



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

**PROYECTO DE INNOVACIÓN “EXPORTACIÓN DE CASCARILLA DE
CACAO HACIA EL MERCADO DE ALEMANIA**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en
Negocios Internacionales**

**MERINO TALLEDO MELCO ANTHONY
(0000-0001-7895-3125)**

**SANCHEZ ARAUJO SARAI GABRIELA
(0000-0002-5667-8940)**

**Piura – Perú
2022**

Resumen Ejecutivo

Esta tesis tiene como objetivo principal desarrollar un plan estratégico para sacar al mercado un producto que ayude a resolver un problema o necesidad del usuario, de acuerdo a la investigación realizada y después de haber seleccionado la problemática, nos enfocamos en indagar los principales problemas de salud en Alemania lo cual, según fuente confiable de la Organización mundial de la salud, la enfermedad más sufrida con una tasa de mortalidad de un 37% son las enfermedades cardiovasculares. Se busca poder ayudar al consumidor alemán a regular estas enfermedades cardiovasculares con un producto que sea saludable y orgánico, hoy en día el consumidor internacional busca nuevas innovaciones en lo que respecta a productos y en Alemania específicamente según fuente Mincetur están interesados en comprar productos que ayuden o contribuyan al medio ambiente, es por ello que se busca ofrecer un producto atractivo y que este adecuado a estas nuevas tendencias. Actualmente empresas dedicadas a actividades industriales generan un alto grado de contaminación ambiental alrededor del mundo es por ello que debe haber más consciencia generando proyectos que ayuden a la preservación del medio ambiente, incluso empresas agroindustriales al momento de la transformación de la materia prima a nuevos productos desechan los residuos y debido al desconocimiento del aprovechamiento de los mismos generan una problemática ambiental. La Cascarilla de Cacao considerada como un desecho agroindustrial se obtiene del descascarillado de la semilla, la cual tiene un grado alto de propiedades curativas para el corazón ayudando así a brindarle a nuestro consumidor alemán una solución practica para la regulación del problema de salud que la mayoría padece. Consideramos este producto innovador ya que del cacao se pueden generar nuevos sub productos que pueden generar ingresos y rentabilidad dentro de una empresa, lo mejor es que actualmente la exportación de dicha cascarilla no es muy conocida a nivel internacional lo cual nos da una ventaja competitiva siendo casi pioneros en la exportación de

esta cascarilla en el mercado cómo opción de una bebida caliente que se obtiene del hervido de la cascarilla con agua , dando así una infusión de chocolate con buen aroma y sabor . Se comenzará con la creación de la empresa Boun Cacao, empresa eco amigable con el medio ambiente que se dedicara a la exportación de cascarilla de cacao criollo, que trabajará con los productores y mejores proveedores de la Asociación Aspro las Lomas para brindar un producto de excelente calidad que cumpla con los estándares y exigencias del mercado. Nuestro empresa estará conformada por la gerencia y 6 áreas (área de compra, fabricación, venta, Recursos Humanos, Marketing y contabilidad) y según el capítulo cinco de nuestro proyecto se da a mostrar que la exportación de la cascarilla si es rentable ya que se obtienen ganancias reflejando resultados positivos a mediano y a largo plazo por lo cual el proyecto si es viable.

INDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo	2
Introducción	10
Capítulo 1 : Identificación del problema u oportunidad	13
1.1 Selección del problema o necesidad a resolver	13
1.2 Validación del problema	16
1.3 Descripción de cliente	18
Capítulo 2 : Diseño del producto o servicio innovador	23
2.1 Aplicación de la metodología Design Thinking	23
2.2 Características del producto o servicio innovador validado.....	45
Capítulo 3 : Elaboración del módelo de negocio	59
3.1 Definición de la propuesta de valor del negocio	59
3.2 Elaboración del lienzo del modelo	62
3.3 Descripción del prototipo de lanzamiento.....	66
Capítulo 4 : Validación del modelo de negocio	69
4.1 Aplicación de la metodología Lean Startup	69
4.2 Descripción del modelo de negocio validado.....	75
Capítulo 5 : Análisis de la rentabilidad	77
5.1 Determinación del punto de equilibrio	78
5.2 Determinación de las necesidades de inversión	79
5.3 Evaluación económica y financiera.....	84

Capítulo 6.....	90
Capítulo 7.....	93
Capítulo 8 : Anexos.....	97

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marcas de infusiones en Alemania.....	18
Figura 2. Descripción del Cliente	21
Figura 3. Mapa de Empatía.....	25
Figura 4. Prototipo.....	30
Figura 5. Encuesta.....	31
Figura 6. Encuesta.....	33
Figura 7. Encuesta.....	34
Figura 8. Encuesta.....	34
Figura 9. Encuesta.....	39
Figura 10. Encuesta.....	40
Figura 11. Encuesta.....	41
Figura 12. Encuesta.....	41
Figura 13. Sombrero Blanco.....	43
Figura 14. Sombrero Rojo.....	43
Figura 15. Sombrero Negro	43
Figura 16. Sombrero Amarillo.....	44
Figura 17. Sombrero Verde	44
Figura 18. Sombrero Azul	44
Figura 19. Proceso de Obtención de la Cascarilla de Cacao	47
Figura 20. Método de Preparación.....	50

Figura 21. Empaque reciclable	53
Figura 22. Certificados Orgánicos	54
Figura 23. Normas Iso 9001	55
Figura 24. Distribución física Internacional	58
Figura 25. Propuesta de Valor	60
Figura 26. Modelo Canvas.....	63
Figura 27. Landing Page.....	67
Figura 28. Landing page.....	68
Figura 29. Redes Sociales.....	68
Figura 30. Lean Starutp.....	70
Figura 31. Combinación de metodologías	74
Figura 32. Recopilación de Información	76
Figura 33. Producto.....	76

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Macrofiltro.....	14
Tabla 2. Microfiltro.....	14
Tabla 3. Tasa de mortalidad	16
Tabla 4. E.N.T en Alemania 1.....	27
Tabla 5. Ficha Técnica.. ..	51
Tabla 6. Valor nutricional	51
Tabla 7. Exportaciones de Cascarilla de cacao	77
Tabla 8. Proyección de la demanda.....	78
Tabla 9. Punto de equilibrio	79
Tabla 10. Equipos de trabajo y materiales	80
Tabla 11. Muebles y enseres	80
Tabla 12. Activos fijos intangibles.....	81
Tabla 13. Gastos locales	81
Tabla 14. Gastos de Documentación Internacional.....	82
Tabla 15. Capital de trabajo	82
Tabla 16. Inversión total	84
Tabla 17. Flujo de caja económico proyectado 2022-2026.....	85
Tabla 18. Indicadores de la evaluación económica.....	86
Tabla 19. Flujo de caja financiero proyectado 2022-2026.....	87
Tabla 20. Indicadores de la evaluación financiera	88

DEDICATORIA

Primero que nada, agradecer a mi padre celestial que me acompaña y me levanta de mis continuos tropiezos, agradecer y dedicarles esta tesis a mi madre, hermanas y sobre todo a mi padre que está muy delicado de salud ya que gracias a él es que tome esta decisión de estudiar esta hermosa profesión, fueron ellos el principal cimiento e inspiración para la construcción de mi carrera profesional sentaron en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación, infinitas gracias por siempre, los amo con todo mi corazón.

Melco Anthony Merino Talledo

Con mucha felicidad y alegría quiero agradecer primeramente a Dios por permitirme llegar hasta la culminación de este período dentro de mi vida, agradecer también a mis padres Segundo Salomón Sánchez Cruz y Fanny Olimpia Araujo salinas por el apoyo incondicional brindado todo este tiempo, por haberme llenado de valores e instruido por el camino del bien, sus consejos y aliento fueron mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de tesis.

Agradecer a mis hermanas Sara, Sofía, Alejandra por estar siempre a mi lado y confiar en mí y sobre todo un infinito agradecimiento a todos mis profesores por brindarme sus conocimientos en el transcurso de toda mi carrera .

Saraí Gabriela Sánchez Araujo.

Introducción

Las nuevas tendencias en los mercados internacionales se están enfocando mucho en cuidar el ambiente y consumir productos que sean más saludables y sin tanto proceso químico, el cacao es uno de los productos estrellas de exportación en el Perú debido a la variedades diferentes que existen , en algunas partes del Perú se produce el cacao debido a que este país cuenta con condiciones climatológicas beneficiosas para la producción de Cacao y cabe recalcar que contamos con variedades de ellos, con un exquisito sabor y delicioso aroma, además se toma en cuenta la experiencia de los productores sobre el cultivo del mismo .

La industria del cacao tiene una gran demanda internacional por muchos países que no cuentan con dichas condiciones climatológicas para su producción y por ende lo importan.

Según (Nutrición, 2014) la cascarilla de cacao rodea al grano del cacao que se obtiene del tostado y descascarillado de la semilla , el cual representa aproximadamente alrededor del 12% del peso total de la semilla que es seca , crujiente y de un color marrón, es por ello que es importante brindarle al consumidor un producto saludable , orgánico que pueda ayudarlo a regular diversas enfermedades , se sabe que hoy en día debido a la coyuntura actual por la que vivimos buscamos productos que ayuden a mejorar la salud.

Estudios demuestran que la cascarilla tiene propiedades curativas y beneficiosas para la salud, tiene antioxidantes naturales que son capaces de inactivar los radicales libres del proceso de oxidación del organismo, previniendo la aparición de enfermedades degenerativas, diversos tipos de cáncer, enfermedades cardiovasculares entre otras , una de las mejores formas de aprovechar estos beneficios es mediante infusiones que es donde se concentran las propiedades.

En nuestro caso se consideró a la Asociación Aspro las lomas cómo nuestro socio estratégico después de haber tenido una entrevista con ellos mostrada en el anexo número 1, para

ver temas de la obtención de la materia prima que necesitamos para la exportación debida de nuestro producto considerándolo de esta manera una estrategia beneficiosa para el productor y para nosotros cómo empresa comercializando estos desechos que pueden tener una serie de usos. Actualmente existen maquinas descascarilladoras del cacao, ya que antiguamente se realizaba de una forma manual o artesanal, pero poco a poco las nuevas tecnologías e innovaciones cambian a favor del mejoramiento de los procesos de producción de los productos.

Se toma cómo conclusión que estas nuevas prácticas de aprovechamiento de los desechos agroindustriales es una iniciativa para la generación de nuevos subproductos con valor comercial en el mercado internacional -

Capítulo 1

Identificación del problema u oportunidad

1.1 Selección del problema o necesidad a resolver

En esta primera fase se investigará necesidades o problemas que el usuario tenga, los cuales podamos darle una solución innovadora y creativa, a continuación, se dan a mostrar las cinco problemáticas propuestas.

Define tus clientes

- ✓ **Problema 1:** En Canadá el problema de salud más sufrida son las enfermedades Respiratorias (Elaboración de una te filtrante a base de Eucalipto y miel de abeja en polvo)
- ✓ **Problema 2:** En Alemania hay una Tasa de mortalidad del 37% de enfermedades Cardiovasculares (Cascarilla de cacao con propiedades curativas para el corazón)
- ✓ **Problema 3:** Falta de productos saludables en Ecuador (Venta de productos saludables envasados)
- ✓ **Problema 4:** En el país de Guatemala los niños sufren de desnutrición (Suplementos alimenticios)
- ✓ **Problema 5:** Baja productividad de la leche materna en las madres en el caribe (Producto enlatados con componentes naturales que ayuden al aumento de la productividad de la leche materna)

Para poder seleccionar la problemática se utilizara una herramienta muy útil y eficiente que nos ayudara a identificar las mejores ideas de negocio y o problemáticas más atrayentes , esta herramienta se guía por factores macroeconómicos del entorno , al cual los problemas que tengan un mayor resultado se seleccionaran para pasar por un segundo filtro del microentorno , que ya es algo más interno donde se plantearan diferentes factores a considerar y quien tenga mejor resultado será la problemática con la cuál trabajaremos .

En el cuadro se identificarán de la problemática número uno a la cinco, las cuales están detalladas en la definición de los clientes.

Tabla 1. Macrofiltro

MACROFILTRO / PREGUNTAS	Problema 1		Problema 2		Problema 3		Problema 4		Problema 5	
	Si	No								
La idea de negocio responde a alguna necesidad en el país de destino	x		x		x		x		X	
Existe un mercado para este producto en el país de destino	x		x		x		x		X	
Es posible elaborar un producto que solucione esta problemática en el país de destino	X		x		x		x		X	
Existen TLC y acceso de facilitación de comercio con estos Países	x		x		x		x		x	
El mercado al cuál vas dirigido es un mercado en crecimiento	x		x		x			x		x
Existen restricciones para el ingreso de la mercancía	x		x		x		X		x	
Total	6	0	6	0	6		5	1	5	1

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla 2. Microfiltro

MICROFILTRO / PREGUNTAS	Problema 1		Problema 2		Problema 3	
	Si	No	Si	No	Si	No
Disponibilidad de materia prima	x		x			x
Se cuenta con herramientas y equipos para llevar a cabo el proyecto	x		x			x
Disponibilidad de mano de obra calificada		x	x			x
El proyecto podría obtener financiamiento accesible		x	x			x
Se cuenta con el conocimiento y Tecnología necesaria para elaborar este proyecto		x	x			x
El emprendedor tiene las habilidades para gestionar el proyecto	x		x		x	
Total	3	3	6	0	1	5

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Método del embudo:

Esta técnica fue creada por Hugh Macfarlane y su objetivo principal es poder plantear la problemática desde lo general a lo específico.

1. Problema a investigar

Tasa de mortalidad del 37% de enfermedades Cardiovasculares.

2. Espacio / Tiempo/ Concepto

Exportación de Cascarilla de Cacao para el año 2023, dirigidos hacia el mercado de Alemania.

3. Mencione los problemas abordados y no abordados

- ✓ Muerte de alemanes a causa de esta enfermedad
- ✓ Problemas de Colesterol
- ✓ Falta de productos naturales que ayuden a regular esta enfermedad.
- ✓ Productos que no cumplen con las exigencias y necesidades del consumidor.
- ✓ Altos precios y pocos resultados de productos.

4. Referencias de algunos estudios sobre el tema

Según (Banco Mundial, 2019) afirma que las enfermedades cardiovasculares siguen siendo una de las mayores causas de muerte en el país de Alemania y esto genera preocupación ante la población debido al alto índice de personas que la padecen.

Según revista alemana (Amgen, 2018) afirma que una de 4 muertes es causada por un ataque al corazón, problemas de Colesterol alto o derrame cerebral y el 15% de todos los pacientes hospitalizados en Alemania son tratados de esta enfermedad.

5. Objetivos y utilidad de la investigación

- ✓ Buscar un producto que ayude mejorar problemas cardiovasculares y por ende disminuir la tasa de mortalidad.
- ✓ Brindar calidad en producto y presentación, para que este tenga demanda.
- ✓ Posicionar el producto en Alemania.

✓ Ver la acogida que tendrá el producto y de acuerdo con eso expandirnos en otros países.

Decidimos trabajar con esta problemática ya que no solo en Alemania si no en muchos países hay causa común de muerte debido a enfermedades cardiovasculares por lo cual se busca la creación de un producto innovador que ayude a regular esta enfermedad, centrando cómo primer punto de posicionamiento del producto en Alemania.

6. Formulación del problema central con una pregunta

¿Cómo podríamos reducir la tasa de mortalidad y ayudar a regular enfermedades cardiovasculares en el consumidor alemán?

1.2 Validación del problema

Hipótesis Problema 1.

Existe una tasa de mortalidad del 37% de enfermedades Cardiovasculares en Alemania.

Según (Salud O. M., RIESGO DE MORTALIDAD PREMATURA DEBIDO A ENT, 2018) Alemania teniendo una población de 83.240.525 se calcula la mortalidad prematura debido a ENT (enfermedades no transmisibles) en el país.

Tabla 3. Tasa de mortalidad

Mortalidad Proporcional	100 %
E. Cardiovasculares	37%
Canceres	26%
Otras ENT	19%
E. Respiratorias crónicas	6%
Afecciones transmisibles, maternas, perinatales y nutricionales.	5%
Lesiones	4%
Diabetes	3%

Fuente: (Salud O. M., RIESGO DE MORTALIDAD PREMATURA DEBIDO A ENT, 2018)

Hipótesis cliente 1

Hay un alto consumo de bebidas calientes en Alemania

Según Fuente confiable (Statista, Estadística de Consumo de bebidas Calientes, 2021) estudio de “ Alemania “, se pudo encontrar resultados de encuestas al consumidor y estudios sectoriales que muestran que el mercado de bebidas calientes involucra principalmente la , venta , consumo de café , té,(infusiones) y chocolate caliente.

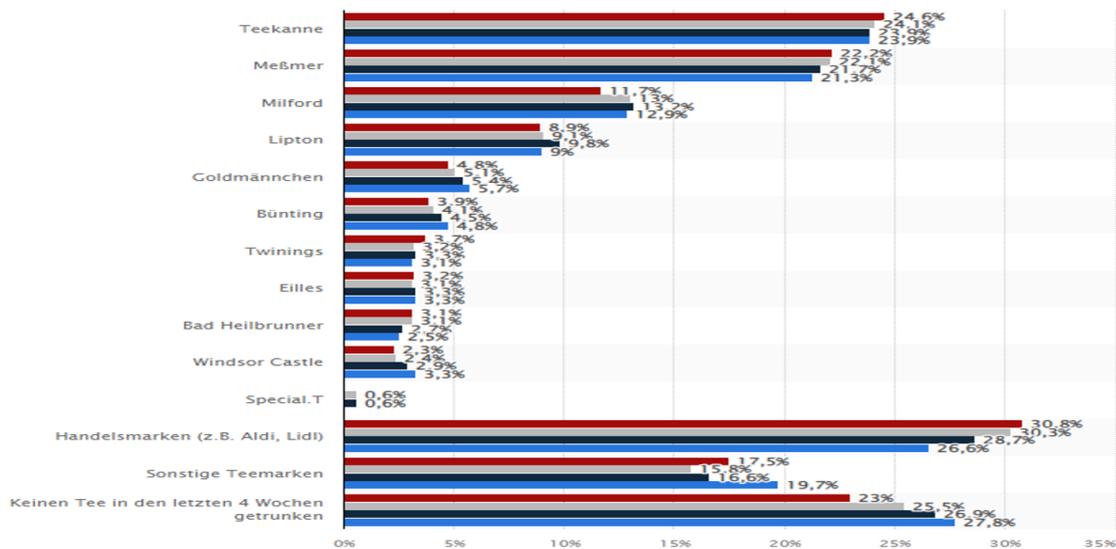
Esta fuente nos informa que el consumo per cápita de bebidas calientes a perdurado en Alemania en estos últimos tiempos, se dice que el alemán consume aproximadamente un promedio de 166 litros de café en grano, 54 litros de te ya sea de hierbas o de frutas y más de 36 litros de té negro. Se estima que un total en el segmento de bebidas caliente en Alemania fue de 20 millones de euros de los cuales ha habido una ligera alza en los últimos años.

Una de las razones de el alto consumo de bebidas calientes de té y café en Alemania es debido a su clima frio, debido a que este país tiene temperaturas bajas ellos buscan mantener su temperatura normal del cuerpo.

Según fuente (Statista, Marcas de infusiones más populares, 2020) alrededor del 24,6 % de la población de habla alemana de 14 años o más había bebido té de la marca Teekanne, alrededor del 22,2 por ciento de los encuestados afirmaron que consumían té de la marca Messmer.

A continuación, se dan a conocer las marcas más populares y consumidas en el mercado alemán:

Figura 1. Marcas de infusiones en Alemania



Fuente: (Statista, Marcas de infusiones más populares, 2020)

1.3 Descripción de cliente

La Situación actual que se está viviendo debido al Covid-19 influye mucho en el comportamiento de hábito alimenticio del consumidor alemán ya que ahora en la actualidad buscan y tienen preferencias por los productos orgánicos, veganos que ayuden a contribuir a la salud y que no tengan tantos componentes químicos, con el objetivo de brindarles a sus familias una vida mucho más sana y saludable ya que el COVID -19 de una forma indirecta ha enseñado a nivel mundial que el ser humano debe cuidar de su salud aumentando el consumo de productos saludables.

Es por ello que el consumidor alemán es ahora mucho más responsable con temas de su salud y hábitos de compra, optando por productos naturales y orgánicos, tomando la iniciativa de tener de una buena alimentación con productos que estén alineados de acuerdo a su necesidad y lo que requieran para sentirse bien con el producto que compran.

Alemania es un país que protege, cuida y contribuye a la preservación del medio ambiente, por lo tanto, siempre busca productos que este alineados a esta tendencia, que sean producidos y o elaborados bajo los mejores cuidados y que al momento de su producción no dañen el medio ambiente.

Tendencia del consumidor

Vida Saludable

Según (Adex, Oportunidades en Alemania)

- ✓ Un 61% tiene una vida sana y realizan deporte de manera semanal.
- ✓ Un 45% consume productos y suplementos alimenticios
- ✓ Un 48% de la población consume hierbas para eliminar el estrés

Vida Ética

- ✓ Un 67% trata de reducir el consumo del plástico, para la preservación del medio ambiente.
- ✓ Un 57% le gusta reciclar
- ✓ Un 53% opta por reparar un objeto en vez de reemplazarlo.

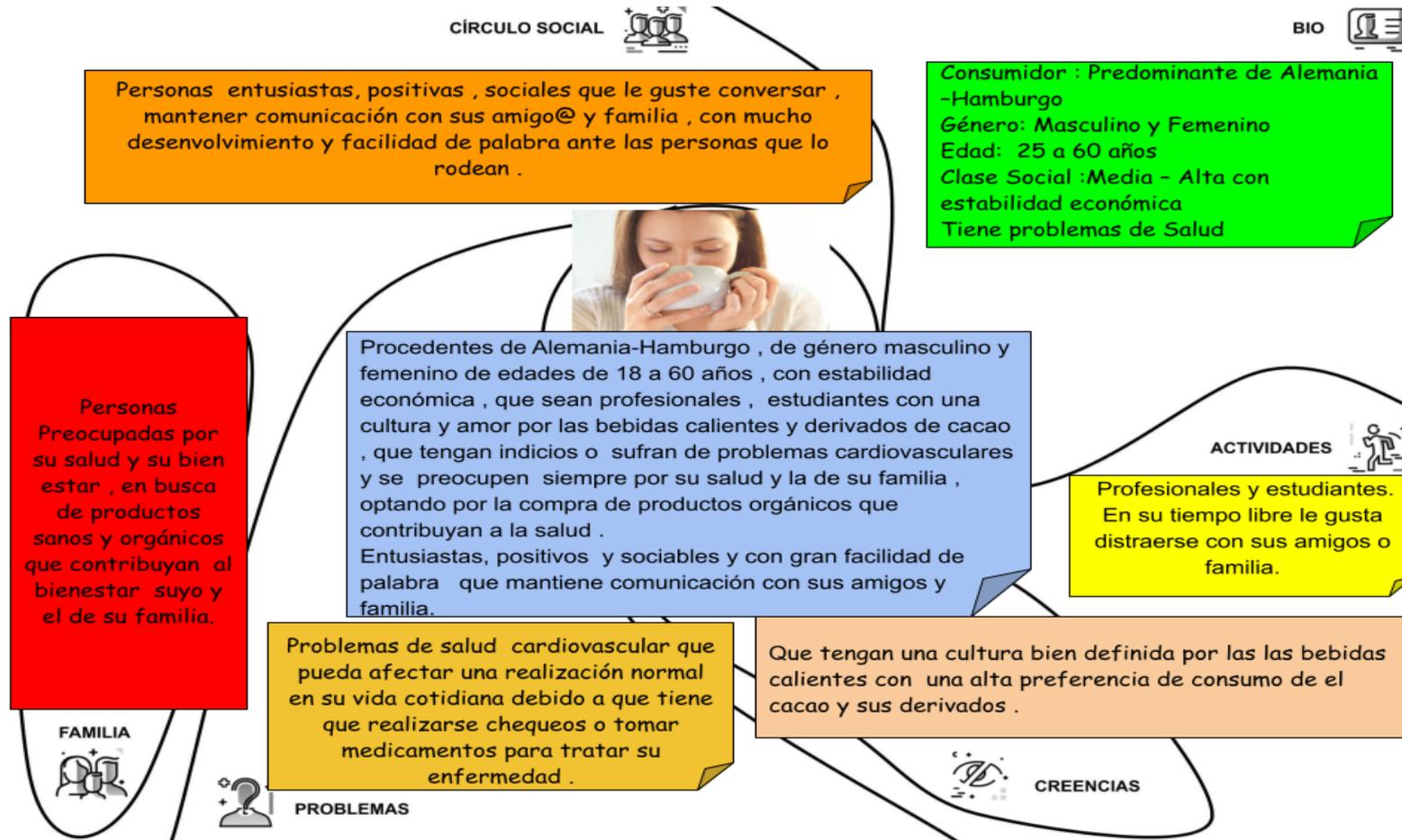
Premium

- ✓ Alemania en la actualidad pide productos de calidad y con valor agregado.
- ✓ Un 55% le gusta consumir productos innovadores y nuevos.
- ✓ Un 45% busca el consumo de más productos que aún no haya probado.

“ Tratar de venderle a todo el mundo es no venderle a nadie” ya que el mercado es muy amplio , no podemos estar dirigidos a todos los tipos de clientes que cuentan con características , conductas , creencias diferentes , lo ideal es agrupar a las personas con dichas características y

similitudes iguales , es por ello que en este punto se decidió hacer un Buyer con la finalidad de tener plasmado una representación del consumidor a quien va a ir dirigido nuestro producto considerando datos cómo circulo social , actividades , familia , creencia , problemas , datos demográficos sacando al final nuestro tipo de consumidor ideal .

Figura 2. Descripción del Cliente



Fuente: Elaboración Propia

Cómo conclusión el Buyer es una herramienta eficiente para la recaudación de datos y la representación gráfica del consumidor ideal , en los cuales según datos obtenidos nuestro consumidor serian procedentes de Alemania-Hamburgo , de género masculino y femenino de edades de 25 a 60 años , con estabilidad económica , que sean profesionales, estudiantes ,con una cultura bien definida de amor por las bebidas calientes y derivados de cacao , que tengan indicios o sufran de problemas cardiovasculares , se preocupen siempre por su salud y la de su familia optando por la compra de productos saludables y orgánicos que contribuyan a la salud .

Que cuenten con cualidades de ser personas entusiastas, positivas, sociables, con gran facilidad de palabra y que siempre mantienen comunicación con sus amigos y familia.

Capítulo 2

Diseño del producto o servicio innovador

2.1 Aplicación de la metodología Design Thinking

Según revista científica (SciELO, Design Thinking, 2020) el design thinking, como metodología, trata de centrar la mayor atención en el usuario, es un proceso de gestión en donde influye mucho la creatividad para la innovación dentro de las cinco etapas.

Cuando se adapta la metodología en el proceso se transforma la «práctica tradicional» de la obtención de nuevas ideas hacia un nuevo pensamiento basado en entender de manera más compleja las necesidades del usuario.

Esta metodología nos ayuda a poder analizar y aprender a empatizar con el cliente y eso nos hace preguntarnos «¿Qué busca el usuario?», «¿Cuáles son sus preferencias?», «¿Qué es lo que espera el usuario del producto que va a consumir?», «¿Cuál es su principal necesidad? y de acuerdo a ello poder generar una lluvia de ideas con las posibles soluciones al problema, realizar una etapa de prueba y ver si el producto cumple con las exigencias del consumidor y si realmente podría llegar a cubrir sus necesidades».

Empatía:

¿Detecte el problema que quiere solucionar con su producto?

Para este punto se tendrá que indagar, conocer un poco más al usuario es por ello que se realizó un cuestionario a 5 alemanes mostrado en el anexo número 2, que consta de 7 preguntas básicas para poder elaborar el mapa de empatía, se busca

poder conectar con ellos y saber que sienten , ven, oyen, dicen , hacen , esfuerzos , resultados y saber qué es lo que buscan , se consideró esto importante para poder generar un producto que este alineado a las necesidades del cliente.

Figura 3. Mapa de Empatía



Fuente: Elaboración Propia

Después de haber realizado el cuestionario y ver las respuestas se logró apreciar que efectivamente las enfermedades cardiovasculares son una de las causas más común de muerte en Alemania y a pesar de ello se recaudó información que se pudo plasmar dentro del mapa de empatía en donde se pudo lograr empatizar, entender cómo el usuario se siente al no tener productos que sean más saludables y sin tanto componente químico que perjudican su salud y la de su familia.

Definición

Se busca un producto que brinde propiedades beneficiosas para el mejor funcionamiento del organismo, regulación de enfermedades cardiovasculares, que sea un producto rico, agradable, innovador y a la vez que contribuya a la preservación del medio ambiente.

Dentro del proceso de investigación se ha podido evidenciar que Alemania tiene una alta tendencia del consumo de cacao y sus derivados, pero muchas empresas agroexportadoras de cacao desechan las cascara que tienen múltiples beneficios para la salud, dicha cascara contiene propiedades tanto terapéuticas y medicinales, ácidos oleicos y linoleico, vitaminas, pectinas y un grado alto de magnesio.

Según (Salud I. N., 2020) dice que la falta de magnesio puede llegar a causar la patología fisiológica de muchos desordenes cardiovasculares, dentro de ellos se encuentran la hipertensión las cardiopatías isquémicas, las arritmias cardíacas y el riesgo de muerte súbita.

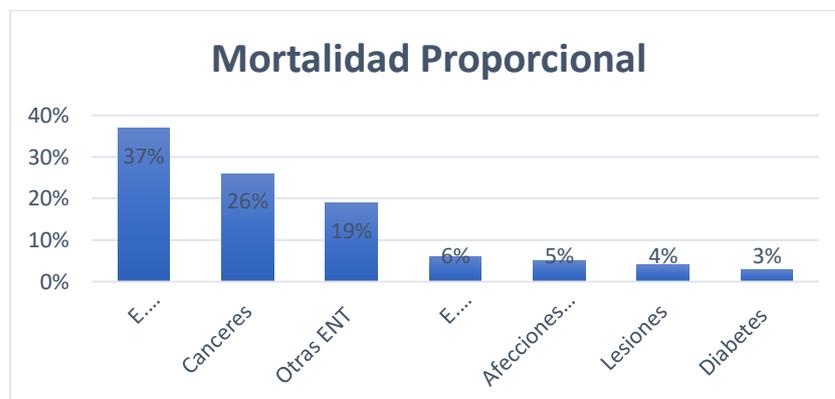
Estudios científicos del magnesio dicen cómo este puede influir dentro de la salud del ser humano, según el instituto nacional de la salud concluyen los siguientes resultados.

Según (salud, 2020) la presión arterial alta es un gran riesgo dentro de las enfermedades cardíacas y derrame cerebral, se evidencia que el magnesio ayuda al control de la presión arterial y algunas investigaciones dicen las personas que los consumen tienen un menor riesgo y equilibran las enfermedades cardíacas.

Al contener la cascarilla de cacao un gran porcentaje de magnesio dentro de sus componentes y al ver la alta tendencia del consumo de cacao y bebidas calientes en dicho país se afirma que este producto puede ayudar a las personas con enfermedades cardiovasculares, consumiendo un producto que es muy rico en infusiones y tiene sabor a chocolate cumpliendo y satisfaciendo la necesidad del consumidor alemán.

Realizando un análisis debido a cuál es la causa más común de muerte en Alemania se detectó que el mayor número de muertes se lo lleva las enfermedades cardiovasculares buscando así poderle brindar a este mercado un producto que ayude a un mejor funcionamiento de su Organismo que sea orgánicos y a la vez sea saludable y que uso sea de manera frecuente.

Tabla 4. E.N.T en Alemania 1



Fuente: (Salud O. M., ENT Perfiles de países, 2018)

¿Cuáles serían los beneficios para el consumidor alemán?

Debido a las condiciones climatológicas de este país el consumo de bebidas calientes es masivo, siendo también el café una de las bebidas más consumida, el consumo excesivo del café resulta perjudicial para enfermedades del corazón es por ello que poniéndonos a empatizar con nuestros clientes les brindaremos una bebida caliente (Infusión de cacao) que a pesar de que tiene múltiples beneficios te ayuda también a regular enfermedades cardiovasculares.

Es por lo que se define que el consumidor busca un producto sano, orgánico y natural que brinde beneficios a la salud y la de su familia cómo también que contribuya al mejoramiento de diversas enfermedades cómo lo son las enfermedades cardiovasculares que es la enfermedad más sufrida en el país de Alemania.

Ideación

La fase de la ideación es la etapa tres dentro del proceso de Design Thinking, esta fase tiene como objetivo empezar a crear soluciones para los problemas concretos encontrados, la idea de esta etapa es encontrar las mejores soluciones para nuestro consumidor alemán pero también explotando el potencial de innovación dentro de las soluciones .

Hemos considerados varias formas de la presentación del producto, ya que buscamos que el consumo sea de forma habitual para que pueda ayudar a regular diversas enfermedades, es por ello que se debe generar un producto innovador y que este a la mano de lo que el consumidor busque.

Lluvia de ideas (Creación de múltiples ideas de solución al problema)

Idea numero 1:

Sobres de Filtrante de cascarilla de cacao en una cajade 100 gr que contenga 30 sobres

Idea numero 2

Empaque de 100 gr de Cascarilla de Cacao que contenga el producto.

Idea numero 3

Cascarilla Molida en potes de 100 gramos

Idea numero 4

Bebida derivado de la cascarilla saludable en presentación en lata personal

Al elaborar la lluvia de ideas se decidió que la mejor forma de trabajar es con la idea numero dos (empaque de 100 gramos de cascarilla), se decidió trabajar en esta presentación ya que viendo una tienda online Alemana (REWE, s.f.) se apreció que ya hay mucha competencia y producto en presentación en cajas de sobres filtrantes , bebidas y productos molidos , pero muy pocos en presentación entera cómo cascarilla normal , porque lo que cree que cómo estrategia comercial se puede llegar a captar más atención con su presentación normal , causando intriga y curiosidad al consumidor sobre el producto .

Prototipado

El prototipo dentro de la etapa del design thinking es una técnica que nos ayudara a estructurar de manera visual, cual es nuestro producto para así poder entender y observar cómo se verá o funcionara con un bajo costo y en poco tiempo.

Recopilando todas las ideas, de la etapa de empatía, definición he ideación a continuación se realiza el prototipo de cómo será el producto, la descripción del

mismo para así poder desarrollar cómo será su presentación , características físicas, empaque ,diseño , etc.

Figura 4. Prototipo

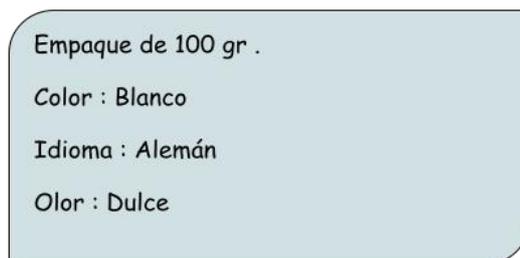


Nombre del Producto : Boun Cacao

Descripción del Producto: Cascarilla de Cacao que a través del hervido de la cascarilla con agua se obtiene una infusión con sabor a chocolate que cuenta con múltiples beneficios para la Salud

Lugar de obtención: Las Lomas

Presentación y características



Fuente : Elaboración Propia

Pruebas

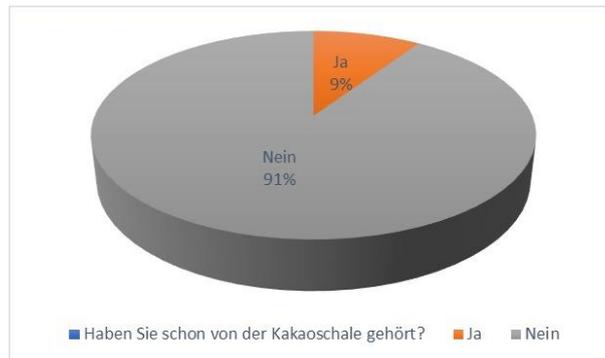
Esta etapa nos permitirá mediante encuestas poder hacer que el Consumidor alemán opine sobre nuestro proyecto y nos brinde el conocimiento que necesitamos para poder saber y tener en cuenta cómo es que tenemos que elaborar el producto , se realizaron un total de 32 encuestas mostradas en el anexo número 3 , con la ayuda de la página Survio en las cuales se les pregunto lo siguiente :

Encuestas:

1. ¿Has escuchado hablar sobre la cascarilla de cacao?

Haben Sie schon von der Kakaoschale gehört?	
Ja (Si)	3
Nein (No)	29

Figura 5. Encuesta



Fuente: Elaboración propia

En la encuesta numero uno se observa que el 9% del total de encuestados alemanes afirmo que tenían conocimiento sobre la cascarilla de cacao, pero el 91% desconocían sobre este.

2. ¿Sabías que la cascarilla de cacao tiene múltiples beneficios para la salud?

2. Wussten Sie, dass die Kakaoschale mehrere gesundheitliche Vorteile hat?	
Nein (No)	17
es ist etwas neues (es algo nuevo)	2
Er wusste nicht (No sabía)	2
Ich hatte keine Kenntnisse (No tenia conocimiento)	1
Nein, habe ich nicht gehört von Kakaoschale vorteile (No, no he oído hablar de los beneficios de la cáscara de cacao.)	1
Ich wusste es nicht (No lo sabía)	1
ich wusste es (Lo sabía)	1

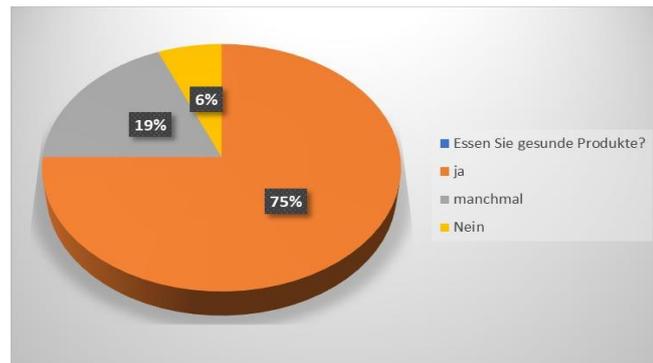
ich wurde nicht darüber informiert (no me informaron de esto)	1
Ich kannte diese Informationen nicht (No sabía esta información)	1
Ich hatte keine Ahnung (No tenia idea)	1
Ich hatte etwas davon gehört, es gibt Geschäfte in Italien, die Schönheitsprodukte verkaufen, die aus dem Pulver der Kakaoschale hergestellt werden (Había oído hablar de eso, hay tiendas en Italia que venden productos de belleza hechos con el polvo de la cáscara de cacao.)	1
Ich habe einige Kenntnisse, aber wenn ich ein bisschen mehr wissen möchte (Tengo algunos conocimientos, pero si quiero saber un poco más)	1
Ich habe etwas gehört (Algo he oído)	1
davon weiß ich nicht viel (No se mucho de eso)	1

En la encuesta numero dos la mayoría de personas dijeron que desconocían sobre los diferentes beneficios que la cascarilla de cacao tiene para la salud y el organismo.

3. ¿Consumes productos saludables?

Essen Sie gesunde Produkte?	
ja (Si)	24
manchmal (A veces)	6
Nein (No)	2

Figura 6. Encuesta



Fuente: Elaboración propia

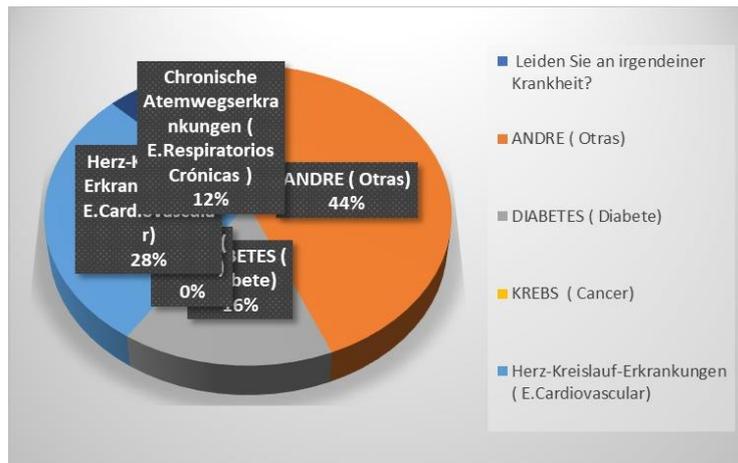
En la encuesta numero tres el 75% de personas alemanas afirmo el consumo de productos saludables en su vida diaria.

4. ¿Sufres de algún tipo de enfermedad?

- ✓ Enfermedades Respiratorias Crónicas
- ✓ Cáncer
- ✓ Enfermedades Cardiovasculares
- ✓ Diabetes
- ✓ Otras

Leiden Sie an irgendeiner Krankheit?	
Andere (Otras)	14
Diabetes (Diabetes)	5
Krebs (Cáncer)	0
Herz-Kreislauf-Erkrankungen (Cardiovascular)	9
Chronische Atemwegserkrankungen (E. Respiratorias Crónicas)	4

Figura 7. Encuesta



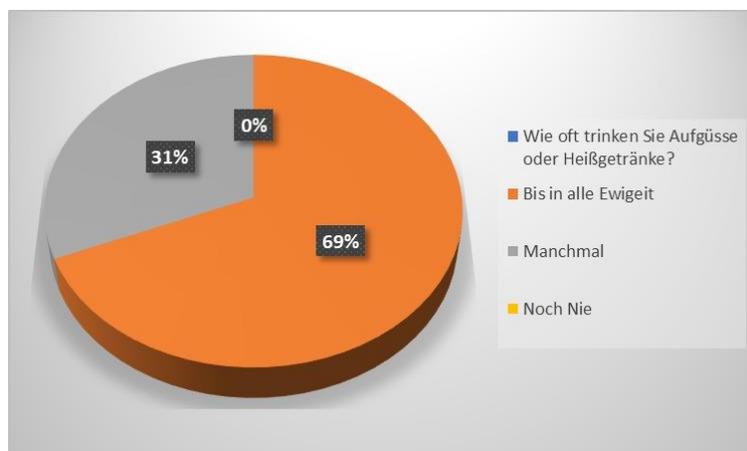
Fuente: Elaboración propia

En la encuesta numero cuatro el 28% de alemanes afirmaron que padecían de enfermedades Cardiovasculares, validando que si existe un problema de salud de esta enfermedad en ese país.

5. ¿Con que frecuencia tomas infusiones o bebidas calientes?

Wie oft trinken Sie Aufgüsse oder Heißgetränke?	
Bis in alle Ewigkeit (Siempre)	22
Manchmal (A veces)	10
Noch Nie (Nunca)	0

Figura 8. Encuesta



Fuente: Elaboración propia

En la encuesta numero cinco el 69% afirma el consumo de bebidas calientes y un 31% dice tomar de vez en cuándo afirmando así que la mayoría tienen consumo de bebidas calientes en ese país.

6. ¿Si te dijera que la cascarilla de cacao muchas empresas agroexportadoras no les dan uso y las botan generando contaminación ambiental cuándo se puede sacar un nuevo producto cómo una infusión de chocolate que opinarías?

<p>Wenn ich Ihnen sagen würde, dass viele Agro-Exportfirmen die Kakaoschale nicht verwenden und wegwerfen, was Umweltverschmutzung verursacht, wann kann ein neues Produkt wie ein Schokoladenaufguss hergestellt werden, was würden Sie denken?</p>	
<p>1. Wenn es biologisch ist und einen Beitrag zur Umwelt leistet, scheint es mir etwas wirklich unglaubliches zu sein</p> <p>Traducción. Si es orgánico y contribuye con el medio ambiente, me parece algo realmente increíble.</p>	1
<p>2. Dass es gut wäre, das Produkt herauszunehmen, um es zu testen</p> <p>Traducción. Que sería bueno sacar el producto para probarlo.</p>	1
<p>3. Dass es gut wäre, die Umweltbelastung zu reduzieren und gleichzeitig ein innovatives Produkt wie dieses zu produzieren</p> <p>Traducción. Que sería bueno reducir el impacto ambiental mientras se produce un producto innovador como este.</p>	1
<p>4. Dass ich es gerne versuchen würde</p> <p>Traducción. Que me gustaría probar</p>	1
<p>5. Dass wir es besser nutzen könnten</p> <p>Traducción. Que podríamos usarlo mejor</p>	1
<p>6. Denken Sie darüber nach, Kakaoschalen an Unternehmen zu verkaufen, die eine Art Transformation bewirken können</p> <p>Traducción.</p>	1

Piense en vender cáscaras de cacao a empresas que puedan crear algún tipo de transformación	
7.es ist etwas neues Traducción. Es algo nuevo	1
8.Es ist interessant, da ich Schokolade sehr mag Traducción. Es interesante porque me gusta mucho el chocolate.	1
9.Es wäre eine sehr gute Möglichkeit um die Kakaoshalen zu benutzen aber auch um ein neuer Produkt zu entdecken. Traducción. Sería una muy buena oportunidad para utilizar las cáscaras de cacao pero también para descubrir un nuevo producto.	1
10.es wäre ein toller Start und eine gesundheitliche Verbesserung Traducción. Sería un gran comienzo y una mejora de salud	1
11.es wäre reich und gesund Traducción. Sería rico y saludable	1
12.es wäre sehr gesund für die Leute Traducción. Sería muy saludable para la gente	1
13.Es wäre sehr reich und ich werde darauf achten, dass die Leute keine Produkte konsumieren, die nicht natürlich sind Traducción. Sería muy rico y me asegurare de que la gente no consuma productos que no sean naturales	1
14.es wäre schade es nicht zu benutzen Traducción. Sería una pena no usarlo	1
15. Es wäre schlecht, etwas wegzuwerfen, das einen besseren Nutzen haben könnte Traducción.	1

Sería malo tirar algo que podría tener un mejor uso	
16. Das es nicht gesund ist Traducción. Que no es saludable	1
17. es wird etwas sehr Gutes sein, das wir in unserem Land haben werden Traducción. Sera algo muy bueno que tendremos en nuestro pais	1
18. Etwas geniales Traducción. Algo impresionante	1
19. Ich denke das ist eine gute Idee Traducción. Creo que es una buena idea	1
20. Ich denke, ich sollte die Kakaoschale an andere Unternehmen weitergeben oder verkaufen, die sie für die Herstellung neuer Produkte wiederverwenden können. Traducción. Creo que debería regalar o vender la cáscara de cacao a otras empresas que pueda reutilizarla para hacer nuevos productos.	1
21. Ich glaube, ich würde gerne seinen Geschmack probieren Traducción. Creo que me gustaría probar su sabor.	X
22. Ich mag heiße Getränke und bin neugierig, dieses Produkt zu probieren Traducción. Me gustan las bebidas calientes y tengo curiosidad por probar este producto.	1
23. Ich mag Schokolade und ich weiß, dass sie aus Kakao kommt und finde es interessant, dass ich Schokoladenaufgüsse mache Traducción. Me gusta el chocolate y sé que viene del cacao y me parece interesante que haga infusiones de chocolate	1
24. ich würde gerne ausprobieren Traducción. Me gustaría intentarlo	1

<p>25. Sie sollten die Kakaoschalen verwenden, damit sie zum Wohle der Menschen umgewandelt werden, es könnte auch medizinisch sein, es könnten Pillen zur Heilung einer Atemwegserkrankung oder vielleicht für Diabetes sein</p> <p>Traducción. Debes usar las cáscaras de cacao para que se transformen en beneficio de las personas, también podría ser medicinal, podrían ser pastillas para curar una enfermedad respiratoria o tal vez diabetes</p>	1
<p>26.Super</p> <p>Traducción. Super gut</p>	1
<p>27. Es ist in Ordnung</p> <p>Traducción Que esta Bien</p>	1
<p>28. Unternehmen sollten alle Kakaofrüchte nutzen, die Schale könnte für andere Produkte von Vorteil sein</p> <p>Traducción. Las empresas deberían usar todas las cascaras de cacao, la cáscara podría ser beneficiosa para otros productos</p>	1
<p>29. Was ist interessant</p> <p>Traducción. Qué es interesante</p>	1
<p>30.Was ist unglaublich</p> <p>Traducción. Que es increíble</p>	1
<p>31.etwas extrem cooles, ich mag Aufgüsse und heiße Getränke</p> <p>Traducción. Algo sumamente cool, me gustan las infusiones y las bebidas calientes</p>	1
<p>32.Das es eine sehr gute Chance ist, um ein Nues Produkt zu machen</p> <p>Traducción. Es una muy buena oportunidad para hacer un producto</p>	1

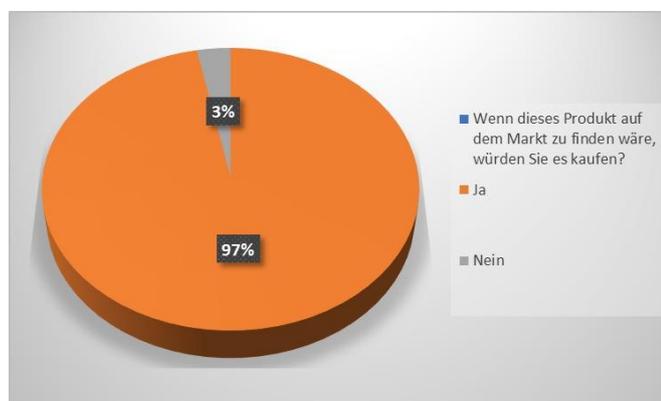
En la encuesta número seis las personas encuestados opinaron que sería muy innovador sacar un producto alimenticio de un desecho que no tiene uso específico y

si este genera rentabilidad y beneficios para la salud sería muy interesante y productivo.

7. Si este producto se encontrara en el mercado, ¿lo comprarías?

Wenn dieses Produkt auf dem Markt zu finden wäre, würden Sie es kaufen?	
Ja (Si)	31
Nein(No)	1

Figura 9. Encuesta



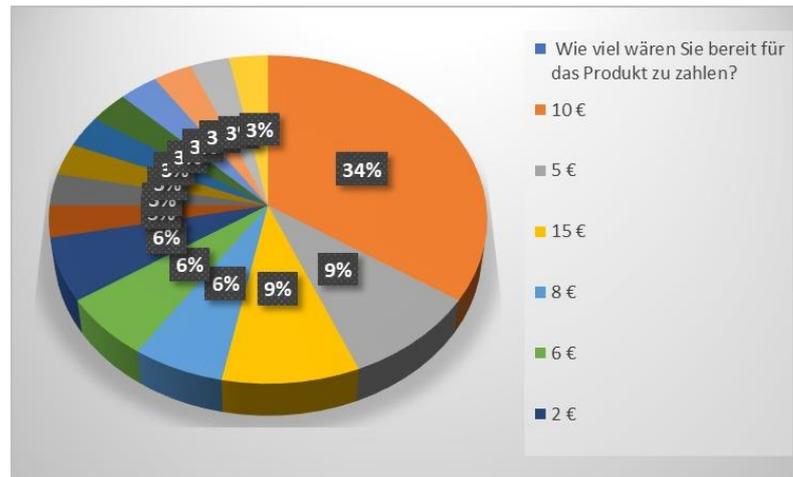
Fuente: Elaboración propia

En la encuesta numero siete el 97% de personas encuestadas dijo que si consumiría el producto si este se encontrara dentro del mercado alemán.

Wie viel wären Sie bereit für das Produkt zu zahlen?	
10 €	11
5 €	3
15 €	3
8 €	2
6 €	2
2 €	2
7 €	1
5 Euro maximal	1
4 €	1
€3-€5	1
€ 20	1
€ 15	1
zwischen 15 bis 20 euros	1
Nicht mehr als 5 euros	1
Es hängt davon ab, ob. muss ich erst mal ausprobieren	1

8. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto?

Figura 10. Encuesta

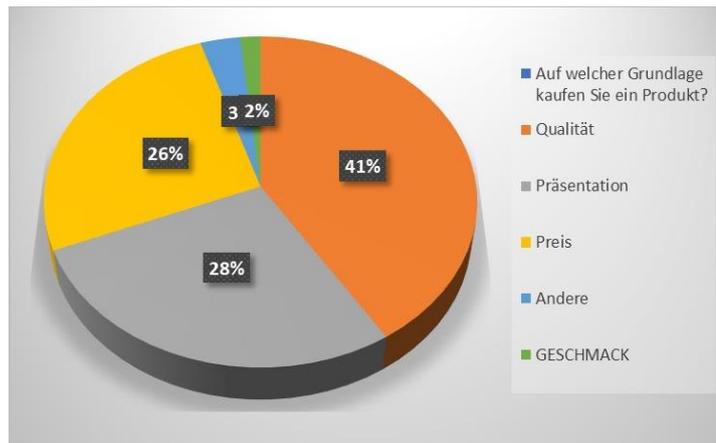


En la encuesta numero ocho el 34% de la personas encuestadas dijo que estaría dispuesta a pagar hasta 10 Euros por un buen producto con un buen sabor y aroma.

9. ¿En qué te basas para adquirir un producto?

Auf welcher Grundlage kaufen Sie ein Produkt?	
Qualität (Calidad)	25
Präsentation (Presentación)	17
Preis (Precio)	16
GESCHMACK (Sabor)	1
Andere (Otros)	2

Figura 11. Encuesta



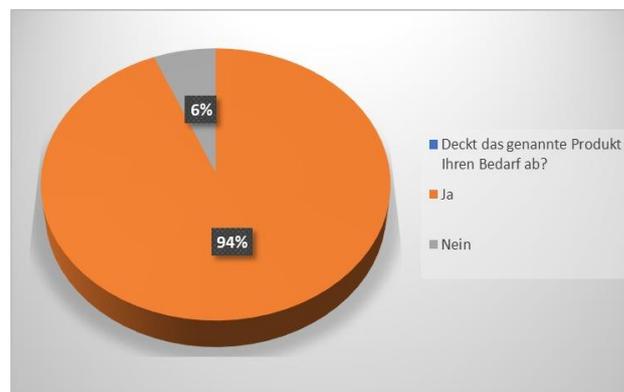
Fuente: Elaboración propia

En la encuesta numero nueve tenemos que tener en cuenta cuales son las preferencias del consumidor alemán con lo que respecta nuestro producto, el 41% dijo que la calidad era lo más importantes siguiendo con un 21% la presentación, 26% el precio, un 3% otros y por último el sabor con un 2%.

10. ¿El producto mencionado cubriría tus necesidades?

Deckt das genannte Produkt Ihren Bedarf ab?	
Ja (Si)	30
Nein (No)	2

Figura 12. Encuesta



Fuente: Elaboración propia

En la encuesta número diez el 90% de las personas encuestadas dijo que si compraría el producto y un 6% que no.

Conclusión de Encuestas

Según información recolectada mediante la página de encuestas survio se ve ahora que tanta aceptación puede llegar a tener nuestro producto en Alemania, se analizó mejor al consumidor alemán, sus preferencias y opiniones para así poder perfeccionar el producto, cumplir con sus exigencias para poder brindar calidad y halla una mayor aceptación del producto en el País de destino .

Aplicación de la técnica de los 6 sombreros.

Para la toma de decisiones dentro de un proyecto o negocio contamos siempre con opiniones diferentes, es por ello que se buscó una metodología que nos ayude a poder agrupar todo y tomar la mejor decisión.

Según la fuente (Redalyc, Seis sombreros para pensar, 2008) es una técnica creada por Edward Bono y se utiliza para la toma de decisiones de una manera grupal pero utilizando diferentes perspectivas a través de la técnica de 6 sombreros, blanco, rojo ,negro ,amarillo, verde y azul.



Figura 13. Sombrero Blanco



Figura 14. Sombrero Rojo



Figura 15. Sombrero Negro

Neutralidad y Hechos :

- En Alemania la enfermedad más común sufrida con un 37% de tasa de mortalidad son las enfermedades Cardiovasculares.

Emociones / Intuición

- Tengo la intuición de que este proyecto puede generar rentabilidad dentro de una empresa, y me apasiona saber que podríamos tener una alta acogida para después expandirnos en otros mercados de la Unión Europea.

Críticas y Riesgos

- Hay mucha competencia en el sector de bebidas calientes dentro del mercado.
- Necesitaríamos un grado alto de inversión.
- El consumidor alemán es muy exigente con sus estándares de calidad.
- Los certificados orgánicos son caros.



Figura 16. Sombrero Amarillo



Figura 17. Sombrero Verde



Figura 18. Sombrero Azul

Optimismo / Oportunidades de Crecimiento

- Podríamos optimizar procesos para disminuir costos.
- El producto es innovador y el Cliente Alemán ama el chocolate y sus derivados.
- Sera un nuevo reto que rendirá frutos más adelante si le ponemos el esfuerzo necesario.
- Es un mercado amplio.
- Podemos buscar distribuidores para hacer conocido más rápido el producto.

Creatividad / Más Ideas

- Alemania tiene un clima frio (Cascarilla de Cacao cómo opción de infusión que tenga propiedades saludables para el organismo.)
- Alemania tiene una alta tendencia al consumo del chocolate (saquemos un chocolate saludable sin azúcar).
- Alemania consume cacao, bebida derivado de la cascarilla saludable en presentación en lata personal.

Control / Resultados

Si sabemos que Hay esta problemática común de enfermedad cardiovascular en Alemania debemos buscar un producto que no sea costoso de sacar al mercado, que pueda llegar a tener acogida, hacerlo conocido a través de un canal de distribución indirecto.

La obtención de infusión con sabor a chocolate que ayude al consumidor Alemán a regular enfermedades, debido a su alto valor nutricional.

2.2 Características del producto o servicio innovador validado

Una buena utilización de los residuos agroindustriales contribuye en la conservación de una mejor calidad en el medio ambiente, al considerar un mejor uso y transformación sustentable de los recursos naturales.

De acuerdo con la dirección regional Agraria Piura (Normando Salvador, 2012) el cacao es considerado como producto agrícola el cuál es muy valorado debido a que del sale el chocolate y por qué también genera nuevos subproductos con grandes valores nutritivos.

Se sabe que Perú (Piura) cuenta con tierras y condiciones favorables para la producción de cacao, dentro de ellos se ha identificado un cacao que es llamado blanco que actualmente es un orgullo nacional, debido a alta demanda dentro de los mercados internacionales.

El cacao blanco (criollo) , tiene un alto potencial y con características únicas en lo que sabor y aroma los agricultores consideran una prioridad tener una buena identificación de las mejores plantas madre de cacao.

Proceso de Obtención de la materia prima:

Para realizar el diagrama de flujo para la obtención de la cascarilla se tuvo que ir a la plantación del cacao y al local ubicados en las Lomas ciudad de Piura mostrada en el anexo número 4, en donde el agricultor y socio estratégico nos explicó que el proceso era el siguiente:

1. Proceso de Cosecha:

El primer paso es el proceso de la germinación en donde tres semillas de cacao se ponen junto con tierra especial en bolsas, después de ello se espera aproximadamente tres meses para que empiece a florecer y se trasplante en viveros para su cosecha.

2. Etapa de Crecimiento del árbol de Cacao:

La etapa de crecimiento y maduración es aproximadamente dos años.

3. Poda de la planta:

Siempre se tiene que estar realizando la poda de la planta que se hace para mantener la forma del árbol del cacao, esta poda permite que entre el sol, aire y halla un desarrollo eficiente de las ramas, el objetivo también es evitar los insectos o las plagas en el árbol.

4. Productos para evitar la plaga del árbol de Cacao

Para evitar la plaga de Moniliasis se le hecha Caldo Sulfocalcico a la planta que es la cal con azufre y para la plaga de la Phytophthora se le hecha cardo bordelés (azufre con sulfato de cobra) a la raíz y al tallo , debido a que esta enfermedad va directamente al tronco y al fruto

5. Etapa de crecimiento de las mazorcas:

La etapa de crecimiento de la mazorca es aproximadamente 5 meses para que esta llegue a su punto de maduración.

6. Cortado de la mazorca:

Después del crecimiento de la mazorca se cortan y escogen las más grandes, ya que las de mayor tamaño tienen semillas con más contenido de chocolate adentro.

7. Proceso de fermentación:

El proceso de fermentación es de cinco días aproximadamente.

8. Proceso de tostado:

Una vez las semillas hayan sido fermentadas, estas pasan a el proceso de secado en bandejas grandes y ahí están por 5 días más.

9. Proceso de selección:

En este proceso junto a una herramienta se escogen las mejores semillas de cacao.

10. Proceso de Tostado:

Las semillas pasan a la tostadora con la finalidad de poder volver a la cascara menos dura para el proceso del descascarillado.

11. . Proceso de Descascarillado

El proceso se puede hacer de forma manual o artesanal, para la forma manual se usa la maquina descascarilladora para obtener el producto.

Figura 19. Proceso de Obtención de la Cascarilla de Cacao

Proceso de producción del producto



Fuente: Elaboración Propia

Descripción del Producto

En la obtención del chocolate del fruto del cacao se desaprovecha materias que pueden tener un buen uso para la generación de productos innovadores; entre ellas se encuentran el mucílago y la cascarilla de cacao.

Las cascarillas son desperdiciadas durante el tostado del cacao y este residuo agroindustrial contiene un gran valor nutricional para ser aprovechado en obtención de un nuevo producto con valor comercial generando rentabilidad dentro de las empresas.

Según (cacao, 2019) estas materias contienen grandes proteínas, pectinas, antioxidantes, vitaminas, ácidos oleicos, es abundante en magnesio cómo también contiene componentes de fibra alimentaria entre otros compuestos que le dan un valor agregado más alto producto, los cuales generan beneficios dentro de la salud humana.

Beneficios:

- ✓ Previene y ayuda en enfermedades cardiacas
- ✓ Mitiga el síndrome Premenstrual
- ✓ Antioxidante
- ✓ Antiinflamatorio
- ✓ Reduce el Estrés
- ✓ Produce Sensación de bien estar

Es de vital importancia resaltar que los residuos agroindustriales cómo lo es la cascarilla de orden alimenticio debe estar apta para el consumo y protegiendo la salud humana y el organismo.

El 12 % son semillas de cacao, lo que resta si no se aprovecha genera problemas ambientales porque al descomponerse emiten olores fétidos , la mayor cantidad de desechos se relaciona con la cáscara los cuales tambien son agentes causantes de plagas en las plantas .

Se llego a la conclusión que debido al alto porcentaje de beneficios que contiene esta cascarilla podría ser una buena opción de consumo cómo un producto que sustituya al café que les hace mal a las personas que tienen enfermedades cardiovasculares .

Modo de preparación:

- ✓ Hervir el agua por 5 minutos
- ✓ Agregar un puñado de cascaras de cacao
- ✓ Dejar reposar 5 minutos
- ✓ Colar para obtener la infusión en una tasa
- ✓ Agregar Azúcar al gusto
- ✓ Consumir

Figura 20. Método de Preparación

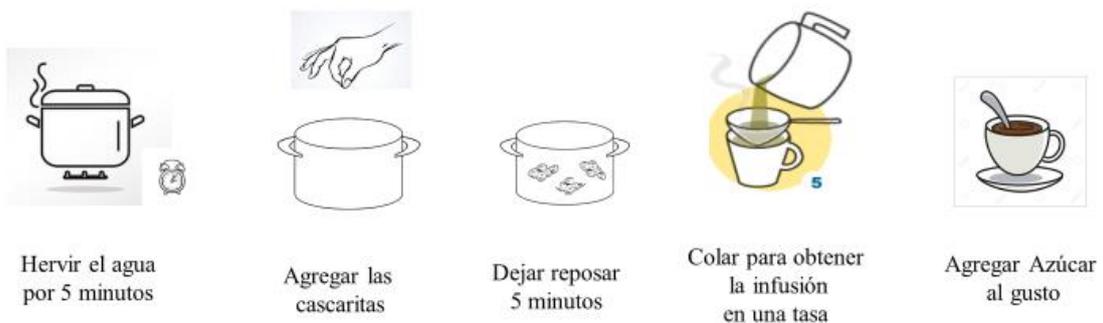


Tabla 5. Ficha Técnica

Ficha Técnica	
Nombre Del producto	Boun Cacao
Nombre Científico	Theobroma Cacao
Nombre Común	Cacao Criollo
Origen	Las Loma
Partida Arancelaria	1802000000 (Cascara Peliculas y demás desechos del cacao)
Características	Contiene 40 Semillas por frutos
Valor Nutricional	Antioxidantes, proteínas , pectinas , fibra dietetica, Magnesio
Producto	Cascarilla de Cacao



Fuente: (Mincetur, Ficha técnica del Cacao Criollo)

En el siguiente cuadro se aprecia el valor nutricional de la cascarilla de cacao:

Tabla 6. Valor nutricional

Valores	x100 g
Energia	172 KJ
Grasa Total	8.5
Grasas Saturadas	5.2
Grasas Trans.	0.0 g
Colesterol	0.0 g
Magnesio	192.2 mg
Carbohidratos	68.8 g
Azucares	0.3 g
Fibra dietetica	60.5 g
Proteína	15.0 g

Empaque

Actualmente el consumidor apoya cada día más los envases y empaques que contribuyan al medio ambiente generando que las empresas puedan estar alineadas a estas nuevas tendencias.

Hoy en día el consumidor es más consciente del gran maltrato y deterioro que tiene el planeta, es por ello que algunas marcas ya reconocidas están empezando a elaborar empaques y envases que no afecten negativamente al medio ambiente.

Boun Cacao siendo siempre amigable y realizando buenas prácticas para la contribución del mejoramiento del medio ambiente tendrá empaques flexibles reciclables.

Ahora el empaque no solo cumple con la función de proteger el producto y su vida útil, si no también es importante una buena imagen del producto para atraer la vista del consumidor debido a esto es que trabajaremos con la mejor calidad de empaques reciclables y un diseño innovador para el producto.

Nuestro proveedor de empaques reciclables será la empresa Alico, dichas bolsas están elaboradas con polietileno y sin metalización (sin aluminio) el cual a pesar de ello garantiza tener propiedades organolépticas para la conservación del buen aroma, sabor y calidad del producto, de igual forma para la preservación del producto el empaque contiene altos niveles de humedad y oxígeno.

Es un empaque innovador alineado a la economía circular que beneficia y contribuye con el proceso de reciclaje sin comprometer tanto el empaque ni dañar el producto.

El empaque será 19 de largo x 14 de ancho x 8 de alto el cual contendrá 100 gramos del producto.

Según (PromPerú , s.f.) indica que el empaque debe estar limpio y ser de calidad , para que no dañe el producto, cómo también indican que para el embalaje permiten el uso de materiales cómo sello o papel para algún tipo de especificación en el embalaje , siempre y cuándo estén impresos o etiquetados con productos no tóxicos.

Figura 21. Empaque reciclable



Etiquetado

Según (PromPerú , s.f.) el etiquetado del producto debe contener la identificación comercial , tamaño, clase, el peso neto del producto, unidades, nombre , dirección ,lugar/país de origen.

El etiquetado de productos que se van a exportar a Alemania debe estar en idioma alemán cómo también en otro idioma siempre y cuándo pueda ser comprendido por los consumidores alemanes o las etiquetas en varios idiomas.

Reglamentación para el ingreso del producto:

Según la fuente (Mincetur, 2013) Alemania al ser uno de los 28 países perteneciente a la Unión Europea se debe cumplir con los requisitos alimentarios generales y las leyes fijadas por la UE.

Los exportadores de productos orgánicos deben solicitar una autorización especial para ingreso de sus productos.

En el caso de que los alimentos estén producidos y controlados con los estándares comparable a los definidos por la Unión Europea, esta aprobación es otorgada.

Logos Orgánicos

Desde el primero de julio del año 2010 es un requisito indispensable que los países no pertenecientes a la unión europea tengan el logo orgánico para sus productos a excepción de los países pertenecientes que si es opcional la tramitación de este logo.

Dentro de la unión europea es un reglamento que solo puedan poner la etiqueta ecológica siempre y cuando el 95% de sus componentes agrícolas se han producido de manera ecológica.

En el año 2001 se declaró que los productos agrícolas y procedentes a agricultura orgánica puedan usar el logo Bio-Siegel de Alemania. El objetivo principal de ello es brindarle al consumidor cuales son los productos orgánicos y ecológicos presentes en el mercado.

Los productores y fabricantes que cumplan con la regulación establecida en lo que respecta la agricultura orgánica de la UE y se les haya realizado las inspecciones correspondientes y obligatorias pueden vender sus productos orgánicos y ecológicos utilizando el logo Bio-Siegel.

Figura 22. Certificados Orgánicos



El Iso 9001 es una certificación que garantiza al exportador la excelente calidad de los productos exportados.

Figura 23. Normas Iso 9001



Comercio Justo Certificado No obligatorio

Gracias al comercio justo se puede identificar cuáles son los productos que realmente cumplen los requisitos de estándares medioambientales este se encarga de realizar inspecciones y otorgar certificaciones, las empresas que cumplan con todos los requisitos de comercio justo pueden solicitar la licencia de certificación Fairtrade , para sus productos , El fairtrade se aplican en productos cómo café ,té, bananas , algodón , frutas , hortalizas entre otros .

Reglamento

Para la correcta acreditación de productos orgánicos que pueden exportarse, el importador debe gestionar una autorización ante las entidades correspondientes en Alemania, para esto el exportador tiene que ser certificado por las entidades de control que cumpla con las normativas ISO 65/EN 45011 y que está acreditada ante la Unión Europea y de las autoridades alemanes.

El importador debe cumplir con condiciones de registro y certificación por xparte de las entidades oficiales reconocidas -EU-Kontrollstelle. .

Solo se permitirá importaciones de Productos Bio siempre y cuándo se cumplan las normas y requisitos de la Unión Europa o el país de origen, se debe contar con los documentos y estándares necesarios que permitirán el ingreso del producto hacia la Unión Europea, certificado sanitario, Certificado de origen para las respectivas preferencias arancelarias.

Acuerdos Comerciales

Según (Mincetur, Acuerdos comerciales y Regulaciones para las importaciones, 2020) El Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea (TLC Perú-UE), que entró en vigor el 1 de marzo de 2013, incluye todo el universo arancelario y aperturas parciales para productos de alta sensibilidad.

Hasta ahora el TLC se ha obtenido la desgravación inmediata del 99.3% de subpartidas arancelarias, lo cuáles el 95% de líneas arancelarias en productos agrícolas. , mientras que para bienes industriales se ha logrado la desgravación inmediata de aranceles para el 100% de las exportaciones peruanas.

En el TLC Perú-UE negocio lo siguiente: Acceso a Mercados; Reglas de Origen; Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio; Obstáculos Técnicos al Comercio; Medidas Sanitarias y Fitosanitarias entre otros.

Empresa Certificadora de productos orgánicos Kiwa

Para este punto se contactó a la empresa Kiwa que es la empresa elegida para certificar nuestro producto cómo orgánico, Kiwa es una de las 20 empresas líder a nivel mundial en inspección, certificación, gestión de calidad en productos.

La empresa pasa los productos por un sistema de gestión de pruebas en un laboratorio y también la responsabilidad social de la empresa a la cuál certifican el producto cómo orgánico.

Si se desea un certificado para un mercado internacional el precio oscila de 2500 a 3000 dólares para exportaciones ya sea estados unidos o Europa, gracias a ese certificado el costo del producto puede elevarse por el valor orgánico que se le está dando, se trabaja bajo una regulación en el cuál la empresa realizara la inversión pero que dentro del mercado internacional tendrá una gran ventaja competitiva ,la obtención del certificado se obtiene entre 3 a 4 meses .

Para el caso de la cascarilla de cacao se debe tener en cuenta que se realizara lo siguiente:

- ✓ Inspección documentaria
- ✓ Inspeccionar si el proveedor tiene certificación orgánica
- ✓ Se le realiza inspección a todo el proceso

Para poder obtener la certificación orgánica en la unión Europea se presentan los documentos en una casa certificadora autorizada por la unión europea, quien después de presentación de documentos se otorga ya los certificados y todo eso es gestionado y va dentro de los costos que la empresa Kiwa Cobra .

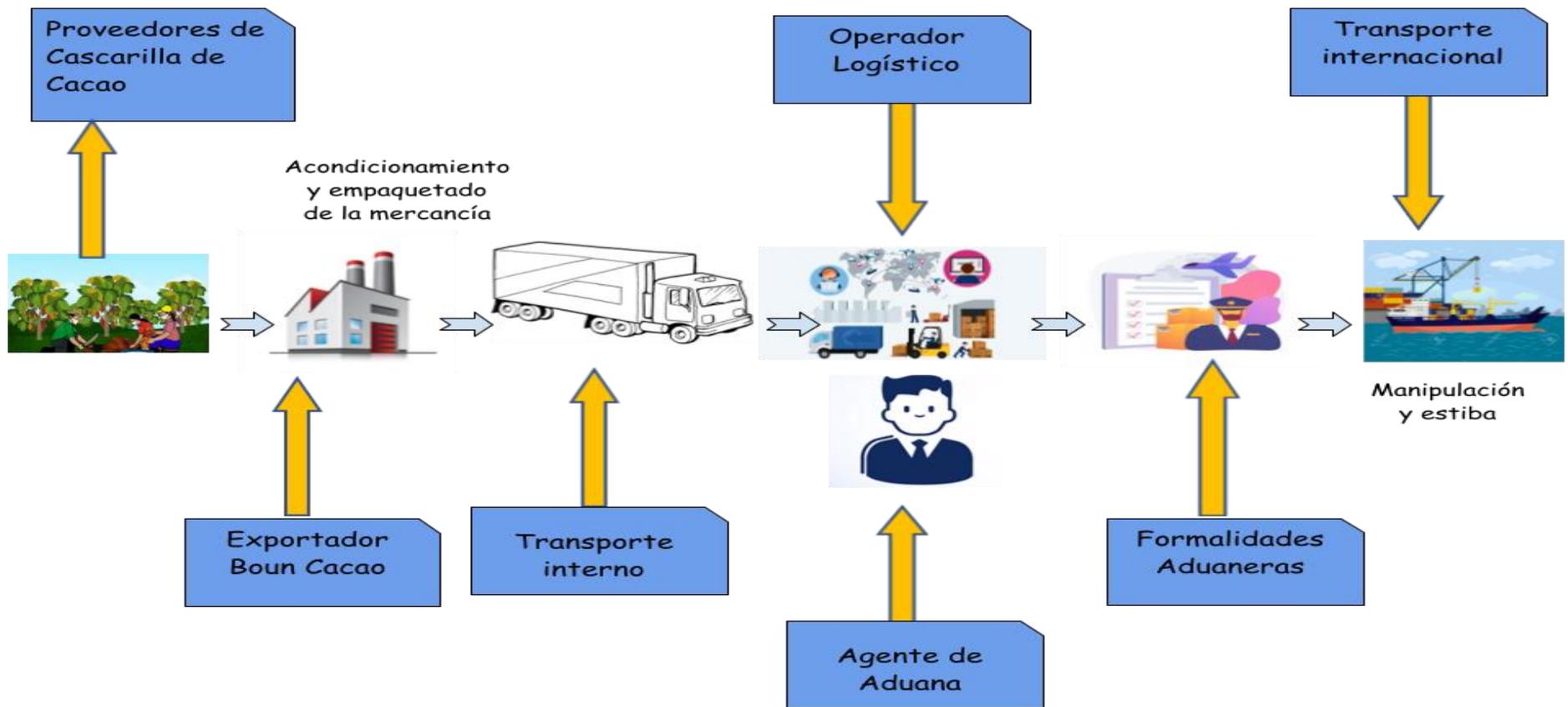


Figura 24. Distribución física Internacional

Se le conoce a la Distribución Física Internacional a todo el proceso logístico por el cual el producto pasa para situarse en el país de destino, en la siguiente imagen damos a mostrar cuál sería la DFI de nuestro producto hasta incoterms Fob , en donde participa dentro de todo este proceso el proveedor , exportador , transporte , operador logístico , agente de aduana , estiba , hasta a borde del buque .

Capítulo 3

Elaboración del módelo de negocio

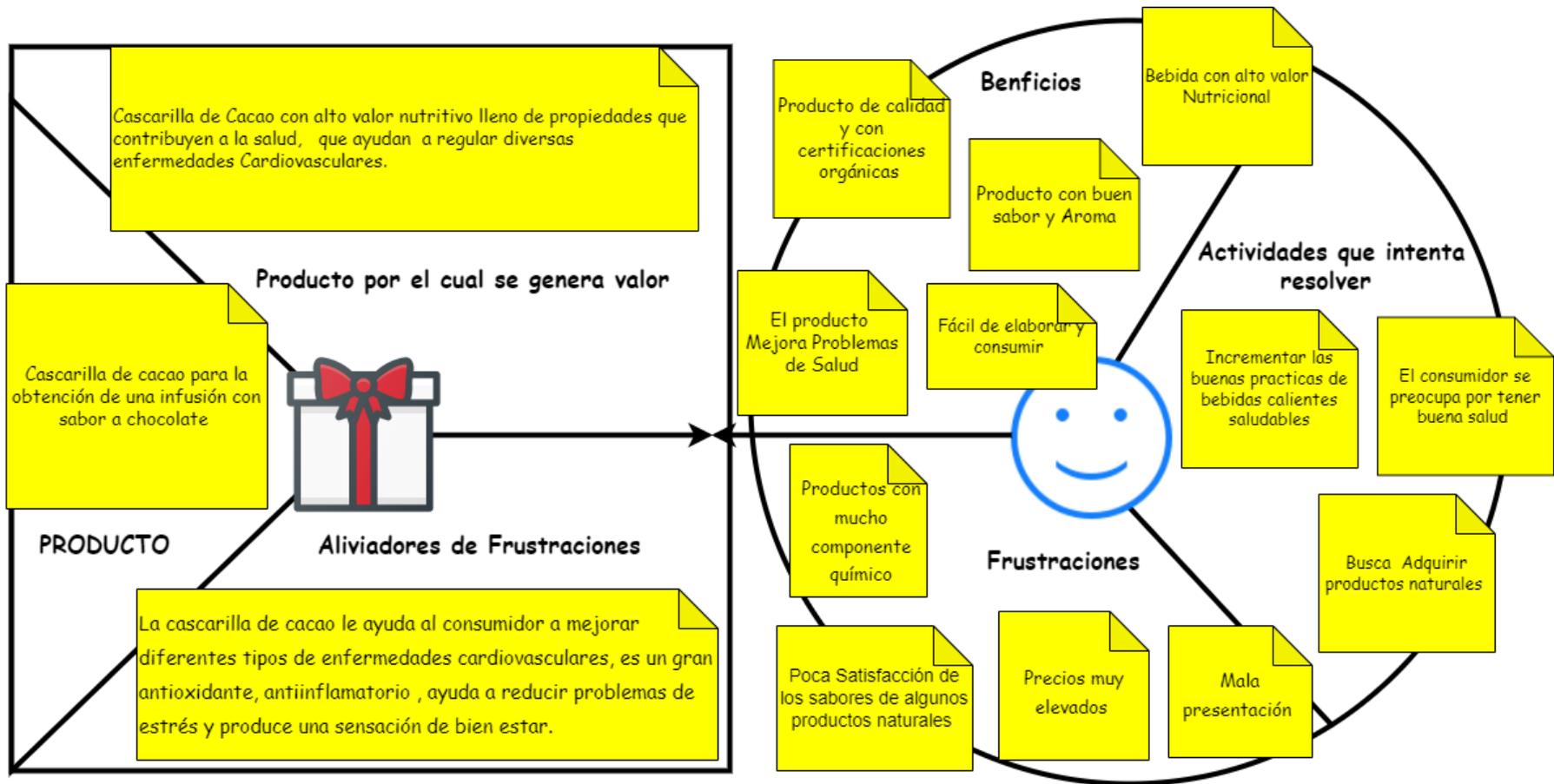
3.1 Definición de la propuesta de valor del negocio

La propuesta de valor es una estrategia empresarial competitiva que tiene por objetivo poder diferenciarnos ante nuestra competencia , en estos tiempos la competencia es cada vez es más agresiva dentro del mercado es por ello que tenemos que elaborar productos con un valor agregado diferente e innovador , el consumidor busca nuevas innovaciones , nuevos sabores ya que está un poco cansado de lo tradicional es por ello que debemos ofrecer una propuesta innovadora a nuestros consumidores , teniendo detalles diferentes en nuestros productos , procesos de producción , presentación ,calidad , etc.

La propuesta de valor está conformada por 6 partes, la primera parte que es la figura del cuadrado conformada por el producto que se ofrecerá al consumidor , producto por el cual se genera valor (la propuesta diferenciadora) y cómo se lograra aliviar las frustraciones del consumidor con el producto .

La parte numero dos conformada por una figura en forma de circulo donde se muestran los beneficios del producto, actividades que se intentan resolver con el producto y las frustraciones las cuales tiene el consumidor al no conseguir productos que este alineado a su necesidad.

Figura 25. Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración Propia

Interpretando el gráfico de la propuesta de valor se logra apreciar lo siguiente:

Producto el cuál se le ofrecerá al consumidor:

- Cascarilla de Cacao para la obtención de una infusión de chocolate

Producto por el cual se genera valor ¿Cuál es la Propuesta diferenciadora?:

- Cascarilla de cacao con alto valor nutritivo que contribuya a la salud y ayude a regular enfermedades cardiovasculares.

Aliviador de frustraciones ¿Cómo ayudaremos al cliente?

- La cascarilla de cacao le ayuda al consumidor a mejorar diferentes tipos de enfermedades cardiovasculares, es un gran antioxidante, antiinflamatorio, ayuda a reducir problemas de estrés y produce una sensación de bien estar.

Beneficios ¿Cómo beneficia el producto al consumidor?

- Producto de Buena calidad, con alto valor nutricional, buen sabor y aroma, certificaciones correspondientes y ayuda a mejorar problemas de salud (producto fácil de elaborar y consumir)

Frustraciones: ¿Qué es lo que le causa molestia al cliente?

Una de las mayores frustraciones del cliente es encontrar dentro del mercado productos con mucho componente químico, altos precios, mala presentación o presentaciones poco atractivas, cómo también poca satisfacción en el sabor del producto y pocos beneficios de este.

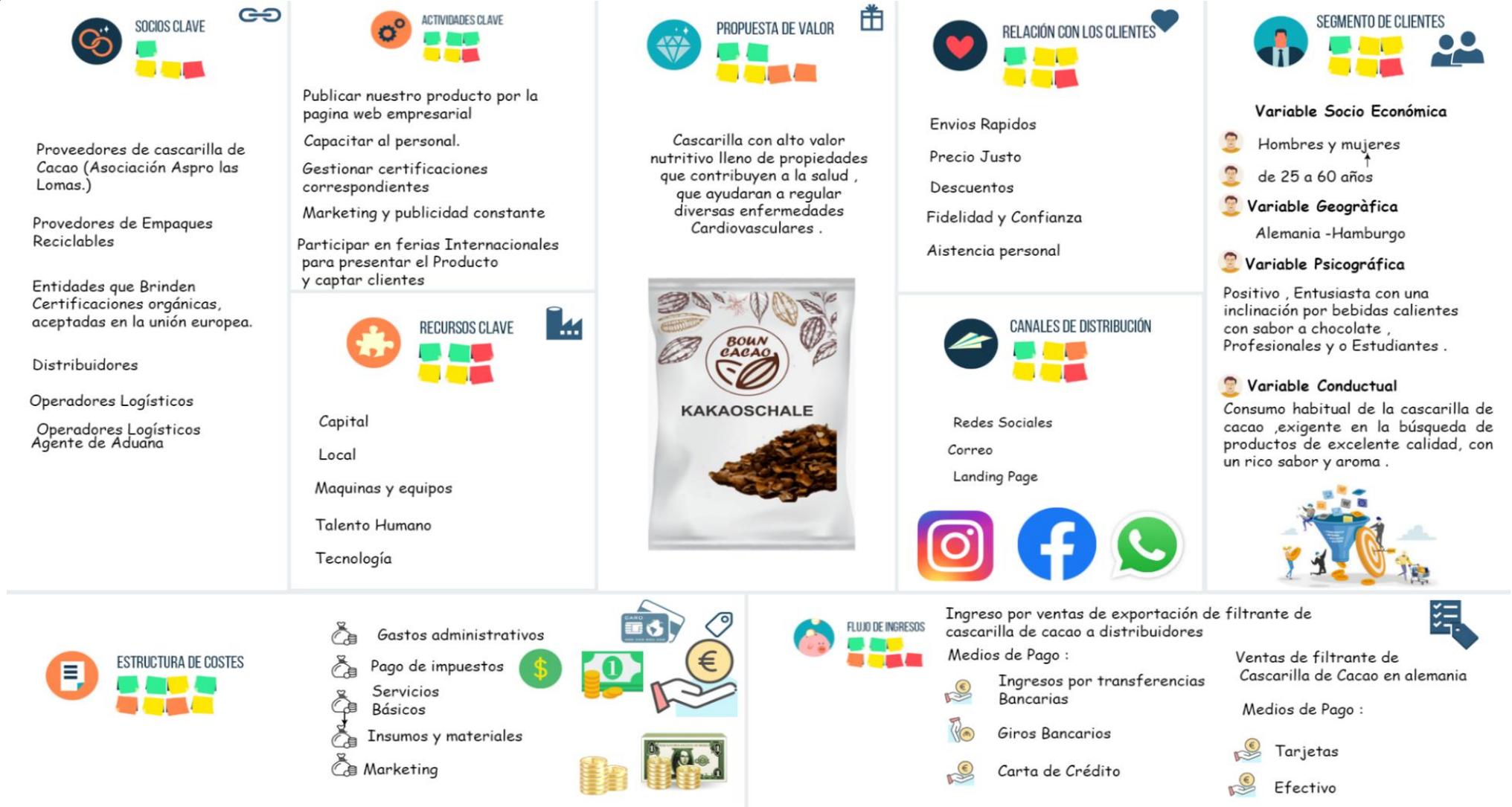
Actividades que se intentan responder ¿Que actividades intenta resolver el consumidor?

- Lo que buscamos resolver con esta propuesta es incrementar las buenas prácticas de consumo de bebidas calientes, saludables y orgánicas que ayuden a los consumidores a mejorar el funcionamiento de su organismo.

3.2 Elaboración del lienzo del modelo

El modelo canvas según (Redalyc, 2004) dice que te ayuda a realizar un análisis de estrategia para poder estructurar un modelo de negocio , los cuales están formados por elementos fundamentales que están relacionados en todas las áreas que son la propuesta de valor , Segmento de clientes, canales , recursos claves, relación con los clientes , actividades claves , Ingresos , coste donde teniendo toda esta información podrás tener de una manera más ordenada tu negocio y por ende ya sabes cómo está estructurado y lo que necesitas para que este funcione de la manera más eficiente.

Figura 26. Modelo



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación de Módelo Canvas:

Segmentación de clientes: Se busca a personas de Alemania-Hamburgo ya sea de género femenino y masculino, de edad 25-60 años , que tengan gusto y preferencia por las bebidas calientes con sabor a chocolate , que busquen buena calidad , con un producto de rico sabor y aroma .

Propuesta de Valor:

Cascarilla de Cacao con alto valor nutritivo lleno de propiedades que contribuyen a la salud que ayuden a regular diversas Enfermedades Cardiovasculares.

Canales:

Boun Cacao tendrá un Landing page, y páginas oficiales de Facebook y Instagram que tendrán por finalidad dar a conocer el producto que brindamos, certificaciones correspondientes, las innovaciones que realizaremos, cómo también lanzar nuestras campañas publicitaria de manera constante , contaremos también con un correo electrónico para comunicarnos con nuestros clientes de manera más eficiente .

Relación con los Clientes:

El cliente es la razón de ser de toda empresa, es por ello que se busca tener una buena relación con los clientes, siendo siempre comunicativos, realizando envíos en las fechas establecidas, precios justos, comercio justo, descuentos en fechas especiales, fidelidad y confianza con una asistencia personalizada es importante hacerle conocer al cliente que nos preocupamos por él y que lo que más indispensable para nosotros es su comodidad y felicidad .

Flujo de Ingresos:

Se da a mostrar todas las fuentes de ingreso que tendrá Boun cacao dentro de la empresa la cual estará constituida por:

Ingresos por ventas de exportación de cascarilla de cacao filtrante a distribuidores

Medios de pago:

- ✓ Ingres por transferencias bancarias
- ✓ Giros bancarios
- ✓ Carta de crédito

Ventas por cascarilla de cacao en Alemania

- ✓ Tarjeta de crédito
- ✓ Efectivo

Recursos Claves:

Dentro de los recursos claves se da a mostrar los cuales nos permitirán generar una propuesta de valor a nuestros clientes en el cuál tendremos el capital aporte de los socios, nuestro local y instalaciones serán alquiladas, máquinas y equipos, talento humano conformado por profesionales en página web y marketing

Actividades claves:

Dentro de las actividades claves se realizaran gestiones y operaciones que realizaremos para que el negocio marche de la mejor manera , en el cual se tiene que la publicación constante de los productos en la paginas y redes es fundamental ,cómo tambien mantenerla en movimiento . Se considera importante capacitar a nuestro personal de ventas para que puedan explicar sobre el producto y por consiguiente concretar las ventas , gestionar las certificaciones correspondientes y participar en ferias internacionales para la captación de nuevos clientes.

Relación con los clientes:

Nuestros socios claves serán nuestros proveedores de cascarilla de cacao que están ubicados en las Lomas, donde tienen toda la plantación del cacao y en un local hacen todo el proceso para producir sus derivados, se debe contar también con la empresa proveedora de empaques reciclables ya que se busca ser eco-amigables, los proveedores de los certificados orgánicos y operadores logísticos que son de vital importancia para que el producto llegue a destino .

Estructura de Costes:

Se da a conocer cuáles serán los costos que se tendrá como empresa en el cual se dan detallan los siguientes, gastos administrativos, pagos de impuestos, servicios básicos, insumos, materiales y Marketing.

3.3 Descripción del prototipo de lanzamiento

En este punto se ha elaborado un prototipo de lanzamiento a través de un elevador Pitch mostrado en el anexo número 6, tratando de decir cuál es nuestra idea de negocio, el objetivo es proponerlo en un periodo de tiempo corto, máximo de un minuto en donde tenemos que ser claros y precisos de cuáles son los objetivos que queremos lograr, los beneficios para el usuario y por qué este producto es rentable al sacar al mercado.

El discurso contendrá lo siguiente:

“Sabías tú que actualmente podemos obtener rentabilidad a través de los desechos agroindustriales, los desechos agroindustriales son aquellos que son descartados dentro del procesamiento de nuevos productos ejemplo de ellos: tallos, raíces, hojas, semillas, cascaras entre otros , la cascarilla de cacao es un gran ejemplo de este que a través de hervido de la cascarilla con agua podemos obtener un té de chocolate con grandes propiedades para el organismo cómo por ejemplo :

- ✓ Aumenta la productividad de la leche materna
- ✓ Regula enfermedades Cardiovasculares
- ✓ Alivia el estrés
- ✓ Gran Antioxidante y antiinflamatorio

Nosotros seremos la empresa Boun Cacao dedicada a la venta de esta cascarilla, coméntame que te parece este proyecto “.

A pesar de ello se elaboró el prototipo del producto de manera digital mostrado en el anexo número 7, que fue realizado por medio de redes sociales a través de un Landing Page y redes como Instagram y Facebook .

A continuación, damos a mostrar la elaboración del prototipo de las páginas de manera digital.

Figura 27. Landing Page

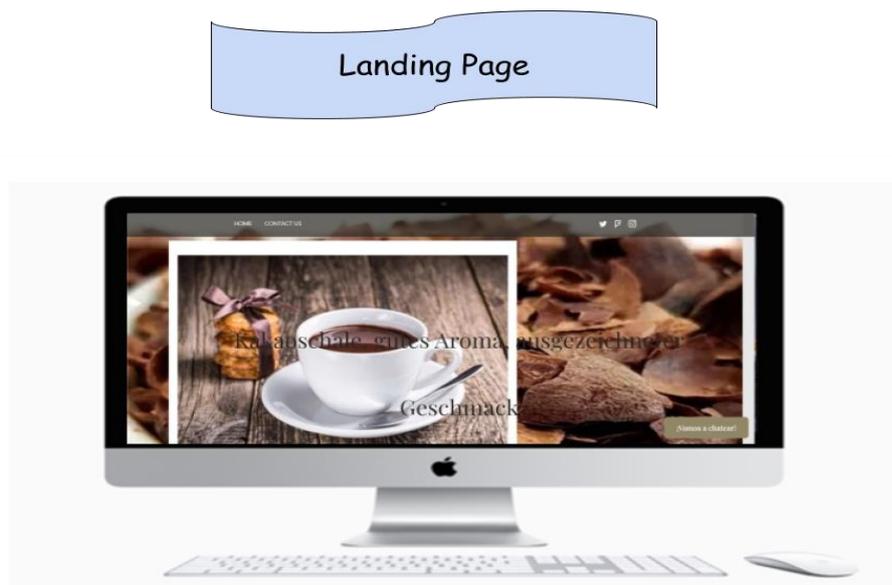


Figura 28. Landing page



Figura 29. Redes Sociales



Capítulo 4

Validación del modelo de negocio

4.1 Aplicación de la metodología Lean Startup

Según (Ries, 2018) que es considerado cómo el padre de la metodología Lean Startup expone cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Afirma que el éxito de los startups no radica en como piensa mucha gente ni en el estar en el lugar correcto y en el momento adecuado, sino que el éxito de un startup se puede diseñar siguiendo un proceso correcto lo que significa que se puede aprender y enseñar.

Esta metodología se aplica en crear un producto que este en base a la necesidad del cliente usando la menor cantidad de recursos posibles , actualmente muchos emprendedores sacan al mercado su producto ya desarrollado y cuándo es lanzado no obtiene la aceptación que ellos esperan y por ende muchos de ellos fracasan o hay una retroalimentación o mejora del producto generando muchos gastos, es por ello que esta metodología nos enseña a primero hacer pruebas ficticias que nos lleguen a hacer comprobar que nuestro producto si será aceptado dentro del mercado objetivo al cual está dirigido gastando la menor cantidad de recursos .

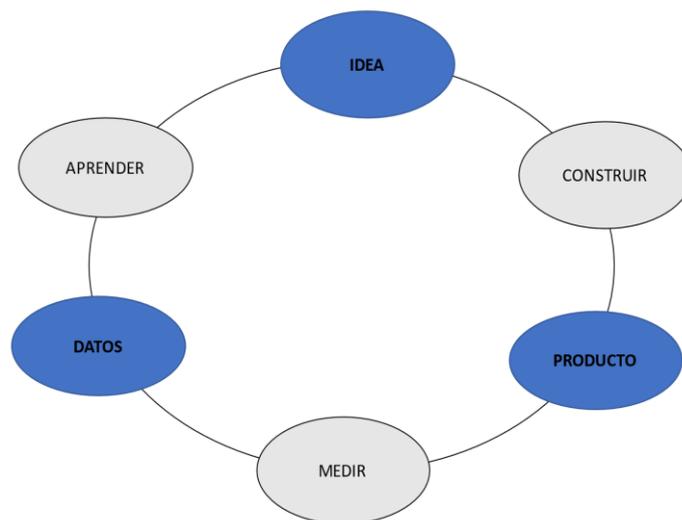
Se centra en 3 pilares fundamentales que están dentro de un circuito que se tienen que realizar, pero con la menor cantidad de tiempo y la menor inversión posible.

Según (Ries, 2018) la aplicación de esta metodología es la siguiente:

Construir: cuando se lanza la Startup, no se cuenta con los suficientes datos como para crear un producto ajustado a las necesidades del cliente, por eso, lo ideal es crear un producto viable mínimo (PMV). Este producto debe ser una versión con las funcionalidades mínimas que permitan recoger la máxima cantidad de aprendizaje validado acerca de los clientes.

- Medir: El mayor reto en esta fase es medir cómo responden los consumidores y a partir de esos datos, tomando las decisiones apropiadas.
- Aprender: El, circuito del proceso Lean Startup permite, sobre todo, aprender si es viable el negocio, seguir perseverando o de lo contrario, pivotar, es decir, reajustar sustancialmente las ideas que no están funcionando.

Figura 30. Lean Startup



Fuente: Elaboración Propia

Hipótesis

Los filtrantes de cascarilla de Cacao es una solución para enfermedades cardiovasculares y es aceptada por los ciudadanos de Alemania – Hamburgo

Validación a través del método de Experimentación del mago de Oz

Según la fuente (Redalyc) es un experimento que se realizan con la participación de un humano que se conoce como “Mago” o “Cómplice”, quien simula, sin conocimiento del participante en el experimento, el papel que desempeña el computador durante la interacción humano-computador.

Este experimento nos va a ayudar a resolver algunas dudas que tenemos sobre el producto y la aceptación que el mismo podría tener en el país de destino, la finalidad es poder recopilar toda la información posible acerca de lo que el cliente desea, saber sus dudas, si el producto necesita mejoras y tratar de medir las respuestas para llegar a una conclusión que nos brinde un MVP más alineado a la necesidad del usuario.

Es por esto que se elaboró un video explicativo acerca del proyecto, hablando sobre sobre la empresa y el producto que se va a vender.

Gracias al elevador Pitch publicado a través de Instagram mostrado en el anexo 8 pudimos recolectar una serie de opiniones de alemanes acerca de nuestro producto para poder ver si necesitaba algún tipo de mejora, o ver su punto de vista sobre el mismo.

A través de las opiniones dadas se pudo deducir que el consumidor alemán si estaría dispuesto a consumir nuestro producto, siempre y cuando cumplan con las reglamentaciones correspondientes, que tenga un buen sabor , que brinde los beneficios que se muestran en el video, dicen que es un producto innovador y que están interesados en él, pero necesitan más información del producto, las propiedades que tiene y que el precio es fundamental para poder comprar el producto.

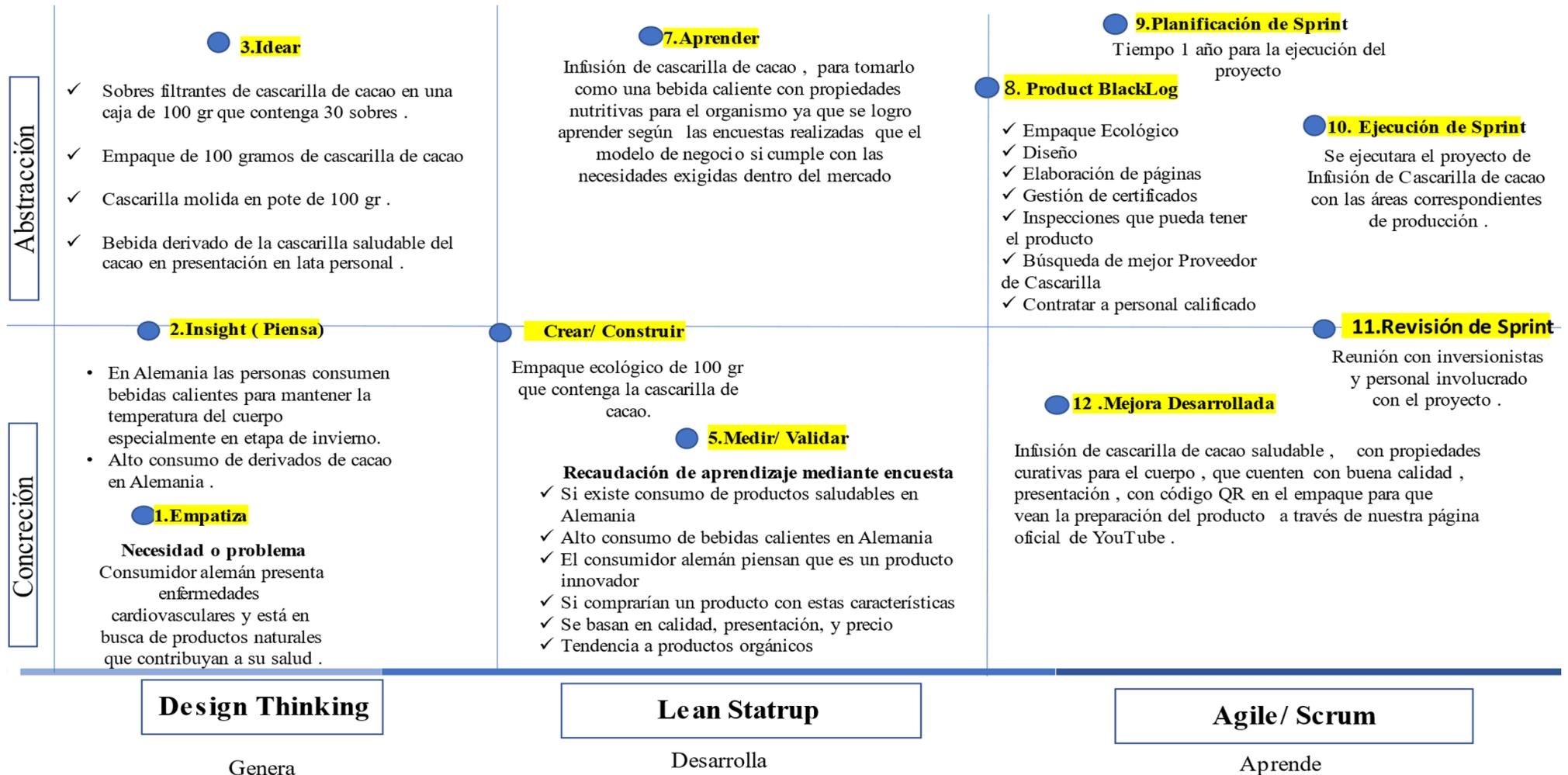
Combinación de la metodología Design thinking, Lean Startup, Agile.

A veces algunas empresas crean primero el producto y luego se preocupan por dirigirse al mejor mercado, cuándo primero se debería lograr empatizar con el cliente, analizar cuáles son sus necesidades, que le falta, que lo hace feliz, y de ello sacar un prototipo.

Es por esto que para tener una mejor idea de que es lo que realmente busca nuestro cliente aplicamos la combinación de 3 metodologías Design thinking, Lean Startup y Agile ya que su objetivo al final es encontrar una solución de la necesidad y problema de un usuario, se eligió trabajar con esta metodología porque todas comparten tanto los mismos principios y son complementarias metodológicamente en el proceso de innovación.

Combinación de metodologías			
Metodología	Design Thinking	Lean Startup	Agile
Origen	Diseño Industrial	Manufactura	Desarrollo
Concepto Clave	Empatizar / just to be Done	Eficiencia/ Producto mínimo viable	Adaptabilidad / Mejora continua
Punto de Partida	<p>¿Cómo podríamos?</p> <p>Formulación de la necesidad o problema, que asume hallar una respuesta, beneficios del usuario / resultados</p> <p>Ejemplo: ¿Cómo podríamos ayudar a los consumidores alemanes a regular diversas enfermedades cardiovasculares ocasionados ya sea por una mala alimentación o una enfermedad hereditaria?</p>	<p>Hipótesis / prototipo</p> <p>Supuestos en entorno del problema</p> <p>prototipo de solución</p> <p>Ejemplo: " Podríamos ayudar a regular estos problemas incrementando el consumo de productos con propiedades nutritivas para el organismo "</p>	<p>Producto</p> <p>Funcionalidades del producto</p> <p>Ejemplo: Debido a las condiciones climáticas del país de destino podríamos generar una infusión, cómo opción de bebida caliente que tenga beneficios para la salud, ayudando así a regular problemas cardiovasculares, y mejorando la salud</p>
Tipo de Proceso	Divergente/Convergente	Experimental	Iterativo
Resultado	Prototipo (de baja resolución)	Producto Mínimo Viable	Incremento del Producto

Figura 31. Combinación de metodología



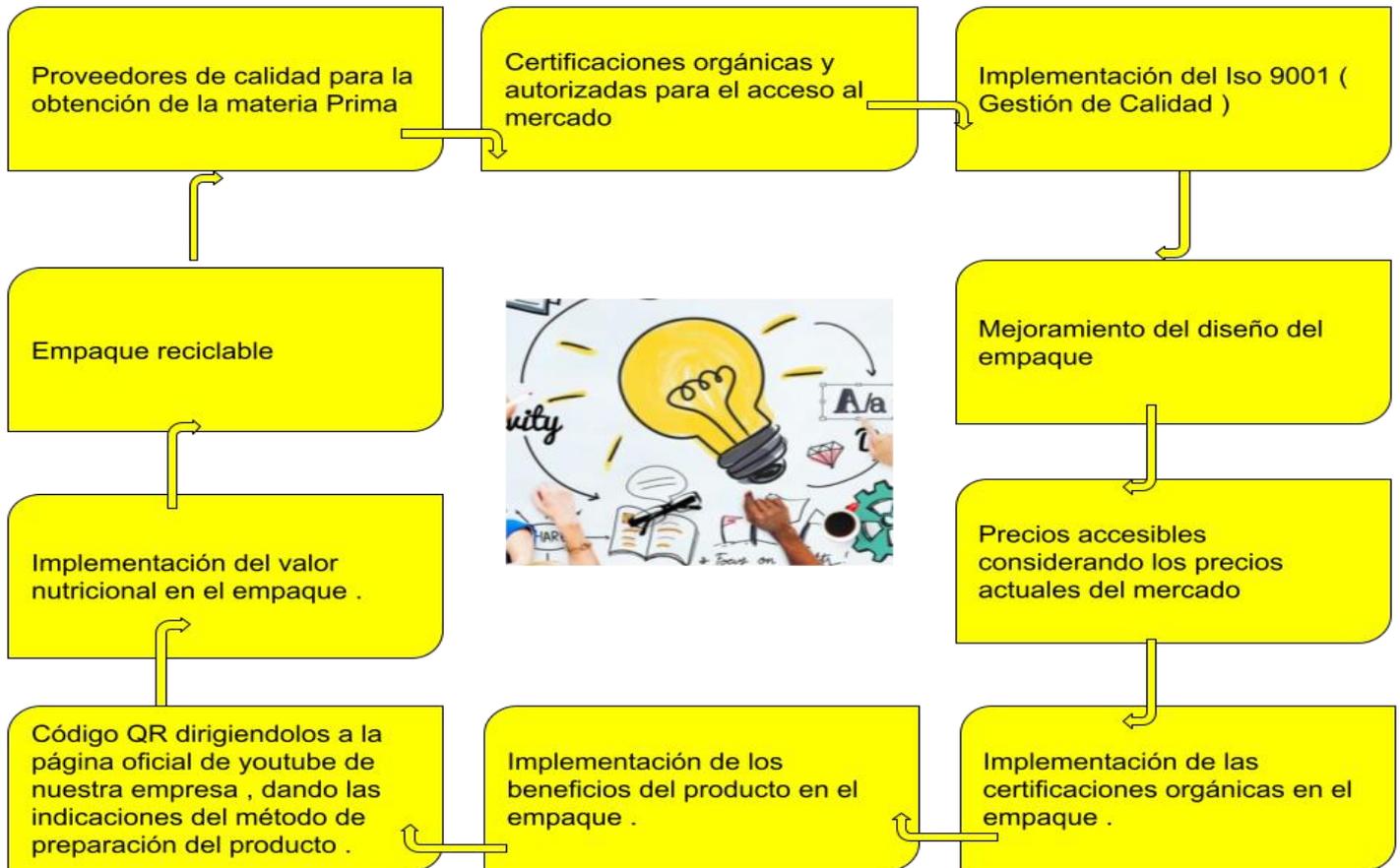
4.2 Descripción del modelo de negocio validado

Aplicación de Metodología Experimental Mago de Oz

Con esta metodología adicional se pudo analizar a profundidad al cliente y apreciar algunas de las opiniones dadas , dicen estar interesados en el producto ya que es una bebida con sabor a chocolate , tambien es algo muy nuevo para ellos el hecho de que se pudiera utilizar la cascarilla para la obtención de una infusión , se analizó tambien que son muy desconfiados en lo que respecta el producto y acreditación científica de estudios que demuestren que si realmente el producto brinde las propiedades mencionadas cómo tambien sobre el proceso de elaboración del mismo .

Recopilando toda la información de las metodologías aplicadas y con el método de experimentación del mago de oz se decidió realizar una serie de modificaciones al producto final, y se llegó a la conclusión que para que nuestro producto tenga éxito en el mercado debe tener :

Figura 32. Recopilación de Información



Cabe recalcar que la implementación del Iso 9001 será más adelante, a continuación, se da a mostrar las mejoras realizadas y se presenta una breve presentación de cómo sería el producto final.

Figura 33. Producto



Capítulo 5

Análisis de la rentabilidad

Análisis de la demanda de la cascarilla de Cacao de Perú hacia Alemania del año 2017-2021

Según la página (Exportemos.pe, s.f.) nos da a conocer las exportaciones peruanas hacia el mercado de Alemania del año 2017-2021, donde se visualiza que al pasar de los años hay una crecida de las exportaciones de cascarilla de cacao a consideración del año 2020 que debido al Covid-19 no hubo exportación alguna del producto.

Tabla 7. Exportaciones de Cascarilla de cacao

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Importación por Kg	171,39	192,90	7225,00	0,00	9772,00

Fuente: Elaboración propia.



Proyección de la demanda del año 2022 al 2026

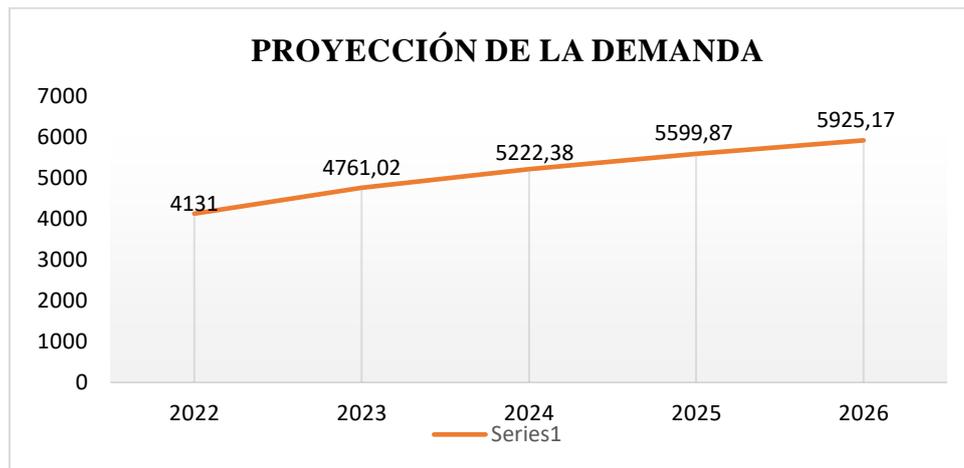
Debido a la investigación de las exportaciones del año 2017-2021 se pudo realizar una proyección de la demanda para los siguientes años 2022-2026, se utilizó el pronóstico de la regresión lineal, siguiendo una forma algorítmica de la fórmula en R (multiplicando la

formula de Y) donde mediante a la información histórica se analizo la proyección futura de la demanda cual se da a conocer en la tabla numero 8.

Tabla 8. Proyección de la demanda

Año	2022	2023	2024	2025	2026
Proyección en Kg	4131	4761,02	5222,38	5599,87	5925,17

Fuente: Elaboración Propia



5.1 Determinación del punto de equilibrio

Definir Punto de equilibrio:

En la tabla 7, se detalla el punto de equilibrio dentro del proyecto de innovación de exportación de cascarilla de cacao, que es el reflejo de la participación de los costos y gastos fijos tanto del de producción y operativo, además de los costos variables, con la finalidad de conocer cuál es la cantidad exacta que debe vender la empresa y a qué precio, donde sus ingresos son iguales a sus costos.

Tabla 9. Punto de equilibrio

Producto	Cantidad proyectada	Precio Unitario	Costo de producción Unitario	Margen de contribución unitario	PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES
Cascarilla de Cacao	32760	10,92	2,58	8,34	32367,06	83554,07

Fuente: Elaboración Propia

La cantidad proyectada asciende a 32367,6 unidades que debe vender de forma anual la empresa a un precio de 10.92 para estar en equilibrio, el punto donde no se tiene ingresos ni egresos. Asimismo, el precio está orientado a los gramos de la producción de cascarilla de cacao que en términos de Kg sería aproximadamente 323 kg cuyo ingreso en equilibrio sería de S/. 86757.37.

5.2 Determinación de las necesidades de inversión

Definir inversión

En este apartado se detallan las inversiones que corresponden a los activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y el capital de trabajo

Definir activos tangibles.

Los activos fijos tangibles que se consideran en el proyecto de inversión son: Equipos de oficina, equipos de fabricación, equipo de almacén, muebles y enseres. Describiéndose a cada uno de ellos en el siguiente apartado:

Equipos de trabajo y materiales

En la tabla 8, se observa los equipos de oficina, equipos de fabricación y equipo de almacén que son necesarios dentro del proyecto. Los equipos de oficina se emplearán en el ámbito administrativo, cuyo monto fue de S/ 15,100 soles, mientras que los equipos de fabricación que permitirán que el producto se pueda empacar y exportar, cuyos montos se obtuvo previa cotización y asciende a un total de S/ 21,442 soles. También se considera un

equipo de almacén conformado por una balanza cuyo valor fue de S/500 soles que tendrá como función pesar el producto para su distribución.

Tabla 10. Equipos de trabajo y materiales

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Total
Equipos de Oficina				S/ 15.100,00
Laptops	UND	9	S/ 1.500,00	S/ 13.500,00
Impresoras	UND	2	S/ 800,00	S/ 1.600,00
Equipos de Fabricación				S/ 21.442,00
Empaquetadora	UND	1	S/ 19.942,00	S/ 19.942,00
Mesa de trabajo	UND	1	S/ 1.500,00	S/ 1.500,00
Equipo de Almacén				S/ 500,00
Balanza	UND	1	S/ 500,00	S/ 500,00
Total de maquinaria y equipo materiales				S/ 37.042,00

Fuente: Elaboración Propia

Muebles y enseres

En la tabla 9, se presentan los muebles y enseres que son fundamentales en el proyecto. Dichos equipos servirán para equipar los ambientes administrativos y de ventas de los colaboradores en el proyecto proporcionando comodidad en el desarrollo de sus actividades laborales, cuyo monto asciende a S/5.760 soles.

Tabla 11. Muebles y enseres

Muebles y enseres				
Items	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Total
Escritorios	UND	9	S/ 350,00	S/ 3.150,00
Sillas de Escritorios	UND	9	S/ 150,00	S/ 1.350,00
Stand para archivadores	UND	1	S/ 200,00	S/ 200,00
Sillas	UND	9	S/ 70,00	S/ 630,00
Mesas	UND	1	S/ 180,00	S/ 180,00
Mueble para impresora	UND	1	S/ 250,00	S/ 250,00
Total de Muebles y enseres				S/ 5.760,00

Fuente: Elaboración Propia

Activos fijos intangibles

Definir activos intangibles

En la tabla 9, se observa de forma detallada la inversión de activos intangibles que serán necesarios utilizar para la constitución de la empresa, incluye trámites de inscripción, autorización, legalización, funcionamiento y certificaciones. Dentro del conjunto de activos intangibles se encuentra la minuta de constitución, escritura pública, la inscripción de registros públicos, legalización de libros societarios, licencia de funcionamiento, gastos locales y certificaciones, ascendiendo la inversión en dicho rubro un total de S/ 18,554 soles.

Tabla 12. Activos fijos intangibles

Descripción	Total
Minuta de Constitución	S/ 450.00
Escritura Publica	S/ 500.00
Inscripción de Registros Públicos	S/ 400.00
Legalización de Libros Societarios	S/50.00
Licencia de Funcionamiento	S/550.00
Gastos Locales	S/ 15,604.00
Certificaciones	S/1,000.00
Total, inversión Fija intangible	S/ 18,554.00

Elaboración: Propia

Por otra parte, es necesario manifestar que los gastos locales se refieren a aquellos que son medios para poder hacer la documentación requerida para exportar el producto. En ese sentido se ha tomo en consideración el transporte, documentación internacional requerida, certificado orgánico, agencia de aduanas, costos de Pallet y estibadores, generando un requerimiento de inversión de gastos locales de S/15,761 soles.

Tabla 13. Gastos locales

GASTOS LOCALES	
Transporte	S/ 450,00
Gastos de Documentación	S/ 457,48
Certificado Orgánico	S/ 10.000,00
Agencia de Aduana	S/ 2.106,00
Costos de Pallet	S/ 382,00
Estibadores	S/ 2.366,00
Total de gastos locales	S/ 15.761,48

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 14 se da a detallar la documentación requerida para la exportación del producto , donde se consideran la factura comercial y el packing list , que no tienen costo alguno ya que son emitidos por el exportador , certificado de origen que según fuente confiable de la Cámara de Comercio el costo es de S/36 soles más igv , dando un costo de 42,48 soles , certificado sanitario de s/365 soles y emisión de documento de transporte marítimo de 50 soles , dando un total de gastos documentarios de S/457 considerados en la tabla 13 dentro de los gastos locales .

Tabla 14. Gastos de Documentación Internacional

GASTOS DE DOCUMENTACIÓN	
Factura Comercial	S/ 0,00
Packing List	S/ 0,00
Certificado de origen	S/ 42,48
Certificado Sanitario	S/ 365,00
Documento de transporte Bill of Lading	S/ 50,00
Total de Gastos documentarios	S/ 457,48

Fuente: Elaboración Propia

Capital de trabajo

Definir capital de trabajo

El capital de trabajo que se necesitará en la empresa exportadora de cascarilla de cacao está en función al recurso principal o materia prima y sus insumos necesarios para su entrega final. Además de la mano de obra directa e indirecta, de gastos operativos y otros costos de fabricación

Tabla 15. Capital de trabajo

Concepto	UNID	CANT	Precio unitario	Beneficios Sociales	Costo total
I. EXISTENCIA					S/ 9.361,37
I.1 MATERIA PRIMA					S/ 5.747,37
Cascarilla de cacao	gr	287	S/ 20,00		S/ 5.747,37
I.2 INSUMOS					S/ 3.614,00
Envoltura	und	2600	S/ 1,39		S/ 3.614,00
II MANO DE OBRA DIRECTA					S/ 4.209,79

Operario 1	Mes	1	S/ 1.100,00	S/ 303,26	S/ 1.403,26
Operario 2	Mes	1	S/ 1.100,00	S/ 303,26	S/ 1.403,26
Operario 3	Mes	1	S/ 1.100,00	S/ 303,26	S/ 1.403,26
III MANO DE OBRA INDIRECTA					S/ 2.552,30
P.Limpieza 1	Mes	1	S/ 1.000,00	S/ 276,15	S/ 1.276,15
P.Limpieza 2	Mes	1	S/ 1.000,00	S/ 276,15	S/ 1.276,15
IV . OTROS COSTOS DE FABRICACIÓN					S/ 218,40
Guantes	Mes	130	S/ 0,50		S/ 65,00
Tapa Bocas	Mes	130	S/ 0,70		S/ 91,00
Tocas	Mes	78	S/ 0,80		S/ 62,40
V. GASTOS OPERATIVOS	Mes	1	S/ 14.084,78		S/ 14.084,78
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO					S/ 30.426,64

Fuente: Elaboración Propia

El capital de trabajo constituye como materia prima la cascarilla de cacao necesaria para realizar los empaques del producto. Esta materia prima será trasladada desde la zona de Las Lomas hacia la planta en sacos de 20kg. En cuanto al precio la cascarilla se cotizo en S/20 soles por kg, pero por temas de elaboración del proyecto se convirtió en gramos la cantidad comprada, invirtiéndose S/ 5,747,37 soles, se debe comprar las envolturas para poder establecer el producto en el mercado cuyo costo fue de S/ 3,614, siendo un costo indirecto de fabricación que en conjunto con la materia prima implica una inversión de S/ 9,361.37 soles.

La mano de obra directa estará establecida por tres operarios, que tendrán la misma función dentro del proceso productivo, invirtiendo alrededor de S/4,209.79 soles, además de mano de obra indirecta quienes no participan de forma directa del proceso productivo, pero velan por el orden y limpieza del ambiente de trabajo, invirtiendo un total de S/2,552.30 soles. Por otro lado, también es parte del capital de trabajo los costos de fabricación donde se encuentra guantes, tapa bocas, tocas que son imprescindibles para poder participar del proceso productivo, dicha inversión asciende a S/218.40 soles, asimismo se hace en consideración un

mes de gastos operativos dentro del capital de trabajo, ascendiendo a S/14.084.78. Cuyo monto total de inversión de capital de trabajo asciende a S/30,426.64 soles.

Se han especificado los montos de inversión para maquinarias y equipos, enseres y muebles, activos fijos intangibles y capital de trabajo. En la tabla 16 se resume la inversión total requerida en el proyecto, la cual asciende a S/ 79,160.79 soles, siendo la inversión fija la de mayor participación con 59%.

Tabla 16. Inversión total

Concepto	Total	Porcentaje
I. Inversión Fija	S/ 46.413,48	59%
I.1 Inversión fija Tangible	S/ 27.702,00	35%
1.1.2Maquinarias y equipos	S/ 21.942,00	28%
1.1.3Muebles y enseres	S/ 5.760,00	7%
I.2 Inversión fija intangible	S/ 18.711,48	24%
II . Capital de trabajo	S/ 30.426,64	38%
III . Imprevistos (5%)	S/ 2.320,67	3%
Total de Inversión	S/ 79.160,79	100%
Fuentes de financiamiento		
Aporte de Capital	80%	63.328,63
Préstamo	20%	15.832,16
Total	100%	79.160,79

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se indica en la tabla 13, la inversión considera un 3% como imprevistos en situaciones donde es necesario tener efectivo y cubrir necesidades fundamentales que no se pueda actuar de forma rápida. Por otra parte, se manifiesta que la inversión total será financiada por dos fuentes: Una propia representa el 80% con un total de S/63,326.63 soles y 20% por un préstamo que lo brindará una entidad bancaria ascendiendo dicho monto en S/ 15,823.16 soles.

5.3 Evaluación económica y financiera

5.3.1. Evaluación económica

En la presente tabla, se refleja el flujo de caja económico para los 5 años de estudio, desde el 2022 hasta el 2025, donde se realiza un análisis del proyecto, para poder así anticipar posibles externalidades futuras, además de problemas en el mercado interno, previendo una manera adecuada de distribuir los recursos de la empresa.

Tabla 17. Flujo de caja económico proyectado 2022-2026

CONCEPTO	0	2022	2023	2024	2025	2026
I. INGRESOS		S/ 422.081,36	S/ 462.279,58	S/ 502.477,80	S/ 542.676,03	S/ 582.874,25
INGRESOS POR VENTAS		S/ 422.081,36	S/ 462.279,58	S/ 502.477,80	S/ 542.676,03	S/ 582.874,25
II. EGRESOS		S/ 361.684,38	S/ 396.297,51	S/ 416.816,22	S/ 436.829,23	S/ 456.796,45
II.1 INVERSIÓN TOTAL	-79160,79128					
II.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN		S/ 176.750,99	S/ 208.427,09	S/ 220.081,11	S/ 230.986,34	S/ 241.793,51
II.3 GASTOS DE OPERACIÓN		S/ 169.017,37	S/ 169.617,37	S/ 170.247,37	S/ 170.908,87	S/ 171.603,45
II.4 IMPUESTO A LA RENTA		S/ 15.916,02	S/ 18.253,04	S/ 26.487,73	S/ 34.934,02	S/ 43.399,48
II.5 CAPITAL SOCIAL						
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-79160,79128	S/ 60.396,98	S/ 65.982,07	S/ 85.661,58	S/ 105.846,79	S/ 126.077,81

Fuente: Elaboración Propia

El flujo de caja económico su principal característica es que no presenta financiamiento externo, es decir solo inversión propia del proyecto financiado por accionistas, inversionistas. Dentro de esta consideración se establece que la inversión inicial fue de S/ 79.160,79, cuyos flujos fueron positivos durante todo el periodo de análisis indicando resultados favorables para el proyecto.

Por otro lado, al no incluir financiamiento, los flujos dentro del impuesto a la renta se calculan en función a la utilidad después de los gastos operativos, sin incluir gastos financieros. Además, para el mismo cálculo se considera la depreciación, para establecer el escudo tributario, pero dicha depreciación no se considera como componentes de los flujos porque no

implica salida de efectivo. Siendo el valor del flujo del 2022 un monto de S/60,396.98 y para el 2026 de S/126.077.81 soles.

Al respecto del cálculo de los montos por emplear recursos propios como de terceros, se empleó la tasa de costo promedio ponderado de capital (CPPC). Cuyo valor fue de 6.70%, que se descuentan de los flujos de caja económico, Además permite realizar el análisis de los principales indicadores económicos como el valor actual financiero (VANE), la tasa interna de retorno económica (TIRE), indicador beneficio-costos (B/CE) y el periodo de recuperación de la inversión. Cuyos resultados se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 18. Indicadores de la evaluación económica

Evaluación Económica	
VANE	278710,27
TIRE	86%
B/CE	1,21
PERIODO DE RECUPERO	1 año 4 meses y 6 días

Fuente: Elaboración Propia

En base a la tabla 15, el VANE es mayor de cero, cuyo valor fue de S/ 278.710.27, indicando que es rentable económicamente porque la inversión del proyecto será mayor a la que se obtiene a una tasa de costo promedio ponderado de capital de 6.70%. Por otra parte, por cada sol invertido se obtiene 0.21 de ganancia dentro del indicador beneficio/costos, pero no nos indica sobre la conveniencia de ejecutar dicho proyecto.

Al respecto del periodo de recuperación, esta se logra recuperar en un máximo de un año 4 meses y 6 días, infiriendo que la inversión se recupera en el corto y mediano plazo, siendo un buen indicador para realizar el proyecto. Para finalizar la TIR económica es de 86% mayor

al costo promedio ponderado del capital (6.70%/), concluyendo que el proyecto de forma económica es rentable y conviene ejecutarlo.

5.3.2. Evaluación financiera

En este apartado se describirá la evaluación financiera dentro del proyecto de investigación. Para lo cual es necesario mirar el flujo de caja financiero que se ha proyectado cada año. Es necesario recordar que este flujo es con financiamiento externo, es decir, una entidad bancaria a través de un préstamo brinda dinero. En ese sentido la inversión total se financia en un 80% por capital propio y por préstamo el 20%, ascendiendo a un monto de S/31,090.67 soles.

Tabla 19. Flujo de caja financiero proyectado 2022-202

CONCEPTO	0	2021	2022	2023	2024	2025
I. INGRESOS		S/ 422.081,36	S/ 462.279,58	S/ 502.477,80	S/ 542.676,03	S/ 582.874,25
II. EGRESOS		S/ 361.684,38	S/ 396.297,51	S/ 416.816,22	S/ 436.829,23	S/ 456.796,45
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-78995,43728	S/ 60.396,98	S/ 65.982,07	S/ 85.661,58	S/ 105.846,79	S/ 126.077,81
PRESTAMO	29978,49	S/ 5.995,70				
Amortización		S/ 1.887,93	S/ 2.378,80	S/ 2.997,29	S/ 3.776,58	S/ 4.758,49
Interes		S/ 4.107,76	S/ 3.616,90	S/ 2.998,41	S/ 2.219,12	S/ 1.237,21
Escudo Tributario		S/ 1.211,79	S/ 1.066,99	S/ 884,53	S/ 654,64	S/ 364,98
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-49016,95	S/ 55.613,07	S/ 61.053,36	S/ 80.550,42	S/ 100.505,74	S/ 120.447,09
SALDO DE CAJA ACUMULADA	0	S/ 55.613,07	S/ 61.053,36	S/ 80.550,42	S/ 100.505,74	S/ 120.447,09

Fuente: Elaboración Propia

Como se trata de flujo de caja financiero se parte desde el flujo de cada económico, al cual en el periodo de inversión (año 0), se resta el préstamo, además de la amortización, intereses en todos los periodos. El escudo tributario este compuesto por el gasto financiero el

que se resta de la utilidad antes de calcular el impuesto a la renta. Para el 2022 el flujo fue de S/ 55,613,07 soles y para el 2026 fue de S/120.447.09.

Por otra parte, por considerar la inversión propia con el descuento del flujo financiero financiado por préstamo, se empleará la tasa de costo de oportunidad del inversionista o costo de oportunidad del capital (COK), cuyo valor fue de 17%, en función a esta tasa se realiza el descuento de los flujos financieros, realizándose el análisis financiero proyectado. Los principales indicadores son el valor actual neto financiero (VANF), la tasa de interna de retorno financiera (TIRF), el indicador de beneficio-costo (B/CF) y el periodo de recuperación de la inversión.

Tabla 20. Indicadores de la evaluación financiera

Evaluación Financiera	
VANF	208726,50
TIRF	127%
B/CF	1,21
PERIODO DE RECUPERO	10 meses y 8 días

Elaboración: Propia

En base a la tabla 17, el VANF es mayor a cero, cuyo valor fue de S/208,725.50 soles, indicando que el inversionista si obtiene beneficios llevando a cabo el proyecto de inversión que invirtiendo a un COK de 17%, siendo rentable en el tiempo, Por otra parte, la relación beneficio/costo es de 1.21 donde se deduce que por cada sol invertido se obtiene 0.17 de beneficio.

También se puede observar que el periodo de recuperación de la inversión es de 10 meses y 8 días, indicando que la inversión se recuperará en el corto y mediano plazo. Lo cual es

un buen indicador para realizar la inversión y ejecución del proyecto. La TIR financiera es de 127% mayor a la del COK 17%, demostrando una vez más que el proyecto de manera financiera es rentable y conviene realizarlo.

Capítulo 6

Conclusiones y recomendaciones

El mayor incentivo de haber realizado la investigación y planeación de esta idea de negocio es que actualmente el planeta ya está muy enfermo de la contaminación ambiental y las empresas con poca conciencia, los desechos agroindustriales y el desconocimiento de su mejor uso es un problema que afecta directamente al planeta, porque estos residuos son desechados. Buscamos poder exportar esta cascarilla de cacao que se obtiene del descascarillado de la semilla para que se le dé un mejor uso, con la generación de un producto con valor comercial, brindándole al consumidor alemán una solución práctica para el problema de salud que padecen (Enfermedad cardiovascular) que según información validada acerca de sus beneficios contiene un alto grado de magnesio que ayuda a regular estos problemas.

Fue una pieza clave conocer más al consumidor, es por ello que se aplicó diferentes métodos para poder obtener información importante y necesaria que puedan ayudarnos a entender que es lo que quieren, lo que buscan, lo que sienten, piensan, sus mayores frustraciones para estar alineados con la necesidad del consumidor, un claro ejemplo de los métodos que se usaron fue cuestionarios, encuestas etc.

Es realmente novedoso la forma en que las metodologías Design thinking y Lean Startup te ayudan a conseguir tu producto mínimo viable con las características, funciones que el consumidor desea, ya mencionado anteriormente muchas empresas lanzan al mercado productos de manera rápida sin que estos pasen por un tipo de prueba antes,

generando gastos al momento que el producto fracasa por no haber tenido la aceptación y no haber primero analizado el mercado al cuál está dirigido el producto ni haber estudiado al consumidor final.

Según información recolectada y obtenida el consumidor alemán es un gran consumidor de bebidas calientes y derivados de cacao, según encuestas realizadas afirman que consumirían nuestro producto, pero se nos da a conocer también la exigencia de este mercado, ya que buscan productos con certificaciones orgánicas, buena presentación y sobre todo lo más natural posible.

El consumidor o público objetivo elegido dice estar cansado de encontrar dentro del mercado productos con mucha azúcar y químico, es por ello que muchos de ellos están optando por productos sustitutos que tengan mayor valor nutricional a los que actualmente consumen para cuidar su salud.

La Cascarilla de cacao es un producto con un gran potencial de ser exportado hacia el mercado Alemán debido a que en el análisis del plan financiero nos damos cuenta que las utilidades arrojan resultados muy positivos, incluso mientras más incrementa la demanda de esta cascarilla del año 1 al año 5 mayor utilidad se obtendrá de ello, considerando que nosotros buscamos seguir posicionándonos más adelante en más lugares de Alemania , podríamos ganar mercado e incrementar nuestra demanda.

Se toma por conclusión que el producto es novedoso y aún un no existe producto igual, no dentro del mercado alemán y se puede concluir que el proyecto tiene resultados

económicos, favorables y rentables dentro de la empresa y que en corto , mediano plazo estaríamos recuperando lo que habríamos invertido en el proyecto.

Recomendaciones

Se recomienda que seguir generando nuevas ideas es una opción necesaria para competir dentro del mercado alemán, Boun Cacao debe estar en constante innovación, exportar y lanzar nuevos productos al mercado.

Se recomienda que si se desea vender con marca propia se debe contar con un distribuidor, ya que sería la mejor forma de que el producto final sea exportado y logre ser conocido , distribuido en varios supermercados y lugares logrando de manera más rápida mayor posicionamiento.

Se recomienda tener una relación , alianza larga y amigable con nuestro socio estratégico de Asociación Aspro las Lomas ya que él nos proveerá la materia prima que necesitamos para poder realizar la exportación del producto.

Se recomienda sacar más adelante la certificación de calidad Iso 9001 del producto para tener mucha más ventaja competitiva que nuestra competencia, teniendo certificados diferenciados que le dan mayor valor al producto.

Por último se recomienda seguir incrementando las nuevas prácticas y elaborar más productos de los desechos agroindustriales, cómo por ejemplo usar la cascarilla del café para la creación de vasos biodegradables,

la idea es darles uso a estos residuos y que logren generar un impacto ambiental positivo dentro de nuestro planeta generando a la vez ingresos.

Capítulo 7

Referencias bibliográficas

Adex. (2021). *Oportunidades en Alemania para productos funcionales*. Obtenido de https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2021/10/Oportunidades-en-Alemania-para-Productos-Funcionales_2021_presentaci%C3%B3n.pdf

Adex. (Oportunidades en Alemania). Obtenido de https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2021/10/Oportunidades-en-Alemania-para-Productos-Funcionales_2021_presentaci%C3%B3n.pdf

Aduanet. (2020). *DUA* . Perú: Aduanet.

Amgen. (2018). *Enfermedad Cardiovascular* . Obtenido de <https://www.amgen.de/medien/news/378/herz-kreislauf-erkrankungen-sind-todesursache-nummer-1-in-deutschland/>

Banco Mundial. (2019). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SH.DYN.NCOM.ZS?locations=DE>

cacao, C. d. (2019). Obtenido de [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/20-50%20\(2019\)/151561447004/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/20-50%20(2019)/151561447004/)

Centre, I. T. (2020). *Aranceles*. Obtenido de <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=276&partner=604&product=1802000000&level=8>

i. (s.f.).

Kotler. (2004). *Investigación de Mercado*.

Map, T. (2021). *Lista de países importadores para el producto seleccionado*. Trade Map.

Merino, P. .. (2001). *Investigación de Mercados*. Obtenido de

https://eprints.ucm.es/id/eprint/11230/1/La_Investigaci%C3%B3n_de_Mercados_en_la_Empresa.pdf

Mincetur. (2013). Obtenido de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/349166/Cacao.pdf>,
mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/05_03_02.html

Mincetur. (2013). *Alemania*. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/PDM-Alemania.pdf)

[content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/PDM-Alemania.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/PDM-Alemania.pdf)

Mincetur. (2020). *Acuerdos comerciales y Regulaciones para las importaciones*. Obtenido de

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/05_02.html

Mincetur. (2022). *Plan de desarrollo de Mercado (Alemania)*. Obtenido de

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/perfil_cacao.html#:~:text=En%20Alemania%20no%20existen%20cultivos,de%20cacao%20en%20la%20UE.

Mincetur. (s.f.). *Ficha tècnica del Cacao Criollo*. Obtenido de

<file:///C:/Users/1349262/Downloads/ficha-tecnica11-cultivo-cacao.pdf>

Normando Salvador, E. E. (2012). *Manual Cultivo de Cacao de Piura*. Obtenido de

<http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/04/Manual-de-cacao-24.09.pdf>

Nutrición, R. d. (2014). Obtenido de <https://www.alanrevista.org/ediciones/2014/2/art-7/>

Procomer. (2017). *Consumo de Te en Alemania*. Obtenido de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/consumo-de-te-en-alemania/#:~:text=En%202016%2C%20Alemania%20consumi%C3%B3%20alrededor,el%20t%C3%A9%20verde%20y%20negro.

Proporcional, M. (s.f.). Obtenido de https://www.who.int/nmh/countries/deu_es.pdf

Redalyc. (s.f.). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/496/49615114.pdf>

Redalyc. (2004). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/549/54928232009.pdf>

Redalyc. (2008). Seis sombreros para pensar. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847449002.pdf>

Redalyc. (2014). Kotler y Armstrong. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>

REWE. (s.f.). Obtenido de <https://www.rewe.de/suche/?search=tee#products>

Ries, E. (2018). Desarrollo y aplicación del emprendimiento. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n84/0120-8160-ean-84-00079.pdf>

salud, I. n. (2020). Datos sobre el Magnesio. Obtenido de <https://ods.od.nih.gov/pdf/factsheets/Magnesium-DatosEnEspanol.pdf>

Salud, I. N. (2020). *Magnesio*. Instituto Nacional de la Salud. Obtenido de <https://ods.od.nih.gov/factsheets/Magnesium-DatosEnEspanol/5073/history/?l=es>

Salud, O. M. (2018). *ENT Perfiles de países*.

Salud, O. M. (2018). *RIESGO DE MORTALIDAD PREMATURA DEBIDO A ENT*. Ginebra, Suiza: ENT Perfiles de países. Obtenido de https://www.who.int/nmh/countries/deu_es.pdf

Scielo. (2020). *Design Thinking*. Lima: Design Thinking. Obtenido de

<http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2415->

[09592020000200365&script=sci_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2415-09592020000200365&script=sci_arttext)

Scielo. (s.f.). El mercado mundial del cacao. Obtenido de

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542004000100004

Statista. (2020). *Marcas de infusiones más populares*. Obtenido de

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181861/umfrage/konsum-teemarken-im-letzten-monat/>

Statista. (2021). Estadística de Consumo de bebidas Calientes. Obtenido de

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181387/umfrage/haeufigkeit-konsum-von-kakao-trinkschokolade/>

Sunat, A. D. (2021). *Oportunidades en Alemania*. Obtenido de

https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2021/10/Oportunidades-en-Alemania-para-Productos-Funcionales_2021_presentaci%C3%B3n.pdf

Capítulo 8: Anexos

Anexo 1. Entrevista a proveedora de la Asociación Aspro las Lomas

✓ <https://www.youtube.com/watch?v=ArX0YeJ7VOM&t=804s>

Anexo 2. Enlace de Cuestionario

✓ <https://www.surveio.com/survey/d/G1X1G1U6Q3J0A4N0A>

1. ¿Consumes a menudo bebidas calientes ?

Trinken Sie oft heiÙe Getränke?

Opini3n 1

Ja

Traducci3n

Si

Opini3n 2

Nein

Traducci3n

No

Opini3n 3

Ja

Traducci3n

Si

Opini3n 4

Ja

Traducci3n

Si

Opini3n 5

Ja

Traducci3n

Si

2. ¿ Tu o tu entorno sufren de alg3n tipo de enfermedad?

Leiden Sie oder Ihr Umfeld an einer Krankheit

Opini3n 1

Ich pers3nlich leide an Asthma

Traducci3n

Yo personalmente sufro de asma

Opini3n 2

Ich habe keine Krankheit, aber in meiner Familie, m3tterlicherseits, leiden zwei meiner Onkel an einer Herzkrankheit, weshalb sie tglich eine Tablette nehmen, um sie zu kontrollieren.

Traducci3n

No tengo ninguna enfermedad, pero en mi familia, por parte de mi madre, dos de mis t3os tienen enfermedades del coraz3n, por lo que toman una pastilla al d3a para controlarla.

Opini3n 3

In meiner Familie leidet meine Mutter an ihrem Herzen

Traducci3n

En mi familia, mi madre sufre de coraz3n

3. ¿ Para que una bebida saludable cumpla tus necesidades , que deber3a tener?

Was sollte ein gesundes Getrnk haben, das Ihren Bed3rfnissen entspricht?

Opini3n 1

hier versucht man meistens bio-getrnke zu konsumieren, das nat3rlichste was man bekommen kann

Traducci3n

Aqu3 se intenta consumir mayoritariamente bebidas orgnicas, lo ms natural que se puede conseguir

Opini3n 2

dass es keinen Zucker enthält, dass es Vitamine enthält und vor allem nat3rlich ist

Traducci3n

Que no contenga az3car, que contenga vitaminas y sobre todo natural.

Opini3n 3

F3r mich sollten Babys keinen zugesetzten Zucker enthalten, da der Konsum von viel Zucker Candida erh3ht und danach Krankheiten wie Diabetes kommen

Traducci3n

Para m3, las bebidas s no deber3an tener az3cares agregados porque consumir mucha az3car aumenta la candida y siguen enfermedades como la diabetes.



2. ¿ Tu o tu entorno sufren de algún tipo de enfermedad?

Leiden Sie oder Ihr Umfeld an einer Krankheit

4. Opinión

Ich habe Diabetes und Bluthochdruck.

Traducción

Tengo diabetes y presión arterial alta.

Opinión 5

Ja, seit ca. 3 Jahren habe ich Probleme mit dem Herzen, das sind Herzrasen und ab und zu habe ich meine Vorsorgeuntersuchungen

Traducción

Si, desde hace unos 3 años tengo problemas del corazón, que son taquicardias y de vez en cuando me hago los chequeos

3.¿ Para que una bebida saludable cumpla tus necesidades , que debería tener?

Was sollte ein gesundes Getränk haben, das Ihren Bedürfnissen entspricht?

Opinión 4

Es sollte keine chemischen Bestandteile und keinen Zucker enthalten.

Traducción

No debe contener componentes químicos ni azúcar.

Opinión 5

Das ideale Getränk für mich wäre ein 100% natürliches Getränk, es ist das Beste für die Gesundheit, Getränke aus der Dose mit Konservierungsstoffen zu trinken

Traducción

La bebida ideal para mi sería una bebida 100% natural, lo mejor para la salud es tomar bebidas enlatadas sin conservantes



4. ¿ Has oído alguna vez sobre bebidas naturales con propiedades curativas para el cuerpo ?

Haben Sie schon einmal von natürlichen Getränken mit heilenden Eigenschaften für den Körper gehört?

Opinión 1

habe ich gelegentlich gehört, aber ich habe sie nie konsumiert

Traducción

Lo he escuchado de vez en cuando, pero nunca lo he usado.

Opinión 2

ja natürlich, ein klares Beispiel, die meisten Menschen in Deutschland konsumieren wegen ihres hohen Nährwerts und weil sie nach biologischen Getränken suchen, eher Mandelmilch als herkömmliche Milch

Traducción

Si claro, un claro ejemplo, la mayoría de personas en Alemania consumen leche de almendras en vez de leche normal por su alto valor nutritivo y porque buscan bebidas orgánicas

Opinión 3

ja, sie sagen, dass Pflanzenaufgüsse das Krebsrisiko senken und auch das Immunsystem stimulieren können

Traducción

si, dicen que las infusiones de hierbas pueden reducir el riesgo de cáncer y además estimular el sistema inmunológico

5. ¿ Qué opinas sobre el rubro o mercado de bebidas, infusiones saludables y naturales de empresas ya posicionadas ?

Was denken Sie über die Kategorie oder den Markt für Getränke, gesunde und natürliche Aufgüsse von Unternehmen, die bereits positioniert sind?

Opinión 1

Ich finde es toll, dass Unternehmen natürliche Getränke verkaufen können, zum Beispiel hier in Deutschland trinken junge Leute kalte Getränke, aber ältere Menschen konsumieren viele Aufgüsse

Traducción

Me parece genial que las empresas puedan vender bebidas naturales, por ejemplo aquí en Alemania, los jóvenes toman bebidas frías, pero los mayores consumen muchas infusiones

Opinión 2

Ich denke, sie sollten mehr natürliche Getränke herausbringen und Getränke mit Konservierungsstoffen eliminieren, da dies auf lange Sicht sehr schlecht für die Gesundheit ist

Traducción

Creo que deberían sacar más bebidas naturales y eliminar las bebidas con conservantes ya que a la larga es muy malo para la salud

6. Qué es lo que te decepciona o no te gusta cuando compras un producto?

Was enttäuscht Sie oder gefällt Ihnen nicht, wenn Sie ein Produkt kaufen?

Opinión 1

Was mich enttäuscht, sind die Chemikalien, die die meisten haben, weil sie nicht natürlich sind

Traducción

Lo que me decepciona son los químicos que tiene la mayoría porque no son naturales

Opinión 2

Ich würde kein Produkt kaufen, wenn es nicht meinen Bedürfnissen entspricht

Traducción

No compraría un producto si no satisficiera mis necesidades



4. ¿ Has oído alguna vez sobre bebidas naturales con propiedades curativas para el cuerpo ?

Haben Sie schon einmal von natürlichen Getränken mit heilenden Eigenschaften für den Körper gehört?

Opinión 4
davon habe ich noch nichts gehört
Traducción
no he oído hablar de eso todavía

Opinión 5
ja natürlich, in deutschland werden viele natürliche getränke konsumiert, die menschen bevorzugen getränke, die dem menschlichen körper nährwert liefern können, heutzutage verkaufen sie einige natürliche getränke, die aus pflanzen hergestellt werden

Traducción
Sí, por supuesto, muchas bebidas naturales se consumen en alemania, la gente prefiere bebidas que pueden proporcionar valor nutricional al cuerpo humano, hoy en día venden algunas bebidas naturales que están hechas de plantas

5. ¿ Qué opinas sobre el rubro o mercado de bebidas, infusiones saludables y naturales de empresas ya posicionadas ?

Was denken Sie über die Kategorie oder den Markt für Getränke, gesunde und natürliche Aufgüsse von Unternehmen, die bereits positioniert sind?

3.Opinión
Ich denke, dass die Menschen aufhören sollten, konservierte Getränke zu trinken und natürliche Getränke zu trinken, sie haben große gesundheitliche Vorteile
Traducción
Creo que la gente debería dejar de tomar bebidas enlatadas y empezar a tomar bebidas naturales, tienen grandes beneficios para la salud

Opinión 4
Dass einige nicht so gesund oder natürlich sind, da sie Komponenten enthalten, die dem Körper schaden.
Traducción
Que algunos no son tan saludables ni naturales ya que contienen componentes malos para el organismo.

Opinión 5
Ich denke, dass traditionelle Getränke gegen natürliche ausgetauscht werden sollten und noch besser, wenn es sich um Getränke von namhaften Unternehmen handelt
Traducción
Creo que se deberían cambiar las bebidas tradicionales por las naturales, y mejor si se trata de bebidas de empresas de renombre.

6. Qué es lo que te decepciona o no te gusta cuándo compras un producto?

Was enttäuscht Sie oder gefällt Ihnen nicht, wenn Sie ein Produkt kaufen?

Opinión 3
Bevor ich ein Produkt kaufe, schaue ich auf die Rückseite des Etiketts, wie viel Zucker und wie viele Kalorien es hat. Oft kaufen und konsumieren wir Dinge, ohne zu wissen, dass es unserem Körper schadet, und ich bin enttäuscht darüber. Sehen Sie sich die große Menge an Zucker an, die industrielle Säfte enthalten können
Traducción
Antes de comprar un producto, miró el reverso de la etiqueta para ver cuánta azúcar y cuántas calorías tiene. Muchas veces compramos y consumimos cosas sin darnos cuenta que es malo para nuestro organismo y eso me decepciona, miren la gran cantidad de azúcar que pueden contener los jugos industriales.

Opinión 4
die schlechte Qualität und der hohe Zuckeranteil einiger Produkte, auch der hohe Preis von Produkten, die nicht meinen Bedürfnissen entsprechen.
Traducción
La mala calidad y alto contenido de azúcar de algunos productos, también el alto precio de productos que no cubren mis necesidades.



6. Qué es lo que te decepciona o no te gusta cuándo compras un producto?

Was enttäuscht Sie oder gefällt Ihnen nicht, wenn Sie ein Produkt kaufen?

Opinión 5
Was mich enttäuscht, ist, Menschen zu sehen, die viel Limonade konsumieren und wissen, dass es schädlich ist. Wenn ich ein Produkt kaufe, schaue ich mir an, was dieses Produkt enthält, und ich analysiere, wie gut es für meine Gesundheit sein kann, bevor ich es konsumiere

Traducción
Lo que me decepciona es ver a la gente consumir muchos refrescos y saber que es dañino. Cuando compro un producto, miro lo que contiene ese producto y analizo lo bueno que puede ser para mi salud antes de consumirlo

7. ¿ Que pensarías tu si dentro del mercado , se sacará una bebida caliente de chocolate con alto valor nutricional , que te ayudara a regular diversas enfermedades ?

Was würden Sie denken, wenn ein Getränk mit heißem Schokoladengeschmack und hohem Nährwert auf den Markt gebracht würde, das Ihnen helfen würde, verschiedene Krankheiten zu regulieren?

Opinión 1
Ich bin mir sicher, dass es hier in Deutschland viel konsumiert würde, besonders im Winter, wo fast die gesamte Bevölkerung heiße Schokolade konsumiert und noch besser, wenn sie tolle Eigenschaften hat

Traducción
Seguro que se consumiría mucho aquí en Alemania, sobre todo en invierno cuando casi toda la población consume chocolate a la taza y mejor si tiene grandes propiedades

Opinión 2
Es wäre großartig, weil es in München morgens normalerweise sehr kalt ist und die Leute zwischendurch Kaffee oder heiße Schokolade konsumieren, und ich bin mir sicher, dass sie die traditionelle Schokolade wegen der Vorteile, die sie bietet, gegen dieses neue Getränk austauschen würden

Traducción
Sería genial porque en Munich suele hacer mucho frío por las mañanas y la gente toma café o chocolate caliente entre medias y seguro que cambiarían el chocolate tradicional por esta nueva bebida por los beneficios que ofrece

Opinión 3
Ich glaube, ich würde es kaufen, um es auszuprobieren, und wenn ich Ergebnisse sehe, würde ich es mit meiner ganzen Familie konsumieren, hier in Deutschland trinken sie normalerweise morgens und abends viel Schokolade und Kaffee als Getränke.

Traducción
Creo que lo compraría para probar y si veo resultados lo consumiría con toda mi familia, aquí en Alemania suelen tomar mucho chocolate y café como bebidas en la mañana y en la noche.

7.¿ Qué pensarías tú si dentro del mercado , se sacará una bebida caliente de chocolate con alto valor nutricional , que te ayudará a regular diversas enfermedades ?

Was würden Sie denken, wenn ein Getränk mit heißem Schokoladengeschmack und hohem Nährwert auf den Markt gebracht würde, das Ihnen helfen würde, verschiedene Krankheiten zu regulieren?

Opinión 4

Ich müsste zuerst versuchen, ob ich seinen Geschmack mag, danach, wenn ich das Produkt wirklich mag, würde ich es weiter konsumieren, um zu sehen, ob es mir wirklich zugute kommt oder meine Gesundheit verbessert.

Traducción

Tendría que probarlo primero si me gusta su sabor, después si me gusta mucho el producto lo seguiría consumiendo para ver si realmente me beneficia o mejora mi salud.

Opinión 5

ohne darüber nachzudenken, würde ich es kaufen und beweisen, wie sehr es mir bei meinem Problem helfen könnte, da ich mit diesem Problem anfang, mein Leben sich veränderte, sie mir sagten, ich solle Sport treiben und zusammen mit einigen Pillen, um mein Herzproblem zu kontrollieren, hatte ich a Herzinfarkt vor 3 Jahren, weil meine Arterien voller Fett waren, also empfahlen sie mir, alles gesund zu essen, deshalb, wenn es einen Tee gäbe, der mir bei diesem Problem helfen würde, würde ich ihn kauf

Traducción

sin pensarlo dos veces lo compraría y probaría lo mucho que me podría ayudar con mi problema desde que comencé con este problema me cambió la vida me dijeron que hiciera ejercicio y junto con unas pastillas para tratar mi problema cardíaco para controlar tuve un infarto 3 hace años porque mis arterias estaban llenas de grasa por lo que me aconsejaron que comiera todo sano por lo tanto si hubiera un té que me ayudara con este problema lo compraría



Anexo 3. Enlace de Encuesta

✓ <https://www.surveio.com/survey/d/U7I3X5L4E7U5F8G1S>

Anexo 4. Viaje a las Lomas

✓ https://youtube.com/shorts/3En_xuG1UYM?feature=share

Anexo 5. Feria de cacao en el parque infantil

✓ <https://youtube.com/shorts/-pHgXGj8jxQ?feature=share>

Anexo 6. Video elevador Pitch

✓ https://www.instagram.com/tv/CZ76C3rIXSO/?utm_medium=copy_link

Anexo 7. Enlace de Landing Page

✓ <https://gabita26001.wixsite.com/my-site>

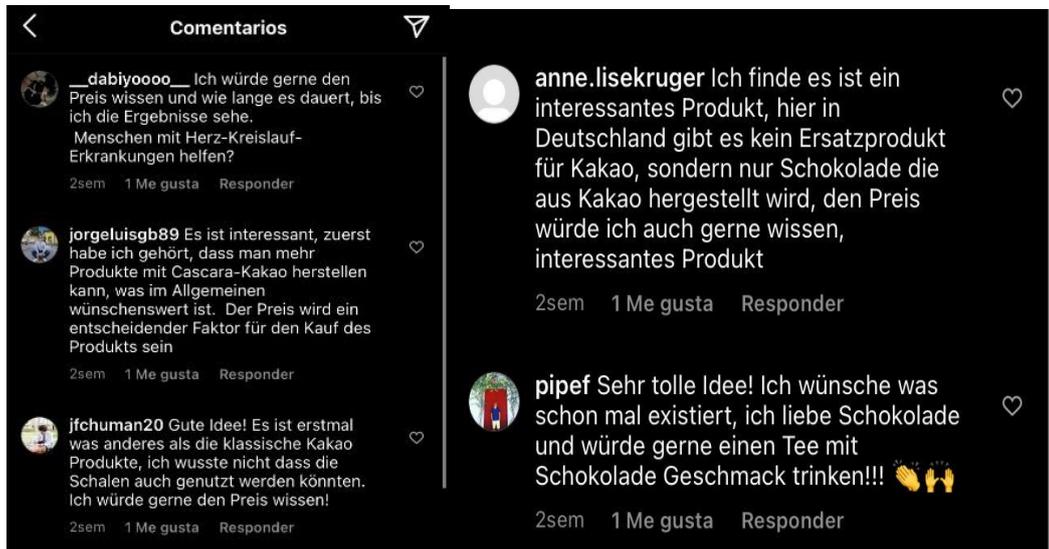
Instagram

✓ https://www.instagram.com/boun_cacao/

Facebook

✓ <https://www.facebook.com/Boun-Cacao-110845088168322>

Anexo 8. Opinión sobre el proyecto en Instagram



Opinión del Consumidor con respecto al proyecto

Opinión 1 :

“Sehr tolle Idee! Ich wünsche was schon mal existiert, ich liebe Schokolade und würde gerne einen Tee mit Schokolade Geschmack trinken!!! “

Traducción

“ ¡Muy buena idea! , amo el chocolate y me encantaría tomar un té con sabor a chocolate! “

Opinión 2

Also, das Projekt finde ich schon interessant, ich wusste nicht dass man Tee aus den Schalen machen könnte. Wenn der Preis nicht so hoch ist würde ich es gerne ausprobieren!

Traducción

Bueno, el proyecto me parece interesante, no sabía que se podía hacer té con la cascarilla . Si el precio no es tan alto me gustaría probarlo!

Opinión 3

“Das Projekt ist interessant, das Produkt sieht gut aus aber ich fand das Video etwas langweilig”

Traducción

El proyecto es interesante, el producto se ve bien pero el video me pareció un poco aburrido

Opinión 4

“Ja, es sieht interessant aus, aber ich denke es fehlt mehr Info, wie z.B. wie der Tee gemacht wird, wie viel es kostet, ob es Studien gibt die die erwähnte Vorteile nachweisen usw.”

Traducción

Sí, parece interesante, pero creo que falta más información, como cómo se hace el té, cuánto cuesta, si hay estudios que muestren los beneficios mencionados, etc.



Opinión 5

Gute Idee! Es ist erstmal was anderes als die klassische Kakao Produkte, ich wusste nicht dass die Schalen auch genutzt werden könnten. Ich würde gerne den Preis wissen!

Traducción

“¡Buena idea! Es algo diferente a los productos clásicos de cacao, no sabía que también se podían usar las cáscaras. quisiera saber el precio!”

Ich finde es ist ein interessantes Produkt, hier in Deutschland gibt es kein Ersatzprodukt für Kakao, sondern nur Schokolade die aus Kakao hergestellt wird, den Preis würde ich auch gerne wissen, interessantes Produkt

Opinión 6

Ich finde es ist ein interessantes Produkt, hier in Deutschland gibt es kein Ersatzprodukt für Kakao, sondern nur Schokolade die aus Kakao hergestellt wird, den Preis würde ich auch gerne wissen, interessantes Produkt

Traducción

“Me parece un producto interesante, aquí en Alemania no existe producto sustitutivo del cacao, solo chocolate hecho a base de cacao, también me gustaría saber el precio, producto interesante”

Opinión 7

Es ist interessant, zuerst habe ich gehört, dass man mehr Produkte mit Cascara-Kakao herstellen kann, was im Allgemeinen wünschenswert ist. Der Preis wird ein entscheidender Faktor für den Kauf des Produkts sein

Traducción

Es interesante, primero escuché que se pueden hacer productos de cacao cómo cascara de cacao . El precio será un factor decisivo en la compra del producto.

Opinion 8

Ich würde gerne den Preis wissen und wie lange es dauert, bis ich die Ergebnisse sehe. Menschen mit Herz-Kreislauf-Erkrankungen helfen?

Traducción

Quisiera saber el precio y en cuanto tiempo se ven los resultados , ¿Ayuda a las personas con enfermedades cardiovasculares?

**Anexo 9.** Video opinando sobre el proyecto

En el siguiente Anexo se da a mostrar la opinión del proyecto de un residente que vive en Alemania.

- ✓ <https://drive.google.com/file/d/1z6jd-EuigxazVxClofQKFZM-kfKKwRZW/view>

Anexo 10. Cotización de Bolsas Biodegradable

En este anexo se muestra la cotización a la empresa proveedora de los empaques.

Cotización Alico Recibidos



Carolina Correa 26 ene.
para yo, Cristian ▾



Buenas Tardes Gaby,

A continuación cotizo la bolsa 100% compostable para Café, el valor que te voy a cotizar es por 1,000 bolsas puestas en Lima.

*Sujetas a disponibilidad

Capacidad 500grs.
Sin Impresión

Quedo muy atenta.

Carolina Correa

REFERENCIA (capacidad)	SIN ADITAMENTO	EMPAQUE
8.8x32xFLA 6.5cm (500g)	C54031 USD 372	1,000 unidades

Anexo 11. Planillas de los trabajadores

En el siguiente cuadro se muestra todas las áreas que serán participes dentro de nuestro proyecto , mostrando tambien , las planillas y beneficios que serán brindados al ser partes de nuestra empresa.

Datos del Personal Boun Cacao		
Personal Administrativo		
1.	Gerente General	S/ 2.000,00
2.	Asistente de Contabilidad	S/ 1.500,00
3.	Auxiliar de Contabilidad	S/ 1.000,00
4.	Asistente de Marketing	S/ 1.500,00
5.	Auxiliar de Marketing	S/ 1.000,00
6.	Recursos Humanos	S/ 1.500,00
7.	Á. de ventas vendedor 1	S/ 1.200,00
8.	A. De Ventas vendedor 2	S/ 1.200,00
9.	A. De Compras 1	S/ 1.200,00
10.	A. De compras 2	S/ 1.200,00
Personal de Fabricación		
1.	Operario 1	S/ 1.100,00
2.	Operario 2	S/ 1.100,00
3.	Operario 3	S/ 1.100,00
Personal de Limpieza		
1.	P.Limpieza	S/ 1.000,00
2.	P.Limpieza	S/ 1.000,00

N.	Planillas	Unidad de Medida	Cantidad	Sueldo	Total	Vacaciones	Gratificación	Gratificación Mensual	Bonificación Extraordinaria Mensual	Bonificación Extraordinaria	CTS	CTS Mensual	Seguro Obligatorio	Essalud	Essalud Anual	Beneficios sociales Mensuales	Total de Gasto Mensual	Año Numero 1
1.	Gerente General	Mes	1	S/ 2.000,00	S/ 24.000,00	S/ 1.000,00	S/ 2.000,00	S/ 166,67	S/ 15,00	S/ 180,00	S/1.166,67	S/ 97,22	S/ 60,00	S/180,00	S/ 2.250,00	S/ 547,30	S/ 2.554,72	S/ 28.586,67
2.	Asistente de Contabilidad	Mes	1	S/ 1.500,00	S/ 18.000,00	S/ 750,00	S/ 1.500,00	S/ 125,00	S/ 11,25	S/ 135,00	S/ 875,00	S/ 72,92	S/ 60,00	S/135,00	S/ 1.687,50	S/ 411,72	S/ 1.917,29	S/ 21.455,00
3.	Auxiliar de Contabilidad	Mes	1	S/ 1.000,00	S/ 12.000,00	S/ 500,00	S/ 1.000,00	S/ 83,33	S/ 7,50	S/ 90,00	S/ 583,33	S/ 48,61	S/ 60,00	S/ 90,00	S/ 1.125,00	S/ 276,15	S/ 1.279,86	S/ 14.323,33
4.	Asistente de Marketing	Mes	1	S/ 1.500,00	S/ 18.000,00	S/ 750,00	S/ 1.500,00	S/ 125,00	S/ 11,25	S/ 135,00	S/ 875,00	S/ 72,92	S/ 60,00	S/ 135,00	S/ 1.687,50	S/ 411,72	S/ 1.917,29	S/ 21.455,00
5.	Auxiliar de Marketing	Mes	1	S/ 1.000,00	S/ 12.000,00	S/ 500,00	S/ 1.000,00	S/ 83,33	S/ 7,50	S/ 90,00	S/ 583,33	S/ 48,61	S/ 60,00	S/ 90,00	S/ 1.125,00	S/ 276,15	S/ 1.279,86	S/ 14.323,33
6.	Recursos Humanos	Mes	1	S/ 1.500,00	S/ 18.000,00	S/ 750,00	S/ 1.500,00	S/ 125,00	S/ 11,25	S/ 135,00	S/ 875,00	S/ 72,92	S/ 60,00	S/ 135,00	S/ 1.687,50	S/ 411,72	S/ 1.917,29	S/ 21.455,00
7.	Á. de ventas vendedor 1	Mes	1	S/ 1.200,00	S/ 14.400,00	S/ 600,00	S/ 1.200,00	S/ 100,00	S/ 9,00	S/ 108,00	S/ 700,00	S/ 58,33	S/ 60,00	S/ 108,00	S/ 1.350,00	S/ 330,38	S/ 1.534,83	S/ 17.176,00
8.	A. De Ventas vendedor 2	Mes	1	S/ 1.200,00	S/ 14.400,00	S/ 600,00	S/ 1.200,00	S/ 100,00	S/ 9,00	S/ 108,00	S/ 700,00	S/ 58,33	S/ 60,00	S/ 108,00	S/ 1.350,00	S/ 330,38	S/ 1.534,83	S/ 17.176,00
9.	A. De Compras 1	Mes	1	S/ 1.200,00	S/ 14.400,00	S/ 600,00	S/ 1.200,00	S/ 100,00	S/ 9,00	S/ 108,00	S/ 700,00	S/ 58,33	S/ 60,00	S/ 108,00	S/ 1.350,00	S/ 330,38	S/ 1.534,83	S/ 17.176,00
10.	A. De compras 2	Mes	1	S/ 1.200,00	S/ 14.400,00	S/ 600,00	S/ 1.200,00	S/ 100,00	S/ 9,00	S/ 108,00	S/ 700,00	S/ 58,33	S/ 60,00	S/ 108,00	S/ 1.350,00	S/ 330,38	S/ 1.534,83	S/ 17.176,00
Total de planillas administrativas					S/ 159.600,00	S/ 6.650,00	S/ 13.300,00	S/ 1.108,33	S/ 99,75	S/ 1.197,00	S/ 7.758,33	S/ 646,53	S/ 600,00	S/ 1.197,00	S/ 14.962,50	S/ 3.656,28	S/ 17.005,65	S/ 190.302,33

N.	Planillas	Unidad de		Sueldo	Total	Vacaciones	Gratificación		Bonificación		CTS	CTS Mensual	Seguro Obligatorio	Essalud	Essalud Anual	Beneficios sociales Mensuales	Total de Gasto Mensual	Año Numero 1
		Medida	Cantidad				Mensual	Mensual	Extraordinaria	Extraordinaria								
1.	Operario	Mes	1	S/ 1.100,00	S/ 13.200,00	S/ 550,00	S/ 1.100,00	S/ 91,67	S/ 8,25	S/ 99,00	S/ 641,67	S/ 53,47	S/ 60,00	S/ 99,00	S/ 1.237,50	S/ 303,26	S/ 1.407,35	S/ 15.749,67
2.	Operario	Mes	1	S/ 1.100,00	S/ 13.200,00	S/ 550,00	S/ 1.100,00	S/ 91,67	S/ 8,25	S/ 99,00	S/ 641,67	S/ 53,47	S/ 60,00	S/ 99,00	S/ 1.237,50	S/ 303,26	S/ 1.407,35	S/ 15.749,67
3.	Operario	Mes	1	S/ 1.100,00	S/ 13.200,00	S/ 550,00	S/ 1.100,00	S/ 91,67	S/ 8,25	S/ 99,00	S/ 641,67	S/ 53,47	S/ 60,00	S/ 99,00	S/ 1.237,50	S/ 303,26	S/ 1.407,35	S/ 15.749,67

N.	Planillas	Unidad de		Sueldo	Total	Vacaciones	Gratificación		Bonificación		CTS	CTS Mensual	Seguro Obligatorio	Essalud	Essalud Anual	Beneficios sociales Mensuales	Total de Gasto Mensual	Año Numero 1
		Medida	Cantidad				Mensual	Mensual	Extraordinaria	Extraordinaria								
1.	P.Limpieza	Mes	1	S/ 1.000,00	S/ 12.000,00	S/ 500,00	S/ 1.000,00	S/ 83,33	S/ 7,50	S/ 90,00	S/ 583,33	S/ 48,61	S/ 60,00	S/ 90,00	S/ 1.125,00	S/ 276,15	S/ 1.279,86	S/ 14.323,33
2.	P.Limpieza	Mes	1	S/ 1.000,00	S/ 12.000,00	S/ 500,00	S/ 1.000,00	S/ 83,33	S/ 7,50	S/ 90,00	S/ 583,33	S/ 48,61	S/ 60,00	S/ 90,00	S/ 1.125,00	S/ 276,15	S/ 1.279,86	S/ 14.323,33

Anexo 12. Proyección de ingresos y costos

En este anexo se muestra las proyecciones de producción, ingresos, costos de producción , costos y gastos del año 1 al año 5 .

Proyección de Producción Anual					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total de envolturas Diarias	105	115	125	135	145
Producción por mes	2730	2990	3250	3510	3770
Producción Anual	32760	35880	39000	42120	45240
Proyección de Ingresos					
Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Cantidad Producida por año	32760	35880	39000	42120	45240
Precio Proyectado	S/ 12,88				
Total de Ingreso	S/ 422.081,36	S/ 462.279,58	S/ 502.477,80	S/ 542.676,03	S/ 582.874,25
Proyección de Costos de producción					
Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Cantidad Producida por año	32760	35880	39000	42120	45240
Costo Unitario	5,40	5,81	5,64	5,48	5,34
Total de Costos	S/ 176.750,99	S/ 208.427,09	S/ 220.081,11	S/ 230.986,34	S/ 241.793,51
Proyección de Costos y Gastos					
Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Cantidad Porducida por año	32760	35880	39000	42120	45240
Costo unitario	10,8125528	10,53635642	10,00842281	10,00842281	9,541671665
Total de Gastos	S/ 354.219,23	S/ 378.044,47	S/ 390.328,49	S/ 421.554,77	S/ 431.665,23

Anexo 13. Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado se necesitan de las siguientes variables mostradas en el cuadro para hacer la mejor selección de mercado del proyecto.

VARIABLES DE MATRIZ DE SELECCIÓN DEL MERCADO
Población
Inflación
PBI per cápita (USD)
Acuerdos con Perú
Balanza comercial
Acceso al mercado
Aranceles
Cantidad importada (Perú)
Ranking de Doing Business
Transporte
Variables del mercado
Acceso a canales de distribución
Precio promedio
Tendencia de importación

Después de haber considerados las siguientes variables , mostramos a los 5 mayores importadores de cascarilla de cacao en donde los evaluamos y les pusimos una puntuación de acuerdo al resultado de cada variable , decidiendo así que el mejor país para exportar el producto era Alemania.

Matriz de selección de mercados										
Variables/Mercado	Brasil		Argentina		Estados unidos		Alemania		Chile	
	Estadística	Puntuación	Estadística	Puntuación	Estadística	Puntuación	Estadística	Puntuación	Estadística	Puntuación
Población	212.559.409 H	4	45.376.763 H	2	327.167.434 H	5	83.240.525 H	3	19.116.209 H	1
Inflación	2,7	3	3 Tasa I	1	2,3 Tasa I	4	2,9 Tasa I	2	3 Tasa I	1
PBI per cápita (USD)	6.728 USD	2	8.496 USD	3	62.850 USD	5	4.230 USD	1	14.704 USD	4
Acuerdos con Perú	SI "TLC "	5	Si "TLC 2	5	SÍ "TLC"	5	SI "TLC "	5	Si"TLC "	5
Balanza comercial	432.011,76 USD	4	124.148,62 USD	1	975.906,70 USD	5	206,50 USD	3	125.790 USD	2
Aranceles	0% Tarifa	5	0% Tarifa	5	0% Tarifa	5	0% Tarifa	5	0% Tarifa	5
Cantidad importada (Perú)	325.000,00 Kg	5	23.350,00 Kg	4	860,00 Kg	2	20951 Kg	3	545,8 Kg	1
Ranking de Doing Business	124 P	2	126 P	1	6 P	5	22 P	4	59 P	3
Transporte (Flete)	3930 USD	2	4060 USD	1	2655 USD	3	2182.01	5	2250 USD	4
Acceso a canales de distribución	B2C	3	B2C	3	B2C	3	B2B	5	B2B	3
Precio promedio	4 CT kg	4	2 CT kg	3	1 CT kg	1	2 CT kg	2	1 CT kg	1
Tendencia de importación	Buen balance	5	Bajo balance	5	Bajo balance	1	Buen Medio	5	Balance Medio	3
Total		44		34		44		43		33

