



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

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PROYECTO DE INNOVACIÓN “EXPORTACIÓN DE NUGGETS  
DE POTA EMPANIZADOS CON QUINUA HACIA EL MERCADO DE  
CALIFORNIA – EE. UU “**

**Proyecto de innovación para optar el de grado Bachiller en Administración de  
Negocios Internacionales**

**KELY ALEXANDRA RODRÍGUEZ GARCÍA**

**(0009-0004-9792-7968)**

**RUTH DEZIREE SANDOVAL PINGO**

**(0009-0007-6220-135X)**

**Piura - Perú**

**2023**

## **DEDICATORIA**

*Damos gracias a Dios, quien es nuestro guía principal.*

*De igual forma, deseamos expresar nuestro agradecimiento a nuestros padres, ya que su sacrificio y dedicación han sido una constante fuente de inspiración para nosotras. En segundo lugar, expresamos nuestra gratitud a nuestros mentores por su guía y apoyo.*

*Esta tesis es una manifestación de nuestra gratitud hacia aquellos que han sido un sólido apoyo en nuestro camino, para aquellos que confiaron en nosotras cuando teníamos dudas. Gracias por motivarnos y animarnos constantemente.*

*Expresamos nuestro más profundo agradecimiento a todos aquellos que han formado parte de este recorrido.*

# Índice General

<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	8
<b>Introducción</b> .....	9
<b>Capítulo I</b> .....	10
<b>Identificación del problema u oportunidad</b> .....	10
<b>Selección del Problema o Necesidad a Resolver</b> .....	10
<b>Validación del problema</b> .....	15
<b>Descripción de cliente</b> .....	18
<b>CAPITULO II</b> .....	26
<b>Diseño del Producto o Servicio Innovador</b> .....	26
<b>Aplicación de la Metodología Design Thinking</b> .....	26
<b>Características Del Producto O Servicio Innovador Validado</b> .....	53
<b>CAPÍTULO III:</b> .....	57
<b>Elaboración del modelo de negocio</b> .....	57
<b>Definición de la Propuesta de Valor del Negocio</b> .....	57
<b>Elaboración Del Lienzo Del Modelo De Negocio</b> .....	62
<b>Descripción del prototipo de lanzamiento.</b> .....	67
<b>CAPÍTULO IV:</b> .....	70
<b>Validación Del Modelo De Negocio</b> .....	70
<b>Aplicación de la metodología Lean Startup</b> .....	70
<b>Descripción del modelo de negocio validado.</b> .....	82

<b>CAPITULO V</b> .....	84
<b>Análisis de la rentabilidad</b> .....	84
<b>Conclusiones</b> .....	97
<b>Recomendaciones</b> .....	98
<b>Bibliografía</b> .....	99

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	<i>Análisis de macrofiltro</i>	11
<b>Tabla 2</b>	<i>Análisis de microfiltro</i>	12
<b>Tabla 3</b>	<i>Edad de los encuestados</i>	28
<b>Tabla 4</b>	<i>Género de los encuestados</i>	29
<b>Tabla 5</b>	<i>Consumo de Nuggets</i>	30
<b>Tabla 6</b>	<i>Cantidad de bolsas por semana</i>	31
<b>Tabla 7</b>	<i>Razón para consumir Nuggets</i>	32
<b>Tabla 8</b>	<i>Características de los nuggets</i>	33
<b>Tabla 9</b>	<i>Presentación favorita</i>	34
<b>Tabla 10</b>	<i>Lugar de compra de Nuggets</i>	35
<b>Tabla 11</b>	<i>Porcentaje de personas que comprarían nuestro producto</i>	36
<b>Tabla 12</b>	<i>Supuestos a validar del prototipo 1.0</i>	52
<b>Tabla 13</b>	<i>Valor nutricional de la papa</i>	55
<b>Tabla 14</b>	<i>Valor Nutricional de la kiwicha</i>	55
<b>Tabla 15</b>	<i>Valor nutricional de la quinua</i>	56
<b>Tabla 16</b>	<i>Aspectos a considerar del prototipo</i>	67
<b>Tabla 17</b>	<i>Tipo de investigación</i>	71
<b>Tabla 18</b>	<i>Edad de los encuestados</i>	76
<b>Tabla 19</b>	<i>Género de los encuestados</i>	77
<b>Tabla 20</b>	<i>Porcentaje de personas que cuidan su alimentación</i>	78
<b>Tabla 21</b>	<i>Porcentaje de personas que consumen productos de fácil preparación</i>	79

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	<i>Países que tienen los mayores niveles de obesidad en el mundo</i>	16
<b>Figura 2</b>	<i>Aperitivos fuente de bienestar</i>	20
<b>Figura 3</b>	<i>Creciente demanda de aperitivos funcionales</i>	21
<b>Figura 4</b>	<i>Modelo Design Thinking</i>	26
<b>Figura 5</b>	<i>Edad de los encuestados</i>	28
<b>Figura 6</b>	<i>Género de los encuestados</i>	29
<b>Figura 7</b>	<i>Consumo de nuggets</i>	30
<b>Figura 8</b>	<i>Consumo de bolsas nuggets por semana</i>	31
<b>Figura 9</b>	<i>Razón del consumo de nuggets</i>	32
<b>Figura 10</b>	<i>Características de los nuggets</i>	33
<b>Figura 11</b>	<i>Presentación de nuggets</i>	34
<b>Figura 12</b>	<i>Lugar de preferencia</i>	35
<b>Figura 13</b>	<i>Cantidad de personas que consumirían nuestro producto</i>	36
<b>Figura 14</b>	<i>Mapa de empatía</i>	39
<b>Figura 15</b>	<i>Proceso productivo de los nuggets de papa</i>	46
<b>Figura 16</b>	<i>Prototipo 1</i>	49
<b>Figura 17</b>	<i>Prototipo 2</i>	50
<b>Figura 18</b>	<i>Ficha técnica del producto</i>	54
<b>Figura 19</b>		68
<b>Figura 20</b>	<i>Entrevista a expertos 1</i>	72
<b>Figura 21</b>	<i>Entrevista a expertos 2</i>	73
<b>Figura 22</b>	<i>Edad de los encuestados</i>	77
<b>Figura 23</b>		77
<b>Figura 24</b>	<i>Porcentaje de personas que cuidan su alimentación</i>	78

<b>Figura 25</b>	<i>Porcentaje de personas que consumen productos de fácil preparación</i>	79
<b>Figura 26</b>	<i>Cualidad más valorada de nuestro producto</i>	80
<b>Figura 27</b>	<i>Forma de promocionar el producto</i>	81
<b>Figura 28</b>	<i>Activos tangibles</i>	84
<b>Figura 29</b>	<i>Gastos preoperativos</i>	87
<b>Figura 30</b>	<i>Servicios y requerimientos</i>	87
<b>Figura 31</b>	<i>Creación de página web y publicidad</i>	88
<b>Figura 32</b>	<i>Planilla de personal</i>	89
<b>Figura 33</b>	<i>Beneficios sociales de los trabajadores</i>	89
<b>Figura 34</b>	<i>Resumen de inversiones</i>	90
<b>Figura 35</b>	<i>Gastos de depreciación</i>	90
<b>Figura 36</b>	<i>Programa de producción</i>	91
<b>Figura 37</b>	<i>Balance General</i>	94
<b>Figura 38</b>	<i>Inversión general</i>	94
<b>Figura 39</b>	<i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	95
<b>Figura 40</b>	<i>Flujo de caja proyectado</i>	96

## **Resumen Ejecutivo**

El presente trabajo tiene como finalidad la sustentación de un modelo de negocio que tiene como giro principal la producción y venta de Nuggets de papa empanizadas con quinua y kiwicha, un producto rico por la abundancia de materia prima en nuestro país, que nos permite no sólo obtener considerables márgenes de ganancia sino también ofrecer un buen precio. NUTRIMAR se venderá a mayoristas, los cuales podrán comercializarlo bajo su propia marca o bajo la marca de un supermercado operativo, especialmente en el estado de California ya que son los clientes objetivo a quienes finalmente se dirige la oferta de exportación.

En tal sentido, el sistema de comercialización de los empaques se hará mediante distribuidores estratégicos con acceso directo a la empresa. En este proyecto el alcance del producto no llegará al consumidor final, pero haremos un estudio sobre el mismo porque este último controlará o no la demanda del producto, por ende, el consumidor final serán personas que llevan un estilo de vida saludable, pertenecientes al estado de California, que tengan un rango de edad entre 18 y 45, de niveles socioeconómicos A y B.

Del mismo modo, se analizaron las particularidades del mercado y de la industria alimentaria e identificamos una escasa oferta de productos a base de papa y un segmento de clientes que demanda dichos productos y están dispuestos a pagar precios elevados debido a sus propiedades. Para dar inicio al proyecto fue necesario elaborar un presupuesto que cubra los costos directos e indirectos del negocio, así como un plan operativo, de recursos humanos, de marketing y varios prototipos para promocionar el producto. Además, a través del concierge se realizó una proyección de ventas para estimar los ingresos de nuestro producto en un periodo de 3 años.