cierto tiempo y actividades de integración para los trabajadores y la familia.
- ✓ Aplicación de seguros y vacaciones acorde a ley para que los trabajadores se sientan motivados al tener todos los beneficios sociales que les corresponde.
- ✓ Cumplimiento de las normas establecidas en el OHSAS 18000(el personal no está expuesto a ningún riesgo)

**Para la comunidad**

- ✓ La empresa buscara promover el desarrollo del distrito de Piura, mediante el video conferencia sobre el mercado mundial, con el propósito de animar a la población ser emprendedores.
- ✓ Realización del plan integral de residuos sólidos para la no contaminación del ambiente con los desechos de la producción de Loveday Corporation S.A.C y por ende del distrito de Piura.
- ✓ Ofrecimiento de un trabajo dicto y seguro para los trabajadores con salarios acorde a lo establecido por la ley.

## CAPITULO V

### RESULTADOS

**Objetivo general:** Describir los componentes de un plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017.

**Tabla 59.** *Factibilidad del Plan de exportación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy factible	38	41,8	41,8	41,8
	Factible	36	39,6	39,6	81,3
	Poco factible	17	18,7	18,7	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de trabajadores y productores de cacao y representantes de Loveday Corporation S.A.C

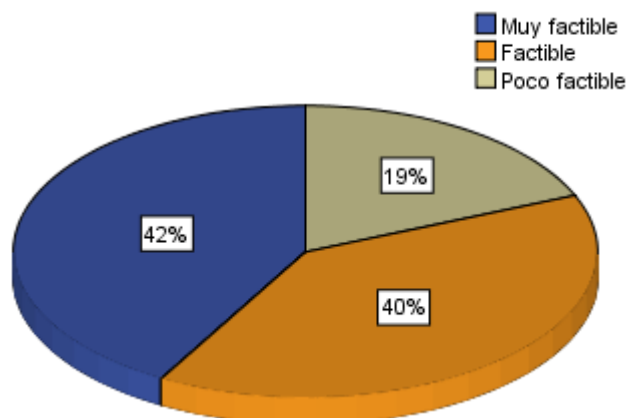


Figura 35. Factibilidad del Plan de exportación de cacao



Respecto a la factibilidad del plan de exportación, según percepción del gerente, trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C y productores de las asociaciones se evidencia que el 41,8% lo considera como muy factible exportar al mercado suizo, el 39,6% afirma que es factible y el 18.7% manifestó ser poco factible. En definitiva los resultados al igual que la determinación financiera determinaron la factibilidad del plan de exportación de cacao al mercado suizo.

**Tabla 60. Estado de resultados proyectado**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS (VENTAS)</b>	<b>1,615,708.32</b>	<b>1,955,007.07</b>	<b>2,365,558.55</b>	<b>2,862,325.85</b>	<b>4,075,484.14</b>
	1,604,864.64	1,941,886.21	2,349,682.32	2,843,115.61	3,463,414.27
					612,069.86
<b>II. Costos de producción</b>	<b>490,750.81</b>	<b>531,088.92</b>	<b>577,668.50</b>	<b>631,455.91</b>	<b>693,567.14</b>
<b>III. Utilidad bruta</b>	<b>1,124,957.51</b>	<b>1,423,918.15</b>	<b>1,787,890.05</b>	<b>2,230,869.94</b>	<b>3,381,917.00</b>
<b>IV. Gastos de operación</b>	<b>77,940.00</b>	<b>77,940.00</b>	<b>77,940.00</b>	<b>77,940.00</b>	<b>77,940.00</b>
<b>Gastos de venta</b>	22,020.00	22,020.00	22,020.00	22,020.00	22,020.00
<b>Gastos administrativos</b>	55,920.00	55,920.00	55,920.00	55,920.00	55,920.00
<b>V. Depreciación de Análisis Financiero y amortización Intangible</b>	<b>44,917.91</b>	<b>44,917.91</b>	<b>44,917.91</b>	<b>44,917.91</b>	<b>44,917.91</b>
<b>VI. Utilidad operativa</b>	<b>1,002,099.61</b>	<b>1,301,060.25</b>	<b>1,665,032.14</b>	<b>2,108,012.03</b>	<b>3,259,059.09</b>
<b>VII. Gastos financieros (Pago de intereses)</b>	28,945.60	24,442.87	19,039.60	12,555.67	4,774.96
<b>VIII. Utilidad antes de impuesto</b>	<b>973,154.01</b>	<b>1,276,617.37</b>	<b>1,645,992.54</b>	<b>2,095,456.36</b>	<b>3,254,284.14</b>
<b>IX. Impuesto a la renta ( 30 % )</b>	291,946.20	382,985.21	493,797.76	628,636.91	976,285.24
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>681,207.80</b>	<b>893,632.16</b>	<b>1,152,891.78</b>	<b>1,466,819.45</b>	<b>2,277,998.89</b>

<b>Inversión</b>	<b>1,071,129.65</b>
------------------	---------------------

Tabla 61. Flujo de caja financiero

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	<b>0.0</b>	<b>1615708.3</b>	<b>1955007.1</b>	<b>2365558.6</b>	<b>2862325.8</b>	<b>4324891.0</b>
Ingresos Por Venta		1615708.3	1955007.1	2365558.6	2862325.8	3463414.3
Valor Residual						612069.9
Recuperación de Capital						<b>249406.9</b>
<b>II. EGRESOS</b>		<b>-882730.7</b>	<b>1014098.0</b>	<b>-1171344.2</b>	<b>1359648.2</b>	<b>1768858.4</b>
II.1. Inversión fija <b>año 0</b>	<b>-1071129.7</b>					
II.1.1 Inversión Fija Tangible	797783.0					
II.1.2 Inversión Fija Intangible	38876.4					
II.1.3 capital de trabajo	167537.5	-13410.0	-14751.0	-16226.1	-17848.7	-19633.6
II.1.4 gastos generales	41833.0					
II.1.5 gastos de supervisión	25099.8					
II.2. Costos de producción		-490750.8	-531088.9	-577668.5	-631455.9	-693567.1
II.3. Gastos de operación		-77940.0	-77940.0	-77940.0	-77940.0	-77940.0
II.4. Impuesto a la renta		-300629.9	-390318.1	-499509.6	-632403.6	-977717.7
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-1071129.7</b>	<b>732977.6</b>	<b>940909.1</b>	<b>1194214.3</b>	<b>1502677.6</b>	<b>2556032.6</b>
PRÉSTAMO	167537.5					
SERVICIO DE DEUDA		-51459.2	-51459.2	-51459.2	-51459.2	-51459.2
ESCUDO FISCAL		8683.7	7332.9	5711.9	3766.7	1432.5
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-903592.2</b>	<b>690202.1</b>	<b>896782.7</b>	<b>1148466.9</b>	<b>1454985.1</b>	<b>2506005.8</b>

COK	20%
WACC	19.06%
Tasa de descuento préstamo	20%

VANE	S/. 2,731,947.23
VANF	S/. 2,667,742.67
TIRE	87.54%
TIRF	97.88%

Según la tabla 60 de ganancias y pérdidas se puede evidenciar que al término del quinto año se recupera totalmente la inversión del plan de exportación luego de la inversión de S/ 1,071,129.65 al cabo de los cinco años no solo se recupera la inversión sino que se obtiene una utilidad neta de s/ 1,206,869.24.

En la tabla 61 de flujo de caja económico o y financiero reafirma que la inversión se recupera en el año cinco lográndose el valor de S/ 249,406.90.

Respecto al flujo de caja económico el año cero es -1,071,129.7 y al término de año cinco se obtiene 2,556,032.60 y el flujo de caja financiero en el año cero fue -903592.2 y al término del año cinco es 2,506,005.80

Por otro lado el valor del VAN es mayor a cero lo que significa que el plan de exportación es rentable y TIR es mayor a los valores del WACC y el COK por lo que conviene invertir en el plan de exportación porque existe la probabilidad del retorno mayor al mercado al 19.06%

**Objetivo específico 1.** Identificar los aspectos más importantes de un estudio de mercado de un plan de exportación de cacao en grano al mercado de Suiza en el año 2017.

**Tabla 62. Análisis del Mercado suizo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Favorable	53	58,2	58,2	58,2
	Favorable	38	41,8	41,8	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de trabajadores y productores de cacao y representantes de Loveday Corporation S.A.C

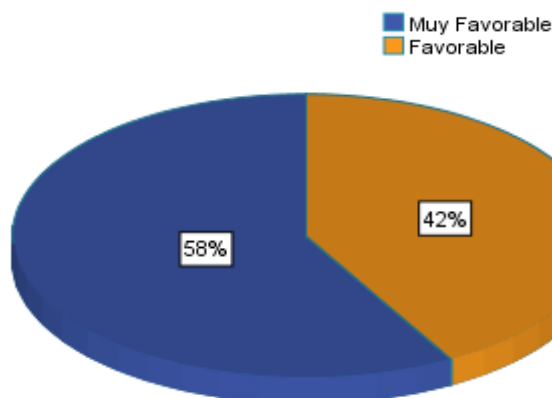


Figura 36. Análisis de mercado suizo para el cacao

Respecto al análisis del estudio de mercado del cacao en el mercado suizo, según percepción del gerente, trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C y productores de las asociaciones, consideran que los aspectos más relevantes exigidos por el consumidor suizo es la calidad

(pureza, el sabor, color) lo que ha determinado que sea considerado como un mercado muy favorable para el cacao fino de aroma piurano (58.2%) y favorable (41.8%). Esto demuestra que el cacao piurano es de muy buena calidad que satisface las exigencias del consumidor suizo.

**Objetivo específico 2.** Establecer la capacidad de competir de la empresa para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017

**Tabla 63.** Capacidad para competir en el mercado suizo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy buena	74	81,3	81,3	81,3
	Buena	17	18,7	18,7	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de trabajadores y productores de cacao y representantes de Loveday Corporation S.A.C

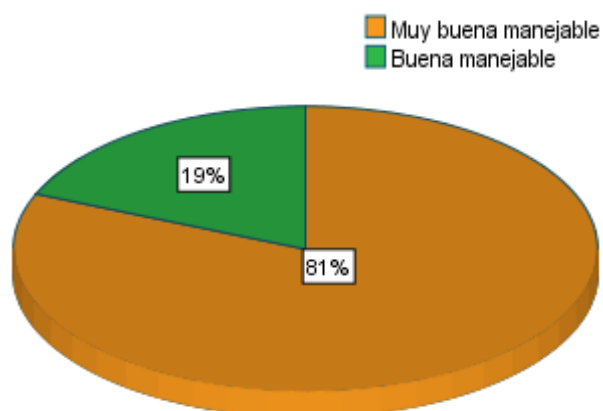


Figura 37. Competencia del plan de exportación de cacao

En lo que se refiere a la capacidad para hacer frente a la competencia, según percepción del gerente, trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C y productores de las asociaciones, se evidencia que es muy buena y manejable (81,3%) y buena manejable (18,7%) porque la demanda del cacao es superior a la producción del mismo no solo en el

Perú sino en el mundo. Suiza se caracteriza por ser uno de los principales importadores y exportadores de cacao y sus derivados a Países Bajos, Alemania, Francia, Austria, Bélgica Italia, Reino Unido Eslovaquia Suecia Españas, entre otros, por el país que cuenta con las más grandes industrias chocolateras del mundo.

**Objetivo específico 3.** Identificar los procedimientos logísticos para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017

**Tabla 64.** *Procedimientos Logísticos para exportar cacao fino aroma*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Favorable	38	41,8	41,8	41,8
	Favorable	53	58,2	58,2	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de trabajadores y productores de cacao y representantes de Loveday Corporation S.A.C

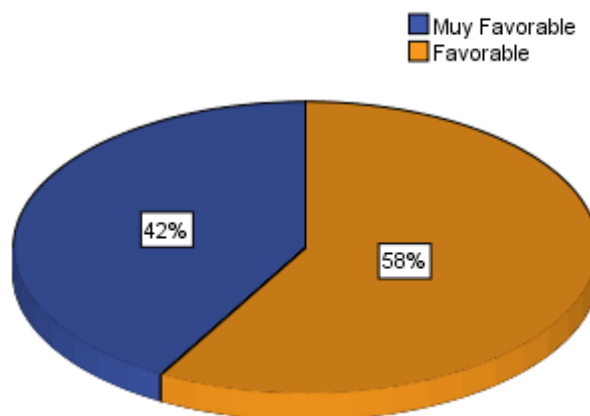


Figura 38. Logística del plan de exportación cacao

Respecto a la logística, según percepción del gerente, trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C y productores de las asociaciones, resulta ser muy favorable (41.8%) y favorable (58.2%) porque la empresa cuenta con la logística necesaria para el acopio envase y envío del cacao



con todas las medidas de calidad y seguridad hasta Suiza para ser directamente entregada al comprador.

**Objetivo específico 4.** Identificar los trámites aduaneros necesarios para para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017.

**Tabla 65.** Barreras arancelarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aceptable	91	100,0	100,0	100,0

Fuente. Encuesta de trabajadores y productores de cacao y representantes de Loveday Corporation S.A.C

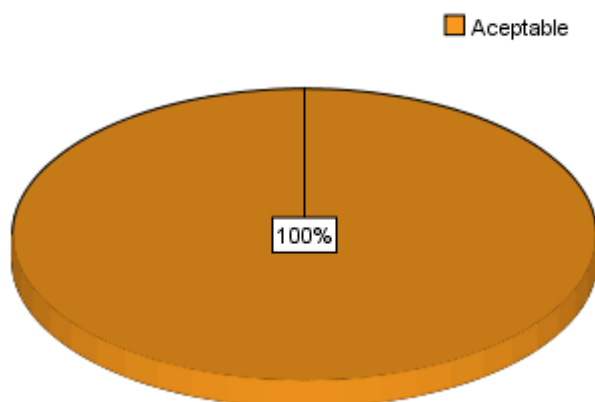


Figura 39. Barreras arancelarias para el plan de exportación de cacao aroma fino

Respecto a las barreras arancelarias a Suiza, según percepción del gerente, trabajadores de la empresa Loveday Corporation S.A.C y productores de las asociaciones, resulta aceptable (100%) porque

existe un acuerdo comercial de tratado de libre comercio de productos agrícolas peruanos entre ellos se encuentra el cacao, cuyo acuerdo rige desde el año 2010 , lo que resulta favorable y aceptable para el exportador peruano.

## CAPITULO VI

### DISCUSIÓN

Respecto a la factibilidad del plan de exportación, se evidencia que el 41,8% de los trabajadores, productores al igual que el gerente lo consideran muy factible para exportar al mercado suizo, el 39,6% afirma que es factible y el 18.7% manifestó ser poco factible.(Tabla 59), los valores del VAN resulto ser mayor a cero y en el TIR su valor fue mayor a los de WACC y el COK( Tablas 60,61)Similares fueron resultado en Crespo, C y Salvatierra,P (2012) en su estudio afirmaron que las exportaciones de cacao y sus elaborados durante el periodo 2006-2010 están dirigidos principalmente a EE.UU con una participación del 20.8%, Holanda con 21.8% y finalmente México con una participación en la exportación de 12.4%. Similares resultados se encontró en Perez,G( 2013) en el estudio determino que el VAN y TIR son indicadores de rentabilidad, que determinó que el negocio es totalmente rentable y el grupo puede concluir que si se debe invertir en este proyecto y conviene realizarlo. Pero para una mayor seguridad creemos pertinente realizar un análisis de sensibilidad para ver cómo afectaría al proyecto el cambio en algunos factores importantes. Resultados respaldados por la teoría de Llamazares, (2002) quien refiere que un *“Plan de Exportación debe estructurarse en etapas claramente diferentes que siguiendo el orden secuencial de las operaciones de comercio internacional analicen cada uno*

*de los aspectos claves de la estrategia de la empresa en relación a los mercados internacionales” (p.23).*

Respecto a la factibilidad del plan de exportación, se evidencia que el 41,8% de los trabajadores, productores al igual que el gerente lo considera muy factible para exportar al mercado suizo, el 39,6% afirma que es factible y el 18.7% manifestó ser poco factible.(Tabla 62) Similares Mora,E( 2016) en su estudio demostro que cuando mayor es la producción( 100%) de las diversas asociaciones en Colombia mayor es la oferta que tiene el país para poder exportarlo al mercado Europeo (50%), el al mercado de EEUU (40%) y por último el 10% al país de Asia. Además es un generador de empleo, resultando una actividad productiva muy beneficiosa para el país. (202) se afirma que *“tiene como propósito conocer, descubrir oportunidades de negocios externos que sean rentables y viables de tal forma que las organizaciones se vean comprometidas y motivadas a ejecutarlas, de esa forma se recolecte la información necesaria de los gustos y preferencias de dichos “ (p.23)*

En lo que se refiere a la capacidad para hacer frente a la competencia, según los trabajadores, productores y el gerente se evidencia que es muy buena y manejable (81,3%) y buena manejable (18.7%) porque la demanda del cacao es superior a la producción del mismo no solo en el Perú sino en el mundo.(Tabla 63) Similares resultados es de Angel A, Rivera S, y Solis M, (2016) donde determino que para el éxito de una producción se debe realizar

un estudio de evaluación y caracterización de variedades de cacao siendo necesario la acreditación o certificación lo que menoscaba frente a la competencia. Resultados validados por FOES(2012) donde se reconoce que la habilidad de una empresa en mantener el crecimiento constante en cuanto a la capacidad de diseñar, producir o comercializar bienes y servicios”(p.21)

Respecto a la logística según los trabajadores, productores y el gerente lo consideran muy favorable ( 41.8%) y favorable (58.2%) porque la empresa Loveday Corporation S.A.C, cuenta con la logística necesaria para el acopio, envase y envió del cacao con todas las medidas de calidad y seguridad hasta Suiza para ser directamente entregada al comprador.(Tabla 64) similares resultados obtuvo Arévalo C, González De S, y Soto C, (2016) quienes afirmaron la demanda proyectada para el horizonte del proyecto del mercado de Estados Unidos al mundo abarca de 475 (miles de toneladas) en el 2,016 a las 564 (miles toneladas) al 2025 y se obtuvo un TIR positivo de 20,3% que supera al costo de oportunidad de 12.53% resultando económicamente viable. Castro (2000) en su teoría aclara que *“Es la necesidad de planear y dirigir acciones logísticas de la empresa como un todo, por decir determinación de necesidades de materiales por el usuario, adquisición de éstos, almacenamiento de materias primas y productos finales, distribución y la disposición final”*(p.34)).

Respecto a las barreras arancelarias a Suiza según los trabajadores, productores y el gerente resulta aceptable (100%) porque existe un acuerdo

comercial de tratado de libre comercio de productos agrícolas peruanos (Tabla 65). Similares resultados obtuvo Chávez, C y Juscamaita, S, (2013) quienes determinaron que el análisis económico y financiero demostró la viabilidad del proyecto, ya que el valor actual neto del proyecto resultó mayor a cero y el periodo de recuperación es de 5 años. La SUNAT (2016) en su teoría considera que son *“las actividades relacionadas con el tráfico de mercancías sometidas a la potestad aduanera”*(pp.6)

## CONCLUSIONES

Según los resultados de la entrevista y encuestas aplicados a las unidades de análisis se puede determinar que el plan de exportación es factible en sus cuatro componentes: análisis de mercado que resulto favorable, la capacidad para competir es manejable, un procedimiento logístico favorable y aceptables barreras arancelarias, además resulto rentable el estudio económico.

Los aspectos más importantes del mercado suizo respecto al cacao fino aroma, es la calidad, la pureza, el sabor lo que determinó que el cacao piurano resultara muy favorable y favorable para ingresar al mercado suizo porque cumple con las exigencias para el consumo de ese país.

La capacidad de competir de la empresa Loveday Corporation S.A.C para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza es muy buena y buena.

Los procedimientos logísticos para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza resulto ser muy favorable y favorable.

Los trámites aduaneros necesarios para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza resultaron aceptables por ser aquellos que demanda toda exportación como son: factura comercial, conocimiento de embarque, lista de empaquetado, certificado de origen y certificados especiales en caso de alimentos.



## RECOMENDACIONES

Al gerente de Loveday Corporation S.A.C a dejar de ser un acopiador y apostar por la inversión para la compra de terrenos para la producción de cacao convencional e inorgánico que pueda satisfacer la demanda insatisfecha del mercado suizo.

A Sierra exportadora a capacitar a los socios de las asociaciones de productores de cacao piurano sobre buenas prácticas agrícolas para mejorar la calidad del cacao.

Al responsable del departamento de imagen institucional de Loveday Corporation S.A.C a utilizar las estrategias adecuadas para hacer frente a los demás países competentes y juntos poder cubrir la demanda insatisfecha, compitiendo con elevada calidad del cacao peruano.

El responsable de la logística de Loveday Corporation S.A.C a utilizar procedimientos logísticos propicios para la exportación de cacao fino de aroma en grano que garantice la seguridad y calidad hasta la llegada al mercado suizo.

A los responsables de Aduanas a brindar las facilidades para que los empresarios peruanos puedan realizar y cumplir con trámites aduaneros, también Identificar los trámites aduaneros necesarios para la exportación de cacao fino de aroma sin que demande de trabas que perjudiquen el producto hacia su destino final.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agricultura, M. d. (2011). *Salón del chocolate - Perú*. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de Salón del cacao y chocolate:  
 <<http://www.salondelcacaoychocolate.pe/logros.html>
- Agronegocios. (08 de 05 de 2017). *Peru segundo productor de cacao e el mundo*, Digital. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de Agronegocios:  
<https://agronegociosperu.org/2017/05/18/peru-segundo-pais-productor-de-cacao-organico-en-el-mundo/>
- Andina. (16 de 05 de 2016). *Produccion de cacao alcanza record historico en Peru con 108,000 toneladas*. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de Andina Noticias: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-produccion-cacao-alcanza-record-historico-peru-108000-toneladas-667111.aspx>
- Angel A, J., Rivera S, B., y Solis M, G. (2016). *Plan de exportacion de cacao hacia el maercado de la Uniion Europea.Caso ilustrativo Caritas El Salvador*. Tesis de grado, Universidad de el salvador, San salvador.
- APPCACAO. (06 de 06 de 2017). *Tres muestras de cacao peruano entre las 50 finalista del programa cocoa of excellence 2017*. Obtenido de Asociación Peruana de Productores de Cacao.
- Arévalo C, L., González De S, R., y Soto C, M. (2016). *Plan de negocios de exportacion de cacao en grano tostado al maercado de Estado Unidos*. Tesis de maestria, universidad Esan, Lima-Peru.

- Asenjo, G. (2003). *Manual del cultivo de cacao*. Lima: Ministerio de Agricultura, Programa para el Desarrollo de la Amazonia.
- Bernal, M. (02 de 07 de 2015). *Ecuador y Suiza avanzan hacia un acuerdo comercial y de más inversiones*. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de El Productor. El Periodico del campo:  
<https://www.pressreader.com/honduras/diario-el-heraldo/20170603/281509341150225>
- Chávez C, R., y Juscamaita S, M. (2013). *Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado Estadounidense*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima: pucp.
- Comexperú. (22 de 01 de 2017). *El 36% de la producción mundial de cacao se encuentra en Perú*, Digital. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de PERU 21: <https://peru21.pe/lima/36-produccion-mundial-cacao-concentra-territorio-nacional-65223>
- Crespo, C., y Salvatierra, P. (2012). *Nuevos mercados para la exportación de Cacao fino de aroma producido en los Cantones*. Universidad Politecnica salesiana. Guayaquil: UPS.
- Cruz F, N. (2088). *Análisis de la cadena de Cacao en la región Piura. Bajo la metodología Value Links/GTZ*. Informe, PIDECAFE.
- DEVIDA. (2016). *Productos para la Marca Perú*. Recuperado el 21 de 09 de 2017, de DEVIDA: <http://www.devida.gob.pe/productos-para-la-marca-peru/>
- El Comercio. (16 de 05 de 2017). *Producción de cacao alcanza record histórico en Perú con 108,000 toneladas*, Digital. Recuperado el 19 de

09 de 2017, de El comercio:

<http://elcomercio.pe/economia/produccion-cacao-alcanza-record-historico-peru-108-000-toneladas-422379>

Espinosa E, C. P., y Mosquera N, D. R. (2012). *Estudio de factibilidad par ala prouccion de cacao en el Canton san Lorenzo, provincia de Esmeraldas*. Tesis de grado, Universidad central del Ecuador, Quito, Ecuador.

Flores C, A. (2016). *Plan logistico par ala exportacion de Cacao en grano para la exportacion al mercado deEstados Unidos*. Universidad Alas Peruanas. Piura: UAP.

FOES. (10 de 10 de 2012). *Componentes de plan de negocios*. Recuperado el 2017 de 09 de 2017, de Federaciones de organizaciones empresariasles siarianas: <http://www.foes.es/>

Garcia, L. (2012). *Catálogo de cultivares de cacao del Perú*. Piura: REGION PIURA.

Hernández et. (2014). *Metodologia de Investigacon cientifica*. Mexico. Pearson.

Lerma, A., y Márquez, E. (2010). Plan de exportacion. En A. Lerma, & E. Márquez, *Comercion Marketin Internacional* (cuarta ed., pág. 22). México, D.F.: Cengage Learning.

Llamazares, O. (2002). *Global Negotiator*. España.

Llamazares, Olegario. (2002). *Global Negotiator*. España. Recuperado el 15 de Octubre de 2016, de Global Negotiator:

<http://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>

Lozada S, A. (2017). *Plan de negocios para la puesta en marcha de un retail de elaboracion y venta de productos a base de cacao organico.*

Univeresidad de Piura. Piura: PIRHUA.

MAXIMIXE. (2012). *Mercado del Cacao y Derivados.* Lima.

Mejillones P, C. L., y Jaime T, V. J. (2015). *Plan estrategico de exportacion de Cacao fino producido en Canton Guayaquil para el mercado de Shaghai.* Tesis de grado, Guayaquil-Ecuador.

MINAG. (2012). *Estadísticas MINAG.* Lima-Perú: MINAG.

MINAGRI. (2016). *Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo.* Lima: MINAGRI-DEEI.

MINCETUR. (2012). *Perfil del Mercado y Competitividad Exportadora de Cacao.* Lima-Perú: MINCETUR.

Mora, E. (2016). *Plan de negocios para el procesamineto y exportacion de pasta de cacao de la asociacion de productores de cacao" Union de casacay" ubicada en la parroquia Casacay del Canton pasaje procinvial de el Oro hacia el mercado de Alemania.* Tesis de grado, Universidad Tecncia de Machala, Machal-Ecuador.

NEI. (2011). *Peru: Compendio Estadístico 2011 Sector Agrario.* Lima: NEI.

Perez, G. (2013). *Plan de negocios para la exportacion de Cacao producido en al region 7 (Loja Zamora y eloro) hacia Holanda.* Tesis de grado, Universidad de Cuenca, Cuenca-Ecuador.

PERÚ, C. (2012). *Semanario COMEX Perú.* Lima-Perú.

ProChile. (2013). *Fair Trade: Productos alimenticios*. Santiago de Chile:

ProChile.

*Producción de cacao*, Digital. (2013). Recuperado el 24 de 09 de 2017, de

Anecacao: <http://www.anecacao.com/es/estadisticas>

Promperu. (2 de 10 de 2014). *Importancia de la exportación*, Digital.

Recuperado el 23 de 09 de 2017, de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo: <http://www.promperu.gob.pe/>

Riego, Ministerio de Agricultura. (2016). Estudio del CACAO en el Perú y en el Mundo. En *un análisis de la producción y el comercio* (pág. 68).

Lima-Peru: MAR.

SIICEX. (2012). *Exportadores Peruanos*. Recuperado el 21 de 09 de 2017, de Siicex:

[http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_portletid\\_=SDirectorioEmpresa&\\_page\\_=241.22800&scriptdo=&pc\\_control=pc\\_buscar&pc\\_pais=0&pc\\_tipoempresa=1750&pc\\_sector=243&pc\\_subsector=0&pc\\_region=0&txtrazonsocial=&psubpartida=&psubpartidauno=1801002000&tx](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_portletid_=SDirectorioEmpresa&_page_=241.22800&scriptdo=&pc_control=pc_buscar&pc_pais=0&pc_tipoempresa=1750&pc_sector=243&pc_subsector=0&pc_region=0&txtrazonsocial=&psubpartida=&psubpartidauno=1801002000&tx)

SUNAT. (2012). *Comunidad del Inversionista extranjero*. Obtenido de

SUNAT:

[http://inversionistaextranjero.sunat.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62%3Aincentivos-a-la-agricultura&catid=7%3Alegislaciontributaria3Alegislaciontributaria-](http://inversionistaextranjero.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=62%3Aincentivos-a-la-agricultura&catid=7%3Alegislaciontributaria3Alegislaciontributaria-)

- SUNAT. (2016). *Exportacion*, Digital. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/>
- Swissinfo, c. (25 de 06 de 2006). *Crece la importación de cacao latinoamericano*, digital. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de SWI Swissinfo ch: <https://www.swissinfo.ch/spa/crece-la-importacion-de-cacao-latinoamericano/5272940>
- TELEGRAFO, E. (09 de 12 de 2011). *Ecuador y suiza estrechan relaciones empresariales*. Obtenido de EL Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-y-suiza-estrechan-relaciones-empresariales>
- Turismo, M. d. (2014). Inteligencia de mercado: EE.UU. En *Inteligencia de mercado: EE.UU*. Lima-Peru: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.



# **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO FINO DE AROMA EN GRANO AL MERCADO DE SUIZA EN EL AÑO 2017</b>			
<b>Problemas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo son los componentes de un Plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar los componentes de un Plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017</p>	<p><b>Variable:</b> <b>Plan de exportación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta a productores de la asociación</li> <li>✓ Encuesta a trabajadores</li> <li>✓ Análisis documental sobre información de Suiza</li> </ul>
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Qué factores que intervienen en el Análisis de Mercado para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?</p> <p>¿Cómo es la competencia para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?</p> <p>¿En qué medida se presentan las Barreras Comerciales para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?</p> <p>¿Cuál es la Logística Internacional para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017?</p>	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Determinar los aspectos más importantes de un estudio de mercado de un plan de exportación de cacao en grano al mercado de Suiza en el año 2017.</p> <p>Definir la capacidad de competir de una empresa para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017.</p> <p>Determinar los procedimientos logísticos para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017</p> <p>Identificar que trámites aduaneros son necesarios para para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017</p>		

## Anexo 2



Escuela de Administración y Negocios Internacionales

### Encuesta a la Asociación de Pequeños/as Productores/as de Cacao de Piura.

Estimado Sr(a)

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información sobre un Plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017. Por ello, su opinión tiene mucho valor para la investigación y será tratada con carácter académico y anónimo.

#### **INSTRUCCIONES**

Se presenta una de preguntas y según su grado de percepción responda marcando con un aspa (x) las opciones de alternativas según sea su parecer.

Gracias

- 1) ¿Cuáles es la variedad de cacao que produce la Asociación de Pequeños/as Productores/as de Cacao de Piura?
  - a) Cacao criollo
  - b) Cacao forastero
  - c) Cacao Trinitario
  
- 2) ¿Cuál es el principal país al que oferta el cacao fino de aroma la empresa LOVEDAY CORPORATION S.A.C?
  - a) Estados Unidos
  - b) Canadá
  - c) Alemania
  - d) Chile
  - e) Suiza
  - f) Otros \_\_\_\_\_
  
- 3) ¿Cuánto fue la capacidad de acopio de la empresa LOVEDAY CORPORATION S.A.C respecto al cacao fino de aroma durante el 2016?
  - a) 1 a 50 Tn.
  - b) 51 a 100 Tn.
  - c) 101 a 200 Tn.
  - d) 200 a 300 Tn.
  - e) Más de 300 Tn.

- 4) ¿A Cuánto incrementó la de cacao fino de aroma con respecto al año anterior?
- a) 1% - 10%
  - b) 11% - 20%
  - c) 21% - 30%
  - d) Más del 30 %
  - e) No hubo incrementó
- 5) ¿Cuál es la capacidad de producción máxima con la que cuenta la empresa LOVEDAY CORPORATION S.A.C para la exportación del cacao fino de aroma?
- a) 1 a 50 Tn.
  - b) 51 a 100 Tn.
  - c) 101 a 200 Tn.
  - d) 200 a 300 Tn.
  - e) Más de 300 Tn.
- 6) ¿Cuál es el mecanismo que emplea la empresa LOVEDAY CORPORATION S.A.C para la exportación del cacao fino de aroma a Suiza?
- a) Bróker
  - b) Centrales de abasto(mercados, supermercados)
  - c) Industrias chocolateras
  - d) Consumidor Final
  - e) T.A
- 7) ¿Cuál e son las preferencias de Suiza para importar el cacao fino de aroma de la región de Piura de la empresa LOVEDAY CORPORATION S.A.C?
- a) Sabor
  - b) Aroma
  - c) Textura
  - d) Precio
  - e) Calidad
  - f) Socio Comercial
  - g) T .A
- 8) ¿Cuál es la estacionalidad que tiene el cacao fino de aroma en la región de Piura?
- a) Mayo
  - b) Junio
  - c) Julio
  - d) A,b,c
  - e) Todo el año

## Anexo 3



Escuela de Administración y Negocios Internacionales

Encuesta a los trabajadores de la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C

Estimado Sr(a)

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información sobre un Plan para la exportación de cacao fino de aroma en grano al mercado de Suiza en el año 2017. Por ello, su opinión tiene mucho valor para la investigación y será tratada con carácter académico y anónimo.

**INSTRUCCIONES**

Se presenta una de preguntas y según su grado de percepción responda marcando con un aspa (x) las opciones de alternativas según sea su parecer.

Gracias

- 1) ¿Cuál es el mecanismo que emplea la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para la exportación del cacao fino de aroma a Suiza?
  - a) Bróker
  - b) Centrales de abasto(mercados, supermercados)
  - c) Industrias chocolateras
  - d) Consumidor Final
  - e) T.A
  
- 2) ¿Cuál e son las preferencias de Suiza para importar el cacao fino de aroma de la región de Piura de la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C?
  - a) Sabor
  - b) Aroma
  - c) Textura
  - d) Precio
  - e) Calidad
  - f) Socio Comercial
  - g) T .A
  
- 3) ¿La empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C posee tecnología de última generación para el proceso de exportación de cacao fino de aroma?
  - a) Si
  - b) No
  
- 4) ¿La empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C dispone de un software para el control de la producción del cacao fino de aroma?

- a) Si
  - b) No
- 5) ¿La empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C dispone de un programa integral de reportes para la exportación del cacao fino de aroma?
- a) Si
  - b) No
- 6) ¿La empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C cuenta con un área especializada para el control de calidad del cacao fino de aroma?
- a) Si
  - b) No
- 7) ¿Si la respuesta es afirmativa, el responsable realiza los controles sobre las plagas y enfermedades que afecten la producción del cacao fino de aroma?
- a) Si
  - b) No
- 8) ¿Cuál es el sistema de calidad que utiliza la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para la exportación de cacao fino de aroma?
- a) IFOAM
  - b) Fairtrade
  - c) Rainforest Alliance
  - d) UTZ Certified
  - e) Programa BPM
  - f) T. A
- 9) ¿Cuáles son los documentos requeridos que debe contar la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para exportar cacao fino de aroma?
- a) Documentos Comerciales
  - b) Documentos de Embarque –Transporte
  - c) T. A
- 10) ¿Cuáles son los documentos comerciales que debe tener en cuenta la empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para exportar cacao fino de aroma?
- a) Factura comercial
  - b) Lista de Empaque (Packing List)
  - c) Registro fitosanitario
  - d) Certificado de Origen
  - e) Manifiesto de carga
  - f) DUA
  - g) T. A
- 11) ¿Cuáles son los documentos de embarque- Transporte que debe tener en cuenta la empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para exportar cacao fino de aroma?
- a) Reserva de espacio (Booking)
  - b) Conocimiento de embarque (Bill of Lading - B/L)
  - c) Certificado de circulación EUR1
  - d) Guía de remisión
  - e) T. A
- 12) ¿La empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C cuenta con las certificaciones necesarias para la exportación del cacao fino de aroma?
- a) Si
  - b) No

- 13) ¿Cuál de los siguientes certificados son requeridos para la exportación de cacao fino de aroma ?
- Certificado Fitosanitario
  - Certificado de circulación EUR1
  - Declaración de Origen
  - Todos
- 14) ¿La empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C efectúa el pago de impuestos para la exportación del cacao fino de aroma?
- Si
  - No
- 15) ¿Si la respuesta es afirmativa cuanto es el porcentaje de impuesto que paga la empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para la exportación de cacao fino de aroma a Suiza?
- \_\_\_\_\_
- 16) ¿Cuál es el impuesto que paga la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para la exportación del cacao fino de aroma?
- El régimen agrario
  - El IGV al valor de la venta
  - T.A
- 17) ¿Con la vigencia del TLC existe liberación de aranceles para la exportación del cacao fino de aroma?
- Si
  - No
- 18) ¿Cuál es el tipo de transporte que utiliza la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para la exportación de cacao fino de aroma?
- Marítimo
  - Multimodal
  - Aéreo
  - Terrestre
- 19) ¿Cuál es la forma que la empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C transporta el cacao fino de aroma?
- Refrigerado a una temperatura estándar
  - Seco
  - Otros\_\_\_\_\_
- 20) ¿Cuáles son las condiciones que utiliza la empresa la Empresa Loveday Corporation S.A.C para el almacenamiento del cacao fino de aroma?
- Cerrado- seco
  - Con ventilación
  - Abierto
  - Otros\_\_\_\_\_
- 21) ¿Cómo es la distribución en el almacén de productos terminados que aplica la empresa la empresa Loveday Corporation S.A.C para la exportación de cacao fino de aroma?
- Por países de destino
  - Por grados de calidad
  - Otros\_\_\_\_\_
- 22) ¿Cuál es la causa que produce pérdida de cacao fino de aroma en el almacén de la empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C
- Inadecuado acopio

- b) Exceso de maduración
- c) Incidencia de mohos
- d) Contaminaciones
- e) Inadecuada Temperatura
- f) Otros\_\_\_\_\_

- 23) ¿La empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C tiene un envase estándar para la exportación de cacao fino de aroma?
- a) Si
  - b) No
- 24) ¿Cuál es la forma de embalaje interna que emplea la empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para exportar el cacao fino de aroma ?
- a) Cajas
  - b) Bolsa
  - c) Saco
- 25) ¿Cuál es la forma de embalaje externo que utiliza la empresa la empresa Empresa Loveday Corporation S.A.C para exportar el cacao fino de aroma?
- a) Cajas
  - b) Bolsas
  - c) Sacos



**Anexo 4****Escuela de Administración y Negocios Internacionales**

---

**Entrevista al Gerente General de la empresa Loveday Corporation S.A.C****Cuestionario**

1. ¿La empresa aspira a seguir creciendo a su oferta exportable al 2020?
2. ¿Considera su conformidad por la cantidad de cacao exportado a Suiza?
3. ¿Considera que Suiza es un país donde poseionará el cacao Piurano?
4. ¿La tecnología empelada es acorde a lo exigido por los países demandantes?
5. ¿Considera usted que el proceso de exportación impide a que las empresas puedan ingresar sus producto a mercados internacionales?
6. ¿Qué tipos de impuestos paga la empresa: Impuesto a la renta, régimen agrario y otros? Por qué?
7. ¿Considera que el transporte multimodal es el más idóneo para exportar el cacao a Suiza?
8. ¿El transporte interno es importante para que la calidad del cacao se mantenga durante todo el proceso de envió?
9. Las instalaciones y almacén cuentan con todas las medidas de seguridad e higiene, para el cacao?
10. ¿Los proveedores juegan un papel importante para la empresa?
11. ¿Existe la posibilidad de ampliar otro mercado para la exportación de cacao?

## Anexo 5

### Alfa de Cronbach de cuestionario de productores

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	8

#### Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
ET1	4,00	,000	91
ET2	2,19	,392	91
ET3	3,66	,477	91
ET4	4,00	,000	91
ET5	1,00	,000	91
ET6	3,57	,498	91
ET7	3,57	,498	91
ET8	3,58	,496	91

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ET1	21,57	4,381	,000	,868
ET2	23,38	3,617	,409	,854
ET3	21,91	2,837	,821	,799
ET4	21,57	4,381	,000	,868
ET5	24,57	4,381	,000	,868
ET6	22,00	2,600	,955	,774
ET7	22,00	2,600	,955	,774
ET8	21,99	2,611	,951	,775

**Estadísticas de escala**

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
25,57	4,381	2,093	8

## Anexo 6

### Alfa de Cronbach de trabajadores

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,807	25

Estadísticas de elemento			
	Media	Desviación estándar	N
ET1	1,7500	1,48657	10
ET2	2,8617	1,59277	10
ET3	42,6596	21,20970	10
ET4	17,5160	10,02109	10
ET5	12,2713	4,67166	10
ET6	14,4255	9,05773	10
ET7	15,9628	7,97078	10
ET8	2,2500	1,08280	10
ET9	1,0532	,22501	10
ET10	2,8457	,41706	10

ET11	2,8298	,89129	10
ET12	1,7340	,44302	10
ET13	1,0319	,17624	10
ET14	2,6117	1,18062	10
ET15	2,8298	,89129	10
ET16	17,5160	10,02109	10
ET17	12,2713	4,67166	10
ET18	42,6596	21,20970	10
ET19	2,6117	1,18062	10
ET20	2,8457	,41706	10
ET21	2,8298	,89129	10
ET22	1,7340	,44302	10
ET23	2,8298	,89129	10
ET24	14,4255	9,05773	10
ET25	2,8617	1,59277	10

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ET1	120,0532	2784,083	,722	,802
ET2	118,9415	2759,243	,824	,799
ET3	79,1436	1074,466	,989	,805
ET4	104,2872	1949,275	,961	,736
ET5	109,5319	2443,213	,941	,771
ET6	107,3777	2027,562	,969	,739

ET7	105,8404	2120,509	,975	,745
ET8	119,5532	2789,863	,949	,802
ET9	118,9415	2759,243	,824	,799
ET10	109,5319	2443,213	,941	,771
ET11	118,9734	2987,930	-,914	,820
ET12	120,7713	2891,471	,429	,811
ET13	120,7500	2886,231	,552	,811
ET14	118,9574	2931,367	-,706	,815
ET15	118,9734	2987,930	-,914	,820
ET16	120,0691	2867,348	,676	,809
ET17	120,7713	2891,471	,429	,811
ET18	119,1915	3009,289	-,857	,822
ET19	104,2872	1949,275	,961	,736
ET20	109,5319	2443,213	,941	,771
ET21	107,3777	2027,562	,969	,739
ET22	109,5319	2443,213	,941	,771
ET23	120,7713	2891,471	,429	,811
ET24	118,9734	2987,930	-,914	,820
ET25	79,1436	1074,466	,989	,805

**Estadísticas de escala**

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
121,8032	2899,635	53,84826	25