



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE EN BARRA Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CACAO – AYACUCHO 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

García Aranda, Pedro Hernán.

Santos Huayama, Confesor Zacarias.

Asesor:

Mg. Berenice Cajavilca Gonzáles

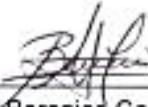
Lima - Perú

2019

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora **Mg. Berenice Cajavilca Gonzáles** y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres **Pedro Hernán García Aranda** y **Confesor Zacarias Santos Huayama**, denominada:

“PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE EN BARRA Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CACAO – AYACUCHO 2019”



Mg. Berenice Cajavilca Gonzáles
ASESOR



Mg. Juan Jose Salgado Portugal
**JURADO
PRESIDENTE**



Mg. Willy Frans Aguilar Morante
JURADO



Mg. Alberto Daniel Rojas Balletta
JURADO

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios por mostrarme que día a día con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. También a mi familia; especialmente a mis padres y a mis hijos Ángel, Fiorella y Piero quienes con su amor, apoyo y comprensión incondicional estuvieron siempre a lo largo de mi vida universitaria.

Pedro Hernán García Aranda

En especial agradecer a Dios por darme fuerza, motivación, perseverancia y no parar hasta alcanzar mis objetivos. La presente tesis la dedico a toda mi familia por su apoyo incondicional. También a mis docentes y asesores por sus buenos consejos de inculcarme a seguir firme con mis estudios, a mis amigos por compartir y saber comprender en cada proceso académico.

Confesor Zacarias Santos Huayama

AGRADECIMIENTO

Mi reconocimiento y gratitud a la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, y en particular a la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales. A mis docentes, quienes con su orientación y conocimiento supieron orientarnos en el campo académico, para en el futuro desempeñarnos bien como profesionales. Un agradecimiento especial a nuestra Asesora Mg. Berenice Cajavilca Gonzáles, Coordinadora de la Carrera de Administración y Negocios Internacionales, quien supo darse su tiempo para revisar, mejorar y aportar a la elaboración de la presente Tesis de Investigación. Igualmente se agradece de forma especial a Evelyn Paucar Dávila – Cacao del CITE Agroindustrial VRAEM; Doris Paucar Pizarro propietaria de Royal Raymi S.A.C; Moner Lizana Huamán propietarios de Agro derivador Antarki S.A.C; Eli Santos Guevara Ortega propietario de Agro Industria “Cabo Verde” E.I.R.L; Shamely Palomino Paucar propietaria de Ahsiri Foods S.A.C; Carlos Bellido propietario de Pirwa Company S.A.C y Alexander Rafael Rojas Abad propietario de Multi Servicios Moriel S.A.C que son los propietarios y empresas entrevistadas y analizadas que con su apoyo y aporte ayudaron a culminar este trabajo de investigación con la información acumulada.

Los Autores

Tabla de Contenido

APROBACION DE LA TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
Índice de Tablas	vii
Índice de Figuras	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad problemática.....	11
Antecedentes Internacionales.....	15
Proceso productivo.....	17
Diseño del Producto.....	18
Selección del sistema productivo.....	18
Tecnología.....	18
Ubicación y Distribución de las instalaciones.....	19
Cadena de Valor.....	19
Producción Justo a tiempo.....	19
Gestión de Calidad.....	19
Certificado de la Norma Orgánica de Canadá.....	19
Health Canadá (Ministerio de Salud de Canadá).....	20
Canadian Food Inspection Agency – CFIA (Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos).....	20
FODA.....	20
Marketing Mix.....	20
Producto.....	20
Plaza.....	21
Promoción.....	21
Lay out.....	21
Internacionalización.....	21
Saturación del mercado doméstico.....	22
Enfrentarse a nuevos competidores del exterior.....	22
Buscar mercados menos competitivos o en una etapa del ciclo de vida del producto.....	22
Ventajas en costes salariales.....	22
Motivación Proactivas.....	23
Motivación Reactiva.....	23
Exportación e Importación.....	23
Exportación.....	23
Importación.....	23

1.2. Formulación del problema.....	23
Problemas Específicos.....	24
1.3. Objetivos.....	24
1.3.1. Objetivo general	24
1.3.2. Objetivos específicos.....	24
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	25
2.1. Clase de Investigación.....	25
Tipo de Investigación.	25
Nivel de Investigación	26
Diseño de Investigación.....	26
2.2. Población y muestra	27
Población:	27
Muestra:	27
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	29
2.4. Procedimiento.....	29
CAPÍTULO III. RESULTADOS	30
Confiability de los Instrumentos.....	31
3.2. Análisis Descriptivo del Proceso productivo de la Elaboración de Chocolates en barra de los productores en la Ciudad de Ayacucho.	32
3.3. Análisis Cualitativo, para conocer los motivos de los representantes de cada empresa en la Ciudad de Ayacucho para Internacionalizarse.	57
3.4. Mercado Canadiense, posible mercado destino.....	62
3.4.1. Partidas Arancelarias del Cacao.	63
3.5. Marketing Mix de las Mypes - Ayacucho.	66
3.5.1. Producto.....	66
3.5.2. Precio.....	66
3.5.3. Plaza.	66
3.5.4. Promoción.....	66
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	73
REFERENCIAS	78
ANEXO	82
Anexo 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION	83
Anexo 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	84
Anexo 3. Análisis del Ingreso de los datos cuantitativos al sistema analitic SPSS,.....	85
Anexo 4. CHECK LIST Y CUESTIONARIO DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS..	86
Anexo 5. IMÁGENES DEL PROCESO DE ELABORACION Y VENTA DEL PRODUCTO.....	126

Índice de Tablas

Tabla 1: Capacidad de producción	32
Tabla 2. Vida útil de la Maquinaria.....	33
Tabla 3. Tipo de Tecnología de la Maquinaria.....	34
Tabla 4. Cantidad de Merma por lote Producido.....	35
Tabla 5. Costo de Producción.....	36
Tabla 6. Variedad de Cacao.....	37
Tabla 7. Grado de Fundido.....	38
Tabla 8. Horas de Molido del Cacao.....	39
Tabla 9. Grados de Moldeado.....	40
Tabla 10. Formulación del Chocolate - Tostado	41
Tabla 11. Formulación del Chocolate - Descascarillado.....	42
Tabla 12. Formulación del Chocolate- Refinado.....	43
Tabla 13. Formulación del Chocolate - Moldeado.....	44
Tabla 14. Presentación % de Cacao.....	45
Tabla 15. Valor Agregado (Extensión de Línea).....	46
Tabla 16. Distribución de Área de Proceso.....	47
Tabla 17. Distribución de Área de Abastecimiento.....	48
Tabla 18. Distribución de Laboratorio.....	49
Tabla 19. Envase del Producto.....	50
Tabla 20. Empaque del Producto.....	51
Tabla 21. Marca Patentada ante Indecopi.....	52
Tabla 22. Tipo de Marca.....	53
Tabla 23. Presentación del Producto- Peso (Tableta).....	54
Tabla 24. Costo Unitario.....	55
Tabla 25. Precio ExWork	56
Tabla 26. Reporte de exportaciones por Partida 180690.....	62
Tabla 27. PARTIDA ARANCELARIAS DEL CACAO	63
Tabla 28. CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LAS MYPES.....	64
Tabla 29. FODA DE LAS MYPES	67
Tabla 30. FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	68
Tabla 31. FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	69
Tabla 32. Lay Out de Planta de producción de Chocolates - Ayacucho	70

Índice de Figuras

Figura 1. Capacidad de Producción de las empresas Encuestadas.	32
Figura 2. Vida útil de la Maquinaria.....	33
Figura 3. Tipo de Tecnología de la Maquinaria.	34
Figura 4. Cantidad de Merma por Lote Producido.....	35
Figura 5. Costo de Producción	36
Figura 6. Tipo de Cacao.	37
Figura 7. Grado de Fundido del Cacao.....	38
Figura 8. Horas de Molido del Cacao.....	39
Figura 9. Grado de Moldeado.....	40
Figura 10. Formulación del Chocolate - Tostado.....	41
Figura 11. Formulación del Chocolate - Descascarillado.....	42
Figura 12. Formulación del Chocolate – Refinado.....	43
Figura 13. Formulación del Chocolate - Moldeado.....	44
Figura 14. Presentación % de Cacao.	45
Figura 15. Valor Agregado.....	46
Figura 16. Distribución de Área de Proceso.....	47
Figura 17. Distribución de Área de Proceso.....	48
Figura 18. Distribución de Área de Proceso.....	49
Figura 19. Envase del Producto.....	50
Figura 20. Empaque del Producto.	51
Figura 21. Marca Patentada.	52
Figura 22. Tipo de Marca.	53
Figura 23. Presentación del Producto - Peso.	54
Figura 24. Costo Unitario.	55
Figura 25. Precio Exwork.....	56

RESUMEN

El presente proyecto, propone el análisis del proceso productivo en la elaboración de chocolate en barra para la Internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho. Cuyo principal problema es el análisis de los procesos productivos para que de esta manera las Mypes de la ciudad de Ayacucho puedan internacionalizarse con facilidad a mercados extranjeros conociendo motivos principales de la internacionalización, tiene como objetivo principal, Analizar cómo el proceso productivo de elaboración de las barras de chocolates en su contribución en la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho- 2019 y cuya hipótesis general habla que El proceso productivo en la elaboración de las barras de chocolates y su contribución en la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho - 2019. En el marco Metodológico se ha utilizado el tipo de estudio Descriptivo y exploratorio y diseño No experimental, asimismo, se ha utilizado el Check list para la recolección de datos en el proceso productivo y entrevista con preguntas abiertas para conocer los motivos principales de la internacionalización de las empresas en la ciudad de Ayacucho como muestras de la investigación. Con sus correspondientes instrumentos tales como guía de análisis NO Paramétricos del análisis estadístico SPSS.

Finalmente se recomienda, al analizar el proceso productivo y los motivos de la internacionalización, el personal deberá estar debidamente enterado del contenido de este trabajo, con la finalidad de evitar puntos débiles y fortalecer la gestión misma, facilitando lograr los objetivos de la empresa.

Palabras clave: Proceso productivo, Internacionalización, Diseño del producto, distribución de las instalaciones, actitud del equipo gerencial.

ABSTRACT

This project proposes the analysis of the chocolate production process in the Internationalization bar of cocoa-producing companies in the city of Ayacucho. Whose main problem is the analysis of the productive processes so that the means of the city of Ayacucho can be internationalized with the ease of business with the leaders of internationalization. Chocolate bars in their contribution to the internationalization of cocoa producing companies in the city of Ayacucho- 2019 and their hypotheses in general talk about the production process of chocolate bars and their contribution in the internationalization of cocoa producing companies in the city of Ayacucho - 2019. In the Methodological framework the type of descriptive and exploratory study and Non-experimental design has been used, also, the Checklist for data collection in the production process and interview with open questions has been used to Know the main reasons of the community in the city of Ayacucho as samples of the investigation. With its corresponding instruments instruments as a guide for non-parametric analysis of the SPSS statistical analysis.

Finally, it is recommended to analyze the production process and the reasons for internationalization

Keywords: Productive process, Internationalization, distribution of facilities, attitude of the management team.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la industria de los productos de chocolates a base de cacao se ha registrado una reducción importante en las exportaciones de este producto a mercados internacionales en los últimos años. (TRADEMAP), esto debido a múltiples factores, uno de ellos la falta de una estrategia de producción que posibilite la ventaja competitiva que diferencie al producto aplicado a las empresa en relación a los competidores de este sector, integrando a una adecuada cadena de suministros que ayude a la relación proveedor, empresa, cliente (Daniels, 2013) y como segundo factor, la identificación de los motivos del proceso de internacionalización adecuada, la cual otorga un crecimiento global, de esta manera Internacionalizarse presenta nuevos entornos a la empresa, nuevas formas de hacer negocios y un cúmulo de nuevos problemas (Czinkota, 2007).

Parte de identificar una estrategia de producción, se deberá analizar la cadena de suministros de la producción adecuada en las empresas de estudio para la satisfacción de los mercados internacionales enfocados, todo ello conlleva a la calidad del producto, que facilitará a un adecuado proceso de internacionalización a través de exportaciones con participación directa o indirecta o diferentes tipo de proceso, que contribuya a las Mypes de la ciudad de Ayacucho a incursionar en el mercado extranjero en la producción de chocolates en barra en sus diferentes mezclas de sabores como ventaja competitiva. Si bien es cierto las exportaciones del grano de cacao ha aumentado en relación a años anteriores (Gestión, 2015), ha sido todo lo contrario en el derivado del cacao como producto no tradicional en el mercado peruano, causando malestar sobre todo en las Mypes productoras de chocolates en la ciudad de Ayacucho en los años anteriores.

Sobre este tema a un existe vacíos de conocimientos de esta industria en relación con las Mypes, lo refleja el porcentaje de exportaciones de cacao como producto tradicional que son altas cifras, en la contraparte del porcentaje a las exportaciones de chocolate en barra como producto no tradicional procesado, son bajo los

porcentajes en relación a la primera mencionada, la falta de información del consumidor en base a los nuevos sabores que desean probar imposibilita la innovación de nuevas mezclas del producto lo que ocasiona la falta de establecimiento de un proceso estandarizado del desarrollo del producto basado en la calidad del producto y los altos costos de producción que implica realizarlo, de esta manera no se aprovecha la ventaja competitiva que las Mypes productoras de chocolates poseen a diferencia de los competidores en el extranjero, teniendo como Partida Arancelaria 180690. Por otro lado, la falta de información sobre las barreras comerciales implica un desconocimiento en el proceso de internacionalización adecuada para las Mypes desconociendo de esta manera si el productor peruano le es más factible la producción de su producto o tercerizar como parte de su internacionalización, de esta manera causa la no identificación adecuada de los mercados consumidores internacionales y las entregas con retraso en días por la falta de una estrategia de entrega justo a tiempo.

Existen muchos estudios sobre la estrategia de producción sobre todo en los aspectos de educación, pero pocos en la industria del cacao, lo más cercano existente de estudios generales de la problemática a referidas variables fue abordado por el ingeniero Jaramillo, Francisco (2016). En su tesis “*Evaluación de Estrategias de Producción Aplicadas a una planta Pesquera*”, la cual indica que se determina la aplicación de la mejor estrategia de producción que ayuda a la actualización de datos existente reales a la alta variable de materia prima otorgando un mejor manejo de todo el proceso de almacenaje, producción sin sobre stock del producto, produciendo sobre costos o merma del producto.

Por ello, la presente investigación pretende analizar si el proceso de producción es la adecuada para la aplicación de las empresas de Ayacucho que beneficiara en el desarrollo de un proceso dinámico y global (Lugo, 2007) de producción de su producto, solucionando de esta manera los altos costos de producción, tiempos muertos, creando confianza entre proveedor- productor – clientes y su contribución en el proceso de Internacionalización de las empresas ubicadas en la ciudad de Ayacucho. Por otro lado, ayudara a conocer los diferentes motivos de internacionalización analizando el más conveniente a desarrollar por parte de la

empresa. Para finalizar, de esta manera permitirá el incremento de las producciones a nuevos mercados, ya que en la actualidad las empresas en estudio no han incursionado en el comercio exterior, esto le permitirá incrementar la producción en un mercado saturado de la línea de producto estudiada.

Así, ante lo anterior expuesto, la pregunta principal que guía a esta investigación es: *¿Cómo el proceso productivo de elaboración de las barras de chocolates contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019?*

Antecedentes Nacionales.

Laime y Salome (2017). Realizaron un trabajo de investigación que tiene como título *“Estrategias de producción de cuentos para la disortografía en los estudiantes del 1º Grado de la Institución Educativa Juan Parra del Riego, El Tambo – Huancayo”*. Tiene como objetivo general Determinar la influencia de las estrategias de producción de cuentos para la disortografía en los estudiantes del 1º Grado de la Institución Educativa Juan Parra del Riego El Tambo – Huancayo, 2017 y cuya hipótesis general es La aplicación de las estrategias de producción de cuentos influye significativamente en la disortografía de los estudiantes del 1º Grado de la Institución Educativa Juan Parra del Riego El Tambo – Huancayo, 2017. De igual manera, se identificó el diseño de la investigación, que es de tipo cuasi experimental, y se trabajó bajo los procedimientos del diseño con pre-prueba y grupos intactos. Por otro lado, la muestra está conformado por 17 estudiantes que representan el 50%, grupo control, con 17 estudiantes, que representan el 50% más, que hacen un total de 34, el 100%. Para finalizar se concluye que se puede inferir con un nivel de significación de 0.05 que, el grupo experimental obtiene mejor rendimiento que el grupo control en la prueba de salida. Es decir: la aplicación de las estrategias de producción de cuentos mejora significativamente la disortografía de los estudiantes del 1º Grado de la Institución Educativa Juan Parra del Riego El Tambo – Huancayo, 2017. Es decir, las estrategias de producción de cuentos permiten escribir las palabras de manera ortográficamente apropiada. El análisis de esta investigación tiene como finalidad resolver los problemas de aprendizaje, respecto a la ortografía, se presentan tan áridos para los estudiantes como desalentadores para los docentes, encontrar soluciones al problema ya que propone alternativas de solución en torno a la aplicación de estrategias producción de

cuentos para superar la disortografía, en los estudiantes de la Institución Educativa “Juan Parra del Riego” El Tambo – Huancayo, 2017.

Arana, R y Ruiz, Y. (2018), realizaron un trabajo de investigación que tiene como título *“Desarrollo de un producto y proceso productivo de la maca para el mercado Nacional”*. Como objetivo general se enfocó desarrollar un producto y proceso productivo de la marca para el mercado nacional de igual manera los objetivos específicos fueron seleccionar la tecnología del proceso productivo y diseñar la distribución de la planta. El diseño del trabajo de investigación se ubica en el diseño No experimental – Descriptivo. Es no experimental porque no se manipulará variables. Es descriptivo ya que se recogerá información directa de la realidad, tal como son observados. Para finalizar, se concluye que Se selecciona como máquinas y equipos para el proceso productivo a la balanza de plataforma, lavadora circular, el triturador, el secador de lechos fluizados, el molino de martillo, el tamizador, el mezclador, el extrusor de tornillo doble, la bañadora. Teniendo en cuenta que las máquinas tienen la capacidad de producir un snack de maca bañado de chocolate.

Mendoza, C y Giraldo, M. (2016), realizo un trabajo de investigación que tiene como título *“La Internacionalización y su relación con la competitividad de las Pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana”*. El objetivo general es la Determinar la relación que existe entre la internacionalización y la competitividad de las PYMES exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana -2016, de igual manera la hipótesis es La internacionalización tiene relación con la competitividad de la PYMES exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana -2016. El diseño de la investigación, es no experimental, Así mismo, el diseño, también es de clase transeccional o transversal. La muestra son 38 empresarios entre hombres y mujeres relacionados con las PYMES textiles del sub sector confecciones. Para finalizar, se concluye que, La innovación está altamente vinculada con la internacionalización y competitividad. La innovación es una de las herramientas más efectivas para conquistar nuevos mercados, además de Crear y/o mantener una ventaja competitiva, ya que se logra una diferenciación respecto a los competidores

Macha Huamán, Roberto. (2018), Realizo un trabajo de investigación que tiene como título El objetivo general de esta investigación es determinar de qué manera las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable, de igual manera se estableció la hipótesis general la cual indica que las barreras funcionales, relacionadas a recursos humanos, producción y finanzas, que enfrentan las Mypes del sector Textil, no influyen negativamente en la oferta exportable. La muestra es No Probabilística o dirigida porque el trabajo investigativo se realiza en las 14 Mypes exportadoras de la población del sector Textil entre los años 2006 y 2016. La presente investigación está definida bajo el enfoque cuantitativo, bajo este enfoque cuantitativo, el tipo de investigación utilizado es descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental. Para finalizar se concluye que La falta de capacidad de producción por los escasos recursos utilizados generan limitaciones en el 50% de las Mypes exportadoras y por ende se convierten en barreras funcionales que afectan a la oferta exportable, mientras que en el 50% restante, cuentan mayor capacidad de producción superando las barreras funcionales y obteniendo mejores resultados en la oferta exportable.

Antecedentes Internacionales.

Jaramillo Méndez, Francisco Javier. (2016), realizo un trabajo de investigación que tiene como título “*Evaluación de Estrategias de Producción Aplicadas a una Planta Pesquera*”. Como objetivo general tiene Desarrollar un sistema de gestión productivo basado en un modelo de simulación para apoyar la toma de decisiones en la adquisición y manejo de la materia prima antes de la producción. De igual manera la hipótesis planteada en el presente trabajo establece que existe una estrategia de producción, que puede llegar a generar una mayor utilidad en función de cómo se procesa y no de la cantidad de pesca procesada. La muestra tomada para este trabajo de investigación fue la recopilación de datos en forma empírica, para así generar un modelo que sea representativo de la situación real. Por otro lado, el diseño de la investigación fue Cuasi experimental, descriptivo, y la observación de los procesos en la producción industrial de la planta pesquera. Para finalizar se concluye que, esta herramienta de simulación es útil para definir la mejor estrategia entre las probadas, la que permite generar una mayor utilidad y darle mayor utilización al sistema productivo, estableciendo que recepcionar toda la materia prima y almacenarla durante 6 horas antes de procesar genera una mayor rentabilidad que el resto de las estrategias, a

pesar de incurrir en costos de almacenamiento. Finalmente, este trabajo incorpora la característica de alimento perecedero de la pesca, la variable estocástica de la industria y los parámetros operacionales de la planta pesquera. Este trabajo tiene la finalidad de desarrollar un modelo de simulación que apoya la toma de decisiones en los procesos de abastecimiento, almacenaje, la planificación y programación de la producción de corto y mediano plazo en una empresa pesquera productora de harina y aceite de pescado de la más alta calidad en base de sardina común del pacífico sur. (Jaramillo, 2016).

Medina, L y Mejías, R. (2013), realizó un trabajo de investigación que tiene como título *“Diseño de un plan de acción para la mejora del proceso productivo de una empresa embotelladora de agua mineral, ubicada en el Estado Miranda”*. El objetivo general de esta tesis tiene la finalidad de Diseñar un plan de mejora del proceso productivo de una empresa embotelladora de agua mineral ubicada en el Estado Miranda. En el aspecto metodológico utilizado en la tesis es una investigación proyectiva también llamada factible, consiste en la elaboración de una propuesta o de un modelo. La muestra identificada para este tipo de investigación son las áreas y el personal manejado por la Gerencia de la distribuidora Ali Benz C.A. localizada en el Estado Miranda. Para finalizar se concluye que el problema a resolver: Aunque de producción y aprovechamiento de horas sin producción, que llegan a superar el 50% del tiempo de trabajo diario; se analizó el comportamiento de paradas por áreas de producción para observar donde se genera más tiempo perdido. Se pudo dar un nivel de importancia a esas paradas según los tiempos perdidos de producción durante dichas paradas.

Flores, V y Guallasamín, P. (2019), realizaron un trabajo de investigación que tiene como título *“Análisis Del Proceso De Internacionalización Del Brócoli Congelado Iqf Hacia El Mercado Japonés Dentro Del Periodo 2013 – 2017”*. Como objetivo general comprende Analizar el proceso de internacionalización del brócoli congelado IQF hacia el mercado japonés dentro del periodo de 2013 – 2017. La presente investigación se ha realizado bajo un enfoque de investigación mixta, cuantitativa permitirá la recolección de datos para probar la hipótesis e investigación cualitativa basada en la recolección de datos e información de estudios anteriores, mismos que facilitaran desarrollar un procedimiento de toma de decisiones, la cual ayudara a interpretar la evolución y desarrollo del sector agro-productivo del brócoli. El tipo de investigación ha sido descriptivo, el diseño de

investigación No experimental. La muestra de investigación que se utilizo es la recolección de datos de la información por medio de base de datos, parte desde la suscripción en páginas especializadas de las exportaciones realizadas. Para finalizar se concluye que Para realizar la exportación hacia el mercado japonés se deben cumplir con requisitos tanto en origen como en destino, y estos deben ser obtenidos de forma legal con el fin de evitar incumplimientos a futuro tanto para importador como para exportador; tomando en cuenta que el mercado japonés es muy estricto en temas alimenticios y de calidad.

Castañeda y Mendoza (2016), realizo un trabajo de investigación que tiene como título *“Propuesta de Internacionalización para una pequeña empresa del sector plásticos en Bogotá: Estudio de caso Plasmotec S.A.S”* Los objetivos específicos son Diagnosticar el nivel de preparación o la capacidad que tiene la empresa para la implementación de un proceso de internacionalización. Proponer las diferentes alternativas de estrategias de internacionalización. La Hipótesis de la investigación es La evaluación del entorno de negocios de la empresa PLAMOTEC S.A.S permitirá seleccionar un mercado de exportación, logrando así la identificación de estrategias o acciones que permitirán la internacionalización de la organización. El diseño de la investigación es cualitativo tiene como objetivo la descripción de las condiciones de un fenómeno, a través de la obtención de datos. Como muestra se identificó a las empresas exportadoras de Colombia identificadas en Pro Colombia. Para finalizar se concluye que a través del estudio de caso de la empresa PLASMOTEC S.A.S, se ha alcanzado los objetivos establecidos que motivaron el fin de formular una propuesta de internacionalización para que sea implementada en el mediano plazo. Inicialmente, dentro de los resultados del nivel de preparación o la capacidad que tiene la empresa para la implementación de un proceso de internacionalización, se vio reflejado el interés del empresario al querer exportar a nuevos mercados y poseer una necesidad y oportunidad de realizarlo.

Proceso productivo.

Rodríguez, Balestrini, Melean y Rodríguez (2002). Consideran que el proceso productivo está referido a la utilización de recursos operacionales que permiten transformar la materia prima en un resultado deseado, que bien pudiera ser un producto terminado.” (p.137).

Valverde, B, Yosman, J y Colmenares, K. (2016). Todo proceso productivo está orientado a la obtención de un producto, desde la conversión de la materia prima, interviniendo factores como los esfuerzos de los trabajadores, para la transformación del producto terminado

Suñe, A. Gil, F. y Arcusa, I. (2004) Definir un proceso como una secuencia de operaciones que transforma unas entradas (*inputs*) en unas salidas (*outputs*) de mayor valor. De forma particular podemos definir un proceso productivo como una secuencia definida de operaciones que transforma unas materias primas y/o productos semielaborados en un producto acabado de mayor valor. (p.77).

Diseño del Producto.

Kotler y Armstrong (2013). El diseño es un concepto más amplio que el estilo. El estilo solo describe la apariencia de un problema. A diferencia el diseño es más que algo superficial; va a la esencia misma del producto. Un buen diseño contribuye tanto a la utilidad del producto, como a su apariencia. El diseño comienza con la observación de los clientes, con una comprensión profunda de sus necesidades y dando forma a sus experiencias del uso de sus productos. (p.202)

Selección del sistema productivo.

Rodríguez, Balestrini, Meleán y Rodríguez, C. (2002). Un sistema productivo siempre está relacionado con un proceso o en el producto, un sistema productivo para la demanda intermedia está confeccionado para fabricar productos o servicios a la medida, donde el énfasis de la estrategia del producto es su especialidad, la confiabilidad de una entrega a tiempo de la calidad.

Tecnología.

Cegarra, J. (2012). La tecnología se puede definir como el conjunto de conocimientos de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. Cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico, de forma que los elementos que la componen queden perfectamente definidos, de acuerdo con el léxico adoptado para la tecnología específica. (p.19).

Ubicación y Distribución de las instalaciones.

Rodríguez, Balestrini, Melean y Rodríguez, C. (2002) Las decisiones de la ubicación y distribución de la empresa está influenciada por los cambios geográficos tecnológicos que se tomó como resultado a consideraciones cuantitativas y en donde el éxito de la gerencia depende de la capacidad de flexibilización de todos sus procesos para adaptarlos a los requerimientos dinámicos del nuevo orden mundial.

Cadena de Valor.

Daniels. (2013). Responde al principio según el cual toda la empresa es una colección de actividades discretas realizadas para desempeñar los negocios que ocurren dentro del ámbito de la compañía. Específicamente un marco de referencia bien definido que permite a los gerentes de construir la abstracción de la “creación de valor” en un sistema metódico. (p. 409).

Producción Justo a tiempo.

Daniels. (2013) Nos informa que el proceso Justo a tiempo es un elemento importante de la manufactura esbelta es la gestión de inventarios “justo a tiempo”, la cual se concentra en “reducir la ineficiencia y el tiempo improductivo en el proceso de producción para mejorar continuamente los procesos y la calidad del producto “justo a tiempo”, ahorrando a las empresas el costo de almacenar grandes inventarios. (p. 661).

Gestión de Calidad.

Daniels. (2013). Implica que la empresa está haciendo todo lo posible para lograr la calidad en todo el proceso de producción de la organización de cada área, con el objetivo de eliminar todos los defectos y errores. (p.540).

Certificado de la Norma Orgánica de Canadá.

La Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá (CFIA) es responsable de la supervisión y la aplicación del Reglamento. Los organismos de certificación están acreditados bajo el Régimen Orgánico de Canadá con base en la recomendación y certificación de los organismos de verificación de la conformidad que son designados por

la CFIA Orgánicas canadienses. Para conocer los organismos de certificación que han sido acreditados por la Certificado de la Norma Orgánica de Canadá. Certificado orgánico en virtud de un acuerdo, celebrado con otro país, en relación con la importación y exportación de productos orgánicos. Los importadores deben conservar todos los documentos que atestiguan este hecho. Estos documentos serán verificados por la CFIA inspectores. (p. 37-38).

Health Canadá (Ministerio de Salud de Canadá).

Es el departamento federal responsable del suministro seguro de alimentos, desarrolla y hace cumplir las regulaciones bajo la legislación del Gobierno de Canadá. Establece las políticas, reglamentos y normas relacionadas con la seguridad y la calidad nutricional (p.11).

Canadian Food Inspection Agency – CFIA (Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos)

La Agencia es responsable de la administración y aplicación de la Ley de Productos Agrícolas de Canadá, Ley de Sanciones Agroalimentaria Administrativo Monetario y la Agricultura, Ley Feeds, Ley de Inspección de Carnes, Ley de Fertilizantes, Ley de Inspección de Pesca, Salud de los Animales, Ley de derechos de obtentor, Ley de Protección Fitosanitaria y la Ley de Semillas. (p. 12).

FODA.

Koontz, H. (2012). Herramienta de análisis de la situación competitiva que comprende una empresa, la cual estudia los factores internos y externos de una organización. (p.136).

Marketing Mix.

Kotler. (2013). La mezcla de marketing es el conjunto de herramientas de marketing que la empresa combina para producir la respuesta que desea en el mercado meta. (p. 52).

Producto.

Kotler. (2013). Combinación de bienes y servicios que las compañías ofrece al mercado meta. (p. 52)

Precio.

Kotler. (2013). Cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto terminado. (p.52)

Plaza.

Kotler. (2013). Actividades de la empresa encaminadas a que el producto esté disponible para los clientes meta. (p.53)

Promoción.

Kotler. (2013). Actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes meta a comprarlo. (p.53).

Lay out.

López, R. (2010). Diseño interior o Lay out, lo cual significa la distribución cuidadosa de espacio disponible, para la eficiencia de aprovechamiento, maximizar la rotación posible, flexibilidad máxima para la colocación del producto y facilidad de control de las cantidades almacenadas. (p. 34).

Internacionalización.

Al hablar del proceso de Internacionalización, Hill (2015) Menciona que la internacionalización presenta nuevos entornos de hacer negocios, considerando nuevos problemas uno de ellos puede ser la entrega de servicio. Las empresas que se inician en la internacionalización deben enfocarse en la comunicación efectiva con sus clientes y la manera de negociar las transacciones en los negocios internacionales, considerando sus motivos proactivos y reactivos.

Ortega y Espinosa (2015). Nos refieren que la internacionalización no es más ni menos que la búsqueda de nuevos mercados distintos al domestico sobre el que se opera. Podríamos decir que consiste en exportar, importar, invertir en el extranjero, implantar la producción en un país distinto al nuestro. (p.22).

Fernández y Nieves. (1999). Refieren que el proceso de internacionalización, como se ha visto, entraña riesgos para la empresa debido a la incertidumbre que rodea a los mercados externos, siendo la causa fundamental la existencia de una amplia diversidad de pautas culturales, sociales y económicas que rigen en cada país de destino. (p.199).

Saturación del mercado doméstico.

Espinosa y Ortega (2015), analiza los factores de internacionalización y refiere que, ante el mercado objetivo pequeño para los productos, ante un mercado maduro y numerosos competidores es difícil incrementar la cuota de mercado, la búsqueda de nuevos mercados menos saturados brinda una oportunidad de crecimiento y facturación de la empresa.

Enfrentarse a nuevos competidores del exterior.

Al investigar a los nuevos competidores del exterior Espinosa y Ortega (2015) nos refiere que La globalización ha hecho que nuestros competidores se establezcan en nuestro mercado local con importantes capacidades de producción, promoción y marketing, que hace difícil permanecer en el mercado local obligando a implantar acciones para tener cuota de participación en el mercado y superar las cifras de negocio.

Buscar mercados menos competitivos o en una etapa del ciclo de vida del producto.

Espinosa y Ortega (2015), Resulta común que nuestro producto haya finalizado el ciclo de vida en nuestro mercado doméstico, pero existen muchas oportunidades de introducir el mismo producto con mínimas adaptaciones en otro mercado exterior, donde el mercado es menos maduro o las exigencias técnicas o hábitos de consumo permiten lograr una buena cifra de negocios. El análisis de nuestro producto y la búsqueda de los mercados idóneos para el mismo serán cruciales para el éxito en los mercados internacionales.

Ventajas en costes salariales.

Espinosa y Ortega. (2015) Es lo que hemos señalado ya anteriormente como una de las ventajas de las deslocalizaciones empresariales. La búsqueda de países donde la mano de obra sea más barata, una fiscalidad menos en cuanto a tributación salarial y el uso de economías de escala que permitan ser más competitivos en muchas ocasiones, son argumentos de peso para el establecimiento de un centro productivo en otra región del mundo. (p.25).

Motivación Proactivas.

Hill. (2015) Las empresas a contar con un producto único y competitivo toman la iniciativa de internacionalizarse con el objetivo de incrementar sus utilidades, sin presiones externas para aquella decisión.

Motivación Reactiva.

Hill. (2015). Los mercados extranjeros ejercen presión sobre las empresas motivando a aquellas reaccionar ante diferentes acontecimientos como, mercado saturado, alta competencia y además de ello retrocede el ciclo de negocios y es por ello que recurre a negocios internacionales.

Exportación e Importación.

Hill. (2015). Las empresas pueden involucrarse en las exportaciones directamente en los negocios internacionales teniendo contacto en el mercado extranjero y crear una relación de negocios e indirecta la cual las compañías no tienen contacto en el extranjero.

Exportación.

Daniels. (2013), La exportación es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa con sede en un país a clientes que residen en otro país. (p. 483).

Importación.

Daniels. (2013). La importación es la compra de un bien o servicio realizada por un comprador ubicada en un país a un vendedor ubicado en otro país. Al comprador extranjero se le conoce como importador mientras que el vendedor, con sede en otro país, es conocido como exportador. (p. 492)

1.2. Formulación del problema

¿Cómo el proceso productivo de elaboración de las barras de chocolates contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019?

Problemas Específicos.

- ¿Cómo las actividades del diseño productivo de elaboración de las barras de chocolate contribuyen a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019?
- ¿Cómo la distribución de las instalaciones en la elaboración de las barras de chocolate contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019?
- ¿Cómo la actitud del equipo gerencial contribuye en la internacionalización de las empresas productoras en la ciudad de Ayacucho 2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Analizar cómo el proceso productivo de elaboración de las barras de chocolates contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar cómo las actividades del diseño productivo de elaboración de las barras de chocolate contribuyen a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019
- Analizar como la distribución de las instalaciones en la elaboración de las barras de chocolate contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho -2019
- Analizar como la actitud del equipo gerencial contribuye en el proceso de internacionalización de las empresas productoras en la ciudad de Ayacucho - 2019.

1.4. Hipótesis.

El proceso productivo de elaboración de las barras de chocolates contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Clase de Investigación.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández, R. 2013. p. 534)

En este estudio cuantitativo se pretende confirmar las variables investigadas, buscando regularidades y relaciones causales entre los elementos, es decir sobre la data registrada y analizada para demostrar un conocimiento real.

Este trabajo de investigación, también presenta orígenes de clase cualitativa, a través de su variable dependiente, la cual tiene la finalidad de producir e interpretar diferentes informaciones que se va a captar a través de aplicada la herramienta de la investigación que otorgara resultados y demostrara nuestra hipótesis en cuestión.

Tipo de Investigación.

Al investigar del tipo de investigación Vara, A. (2015) sostiene que, el interés de la investigación aplicada es práctico, pues sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas de la realidad. La investigación aplicada normalmente identifica la situación problema y busca, dentro de las posibles soluciones, aquella que pueda ser la más adecuada para el contexto específico. (p.235).

Este trabajo de investigación es de tipo aplicada como se menciona líneas arriba, porque tiene el propósito de estudiar todo el proceso de producción de las barras de chocolate de las empresas de la ciudad de Ayacucho, con el fin de identificar dentro del proceso un indicativo de error o procedimiento incorrecto, que este afectando toda la cadena de producción y de esta manera, evitara una mejor producción de calidad del producto y altos costos, como resultado se hará con mayor efectividad el proceso de internacionalización de la empresa.

Nivel de Investigación.

Al investigar el nivel de Investigación Hernández, R. (2014). Sostiene que los estudios descriptivos se buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que refiere. (p.95).

Como se menciona el trabajo de investigación es descriptivo, ya que busca describir las etapas del proceso de producción del producto, logrando explicar la realidad de la situación actual de la producción del chocolate en barra de acuerdo a las variables e indicadores previamente establecidos.

El diseño exploratorio es fundamental cuando se está investigando un tema nuevo o cuando se proponen aspectos aún no estudiados o muy poco estudiados. También se usa para aumentar el conocimiento del investigador sobre el problema y posteriormente, realizar un estudio más estructurado.

Se pretende describir las actividades reales del proceso productivo de barras de chocolate de las empresas en Ayacucho y de acuerdo a los hallazgos determinar los determinantes que limiten en el proceso de Internacionalización de las empresas de Ayacucho, por tal motivo se pretende aumentar el conocimiento real del tema de este sector para que los empresarios de aquella ciudad cuenten con una mayor estructura en sus procesos de producción y en las iniciativas de Internacionalización.

Diseño de Investigación.

Al hablar de diseño No Experimental Hernández (2014) refiere que la investigación se realiza sin manipular deliberadamente de las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (p. 152).

En esta investigación no experimental se va a observar situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en todo el proceso de producción, la variable cuantitativa contiene data que ya ha ocurrido y no se puede manipular, ni influenciar, porque ya sucedieron al igual que sus efectos, de igual manera la variable cualitativa.

Transversales:

Al investigar sobre la investigación transversal, Hernández (2014) refiere que los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p.154).

En esta investigación transversal se pretende medir la contribución de las variables descritas en un momento específico, es decir en el año 2019, en las empresas de la ciudad de Ayacucho.

2.2. Población y muestra

Población:

“Es el conjunto de individuos u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación” (Pineda, de Alvarado & Canales, 2003, p. 108).

De acuerdo con la definición anterior, para esta investigación se considera población a las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

Muestra:

“Existen varias clasificaciones para los métodos de muestreo. Según Weiers (1986), las más usadas son: diseños probabilísticos y no probabilísticos, y diseños por atributos y por variables. El primero de éstos es el más usual” (Bernal, 2010, p. 162).

Al investigar la muestra no probabilística de selección intencional, Pineda, Alvarado y Canales (1997) sostiene que al igual que el muestreo estratificado utilizado en la investigación cuantitativa, esta estrategia consiste en tomar los casos agrupados según

alguna característica. La diferencia es que, en este caso, una vez escogidos los estratos, los casos no se seleccionan en forma aleatoria sino intencionalmente. (p. 121).

El muestreo es de tipo no probabilístico de selección intencional, cuantitativo, se realizará considerando el conocimiento y los criterios de quien efectúa la investigación; el criterio de selección intencional se adecúa a la naturaleza y los objetivos de esta investigación, es apropiado porque permite seleccionar a los participantes que mejor representen a la población por tener buen conocimiento del fenómeno a investigar lo que lleva a un “punto de saturación” con información óptima y mínimo de desperdicio.

Criterios de Inclusión.

- Se procede a identificar la población de investigación, en este caso las empresas productoras de chocolates en barras de la ciudad de Ayacucho.
- Se tomará en cuenta a 7 empresas productoras de chocolates en barras, por tener conocimiento directo de las variables estudiadas.
- El muestreo continúa hasta terminar el estudio en el área correspondiente en la realización del producto en relación a las variables de la investigación.
- Se considera a los representantes de cada empresa para conocer los motivos de Internacionalización de su empresa

Criterios de Exclusión.

Los criterios de exclusión para la delimitación poblacional son los siguientes:

- Empleados que no pertenezcan al área correspondiente de las empresas seleccionadas.
- Empresas que no produzcan el producto a investigar.
- Empresas que tercericen el proceso productivo del producto.
- Clientes que poseen tiendas y distribuyen a nivel nacional.
- No se considera a mandos medios para la entrevista con preguntas abiertas que conlleva a conocer los motivos de la internacionalización de la empresa.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Bernal (2010) Menciona que: Como se mencionó en el capítulo anterior, retomando a Buendía, Colás y Hernández (2001) la entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s), en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador. (p. 256).

Para la técnica de investigación se realizará la recolección de datos, contando con una estructura organizada previamente, y las herramientas a utilizar será el Check list y la entrevista con preguntas abiertas.

2.4. Procedimiento

Bernal (2010), sostuvo que: El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación. En general, un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que van a medirse. (p. 250).

Como ya se mencionó, el instrumento será una entrevista con preguntas abiertas a cada representante de cada empresa, preguntas que se aplicará a la muestra identificada y en segundo lugar se aplicará un *Check list* en relación al proceso productivo del producto. Lo cual el Check list será analizado mediante el análisis SPSS midiendo la eficacia de cada punto citado.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

ALFA DE CRONBACH

Confiabilidad de los Instrumentos.

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cron Bach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre

El Check List se validó mediante el coeficiente de Alfa de Cron Bach obteniéndose como resultado de 25 elementos un 0.678 de fiabilidad del instrumento de recolección de datos, denominándolo en el rango aceptable. El Check list se elaboró en base a 25 alternativas, Se aplicó un Check list a 7 empresas.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	7	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	7	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,678	25

Fuente: Elaboración Propia.

3.2. Análisis Descriptivo del Proceso productivo de la Elaboración de Chocolates en barra de los productores en la Ciudad de Ayacucho.

Tabla 1. Capacidad de producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 100-200unid por lote	2	28,6	28,6	28,6
210-300unid por lote	1	14,3	14,3	42,9
310 a más por lote	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Interpretación: De las empresas analizadas el 57.1% tienen la capacidad de producción de 310 unidades de tabletas de chocolates por lote a más, esto nos demuestra la alta demanda que presentan las empresas productoras de chocolate; el 28.6% de las empresas encuestadas de chocolates tienen la capacidad de 100 a 200 unidades de tabletas en producción por lote, otro grupo de empresas se encuentran en proceso de aumento en su producción, lo que indica que su producto es ampliamente aceptado con sus mercados actuales.

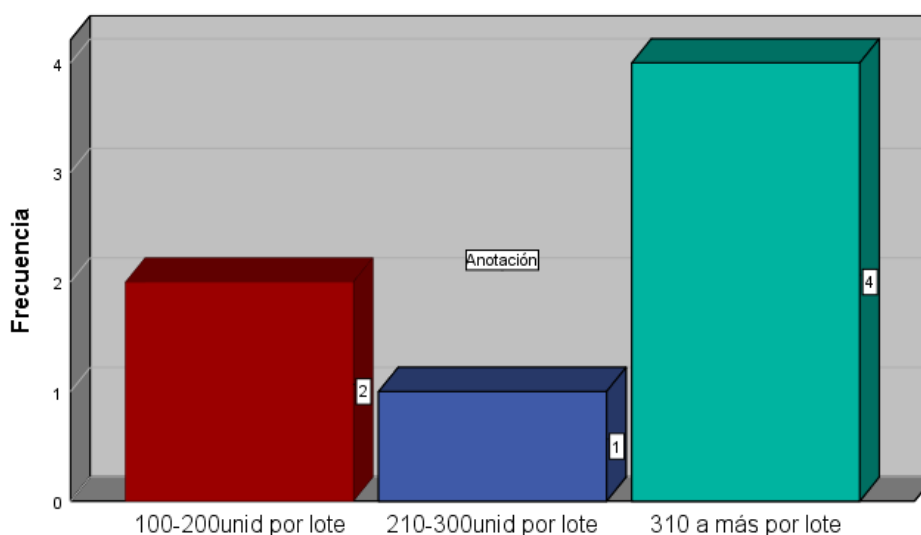


Figura 1. Capacidad de Producción de las empresas Encuestadas.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 2. Vida útil de la Maquinaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10-15 años	6	85,7	85,7	85,7
	15-20 años	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas 85.7% cuentan con maquinaria entre 10 a 15 años de antigüedad en su uso contando con tecnología relativamente desfasada, el contar con maquinaria de 15 años de antigüedad refleja la cantidad de producción que efectúan, considerando la obtención de maquinaria moderna y el 14,3% cuentan con maquinaria entre 15 a 20 años de antigüedad de uso.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

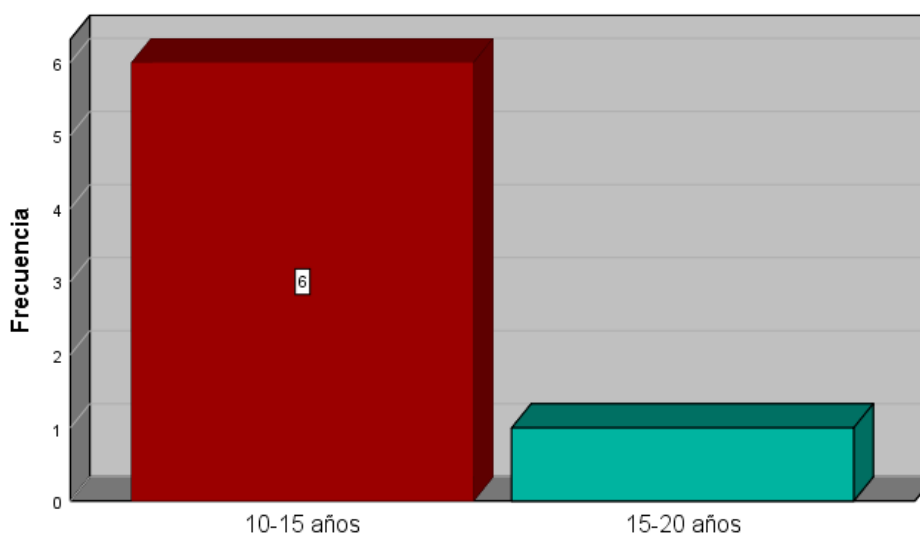


Figura 2. Vida útil de la Maquinaria.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 3. Tipo de Tecnología de la Maquinaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALEMANA	1	14,3	14,3	14,3
	PERUANA	6	85,7	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas 85.7% cuentan con maquinaria de origen peruano, lo que indica que los repuestos o servicios técnicos están al alcance de las empresas de la zona y el 14,3% cuentan con máquinas de origen alemán lo cual puede influir positivamente en la calidad del producto.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

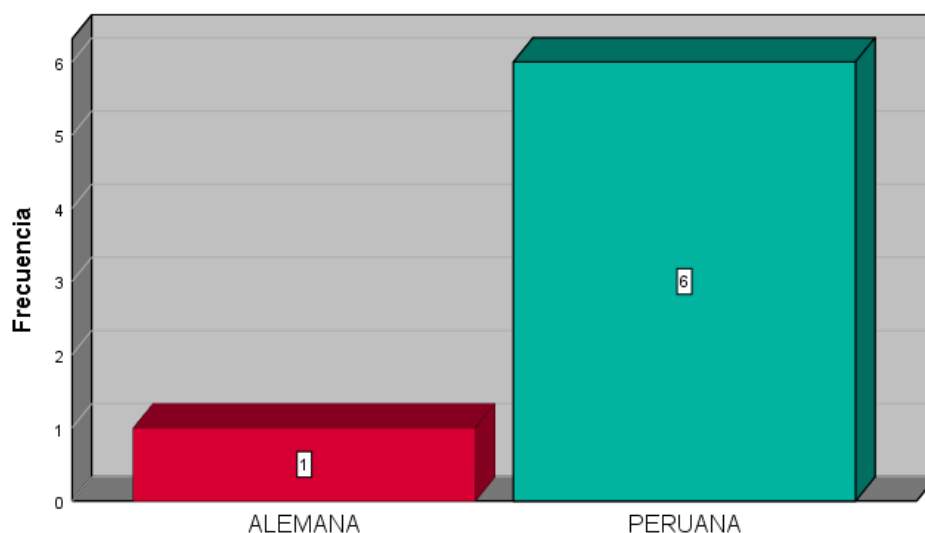


Figura 3. Tipo de Tecnología de la Maquinaria.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 4. Cantidad de Merma por lote Producido.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1k-5k por lote	4	57,1	57,1	57,1
11k a más por lote	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57.1% indican que por cada lote producido de chocolate resulta una merma de 1 a 5 kilos, lo cual es un indicativo que las máquinas de menor año o las que son recientes en su fabricación otorgan un ahorro de materia prima, esto debido a la antigüedad de la maquinaria y el origen de fabricación y un 42.9% de las empresas indican que de 11 kilos a más por cada lote de chocolate producido.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

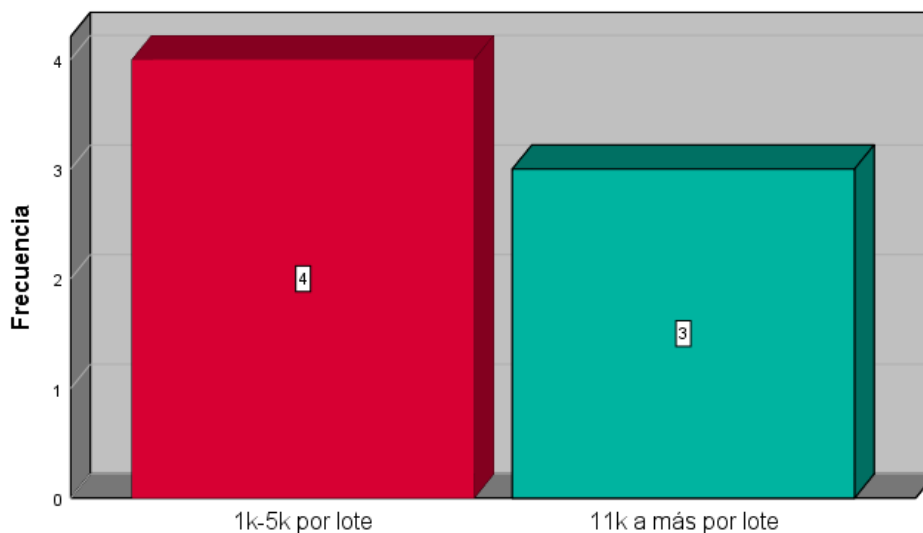


Figura 4. Cantidad de Merma por Lote Producido.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 5. Costo de Producción.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido \$100-\$200 cada mes por lote	4	57,1	57,1	57,1
\$300 a más cada mes por lote	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57.1% indican que cada mes invierten para la fabricación por lote de chocolates entre \$100 a \$200 dólares indicando un gran número de producción, pero la cantidad de merma por la producción realizada es alta y el 42.9% indican que cada mes invierten entre \$300 dólares a más por lote para la producción de chocolates.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

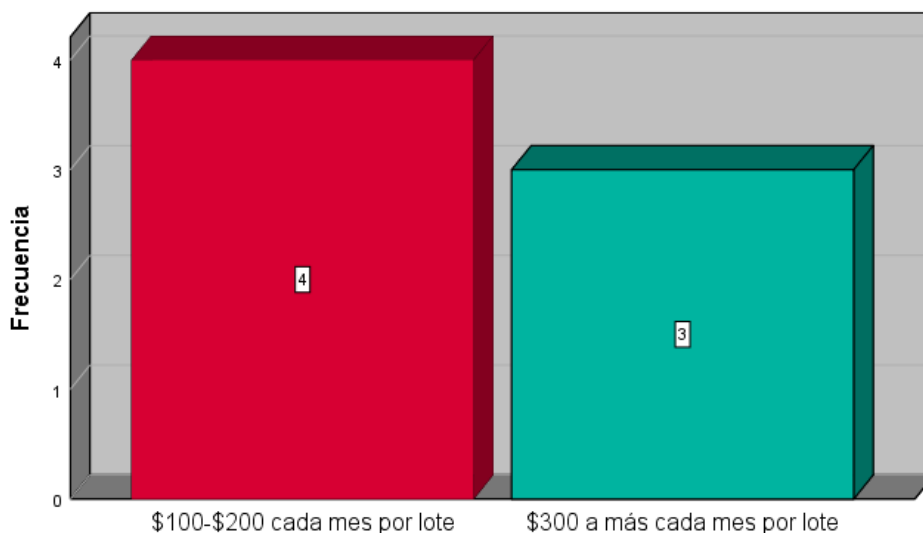


Figura 5. Costo de Producción

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 6. Variedad de Cacao

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido CRIOLLO	2	28,6	28,6	28,6
CHUNCHO O NATIVO	5	71,4	71,4	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 71,4% indican que utilizan la variedad de cacao chuncho para la producción de los chocolates, lo que se pretende diferenciar su producto en la producción con esta variedad de cacao, la cual la adquisición de este producto es relativamente alta y el 28,6% indican que utilizan la variedad de cacao criollo para la producción de los chocolates.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

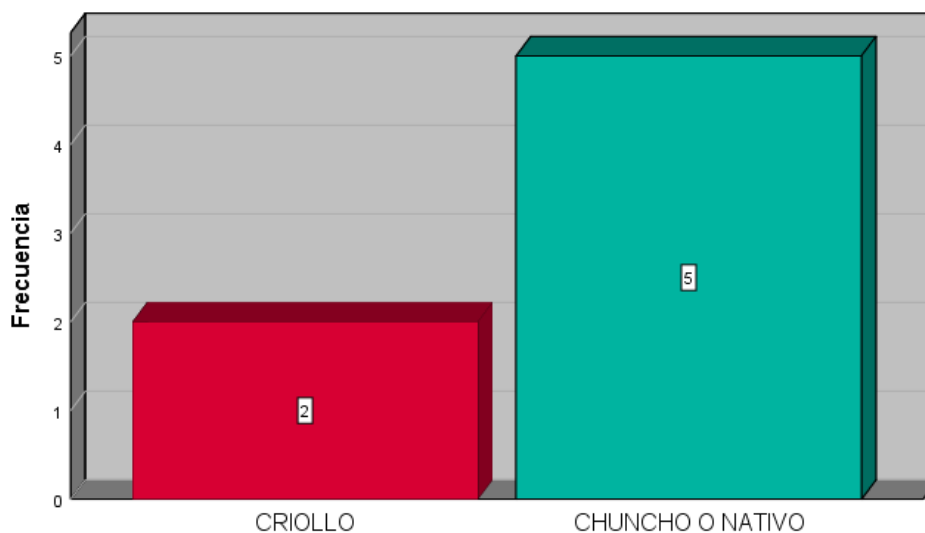


Figura 6. Tipo de Cacao.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 7. Grado de Fundido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	45°C- 50°C	7	100,0	100,0	100,0

Interpretación: De las empresas analizadas el 100 % indican que elaboran los chocolates a los grados entre 45°C a 50°C otorgando la consistencia adecuada del producto.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

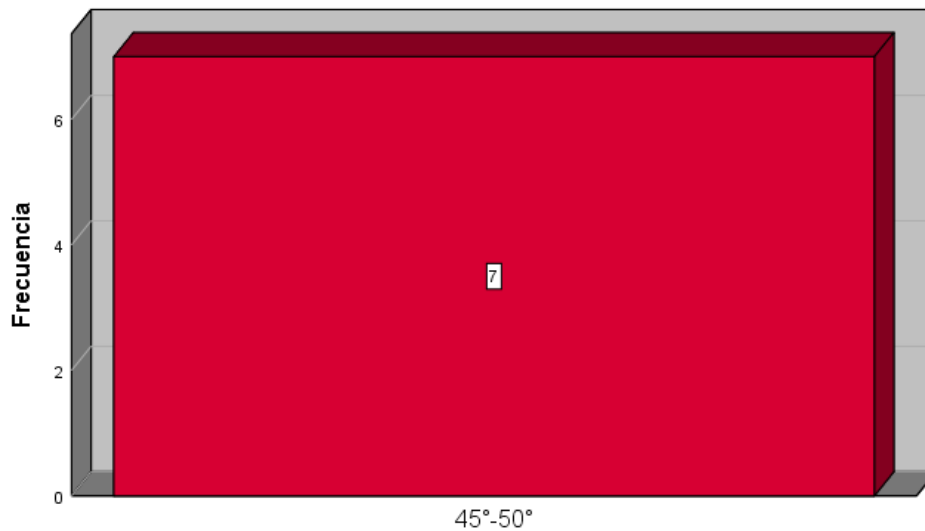


Figura 7 Grado de Fundido del Cacao.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 8. Horas de Molido del Cacao.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	6-10 horas	3	42,9	50,0	50,0
	11-20horas	3	42,9	50,0	100,0
	Total	6	85,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	14,3		
Total		7	100,0		

Interpretación: De las empresas analizadas el 42,9% indican para la fabricación del chocolate utilizan entre 6 a 10horas de molido del grano para la formulación del chocolate, esto debido a la capacidad de la máquina y rapidez de proceso de molido por la antigüedad de su fabricación; el 42,9% lo realizan entre 11 a 20 horas para la formulación de dicha fabricación de chocolates.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

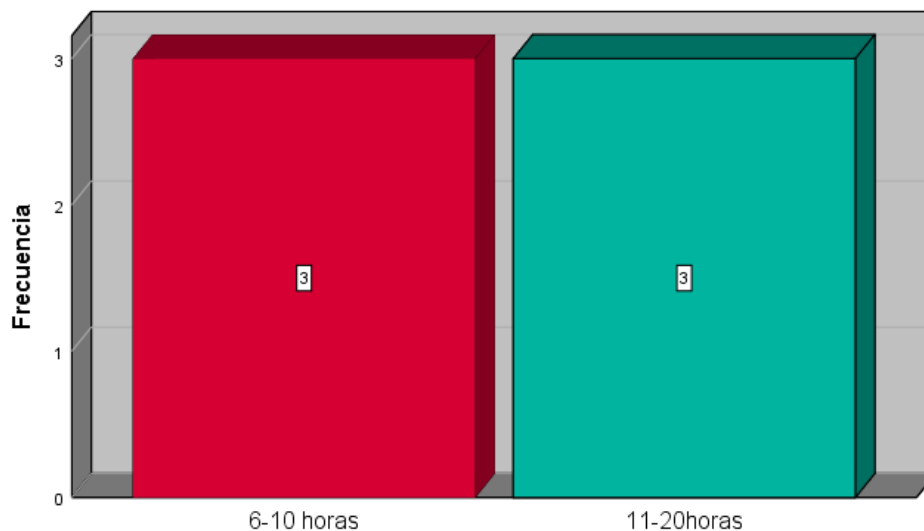


Figura 8. Horas de Molido del Cacao.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 9. Grados de Moldeado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	30°C-34°C	6	85,7	85,7	85,7
	35°C-38°C	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 85,7% indican que para la formulación del chocolate lo realizan a 30°C a 34°C para dicho moldeado del producto para otorgar una adecuada consistencia en su brillo y el 14,3% indican que para la formulación del chocolate lo realizan a 35°C a 38°C para dicho moldeado del producto

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

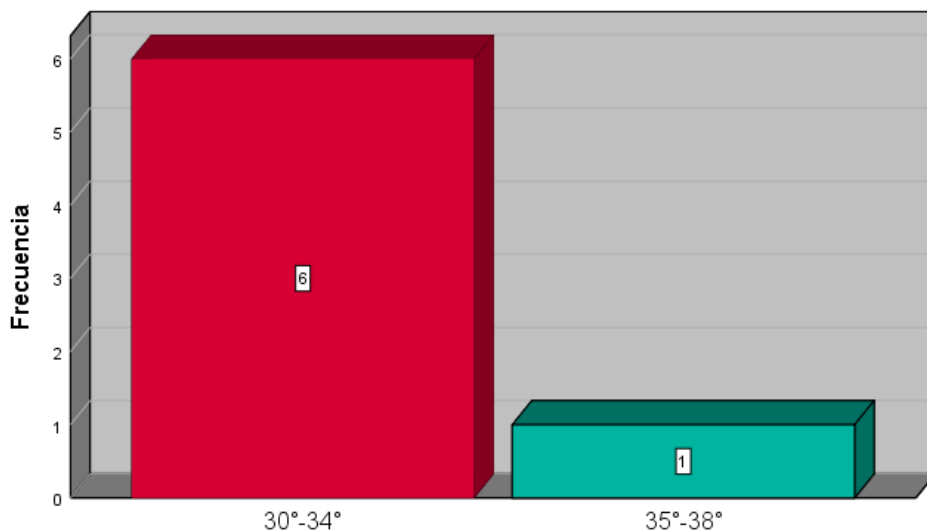


Figura 9. Grado de Moldeado.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 10. Formulación del Chocolate - Tostado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	110°C-130°C	5	71,4	71,4	71,4
	135°C-140°C	2	28,6	28,6	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 71,4% indican que para la formulación del chocolate lo tuestan entre 110°C a 130°C entre 20 a 30 minutos y el 28,6% indican que para la formulación del chocolate lo tuestan entre 135°C a 140°C entre 60 a 120min. No se presenta un estándar en este proceso, se varía los grados en relación a los minutos debido a la capacidad de la máquina.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

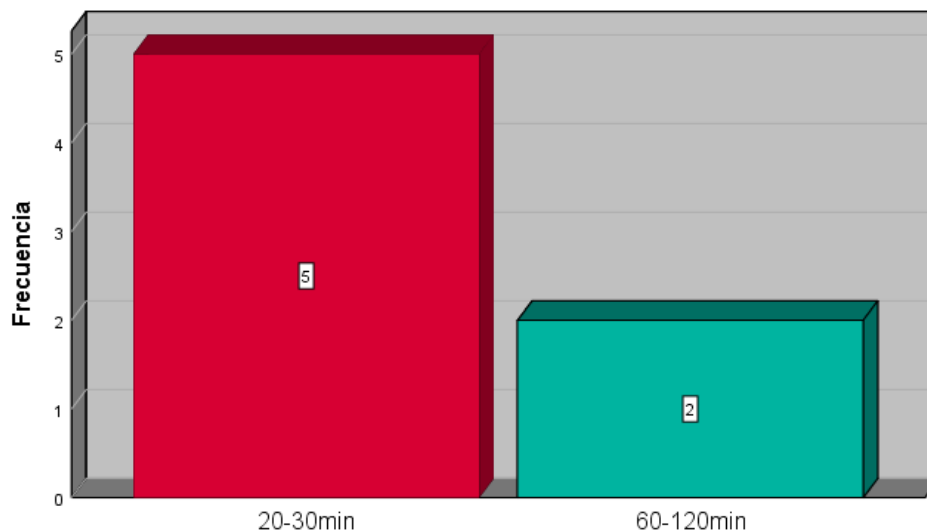


Figura 10. Formulación del Chocolate - Tostado.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 11. Formulación del Chocolate - Descascarillado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 20-30min	5	71,4	71,4	71,4
60-120min	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 71,4% indican que, para la formulación del chocolate, el descascarillado lo realizan entre 20 a 30 minutos, igualmente este proceso no tiene un estándar de minutos, y esto debido a la capacidad de la maquinaria debido a la antigüedad de la fabricación y el 28,6% indican que, para la formulación del chocolate, el descascarillado lo realizan entre 60 a 120 minutos.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

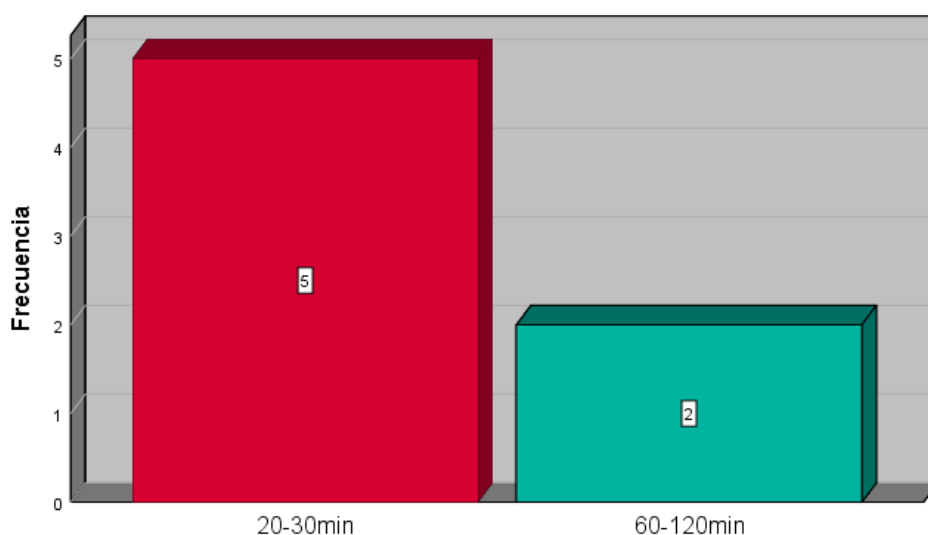


Figura 11. Formulación del Chocolate - Descascarillado.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 12. Formulación del Chocolate- Refinado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 6-12horas	3	42,9	42,9	42,9
12-36horas	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57,1% indican que, para la formulación del chocolate, el refinado lo realizan entre 12 a 36 horas para la producción del chocolate, es muy importante el tiempo de refinado, los productores nos indicaron que cuanto más tiempo, más determina el refinado del producto y el 42,9% indican que, para la formulación del chocolate, el refinado lo realizan entre 6 a 120 horas.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

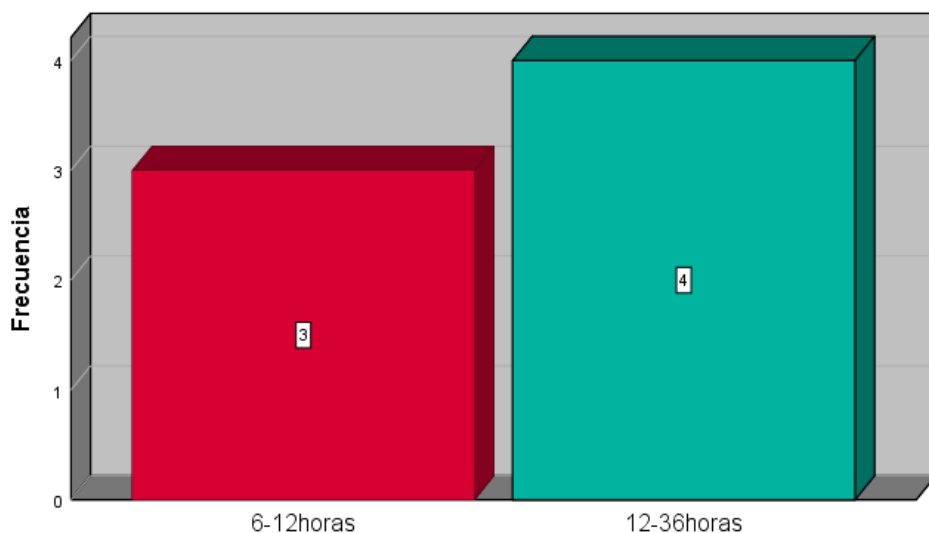


Figura 12. Formulación del Chocolate – Refinado.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 13. Formulación del Chocolate - Moldeado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido PROCESO RAPIDO	2	28,6	28,6	28,6
2-4horas	5	71,4	71,4	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 71,4% indican que, para la formulación del chocolate, el moldeado lo realizan entre 2 a 4horas para la producción del chocolate y el 28,6% indican que, para la formulación del chocolate, el moldeado lo realizan en proceso rápido, debido a la maquinas modernas adquiridas.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

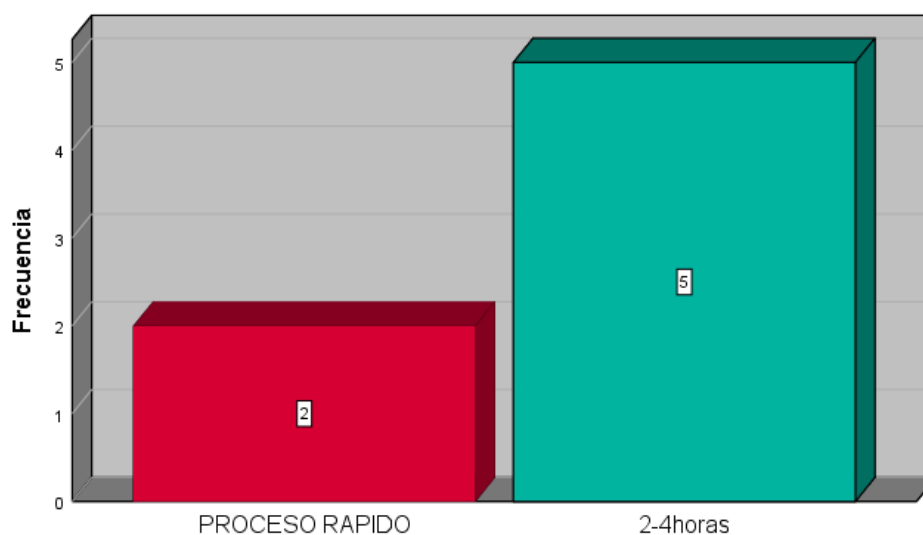


Figura 13. Formulación del Chocolate - Moldeado.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 14. Presentación % de Cacao.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido cacao45%-57%	1	14,3	14,3	14,3
cacao58%-70%	4	57,1	57,1	71,4
TODOS	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57,1% indican que para la producción del chocolate utilizan el porcentaje de cacao entre 58% a 70%, logrando un producto de alta calidad y sabor diferenciado; el 28,6% de las empresas analizadas indican que para la producción del chocolate utilizan todos los porcentajes en la fabricación de dichos productos.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

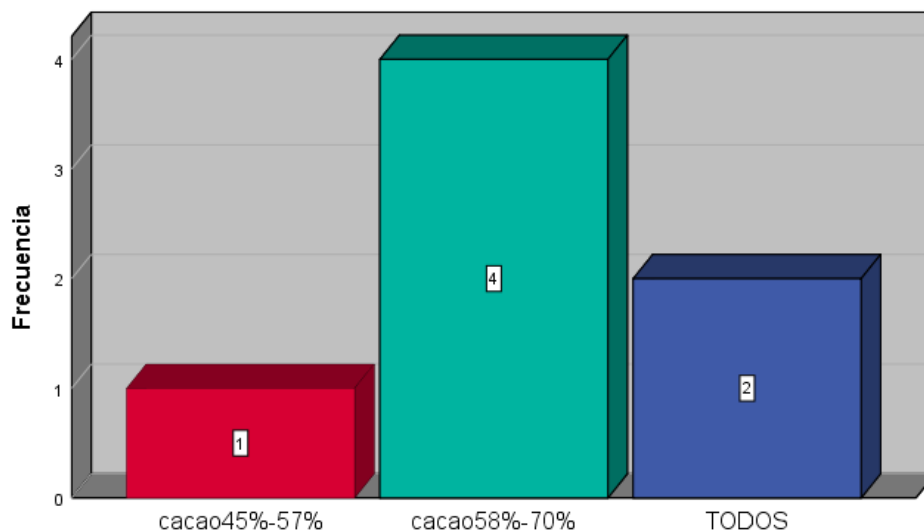


Figura 14. Presentación % de Cacao.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 15. Valor Agregado (Extensión de Línea)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Lácteos	1	14,3	14,3	14,3
frutos secos	2	28,6	28,6	42,9
TODOS	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57,1% indican que para la producción del chocolate utilizan todo tipo de insumos en mezcla del cacao como frutos secos, frutos frescos, lácteos, granos y yerbas para mejorar la competitividad frente a los competidores; el 28,6% de las empresas analizadas indican que para la producción del chocolate utilizan frutos secos para dicha producción y el 14,3% de las empresas analizadas indican que para la producción utilizan lácteos para dicha producción.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

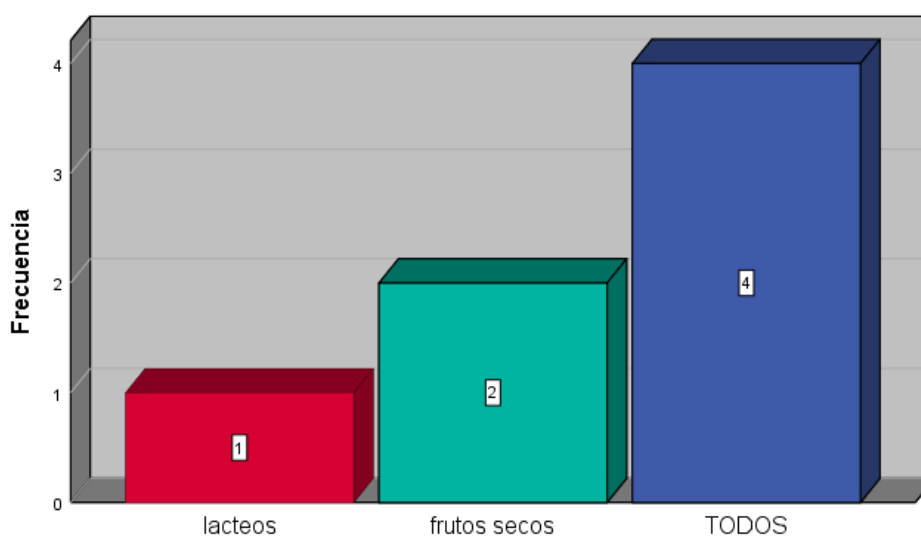


Figura 15. Valor Agregado.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 16 Distribución de Área de Proceso.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuenta con área de proceso	1	14,3	14,3	14,3
si cuenta con área de proceso	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 85,7% indican que las empresas cuentan con área de proceso de producción, esta información es positiva ya que el producto Ayacuchano transmite la formalidad en el rubro, ya que constantemente reciben la visita del Ministerio de Producción, como ente de control e impulsador y el 14,3% de las empresas no cuentan con área de producción para la producción del chocolate en base a cacao.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

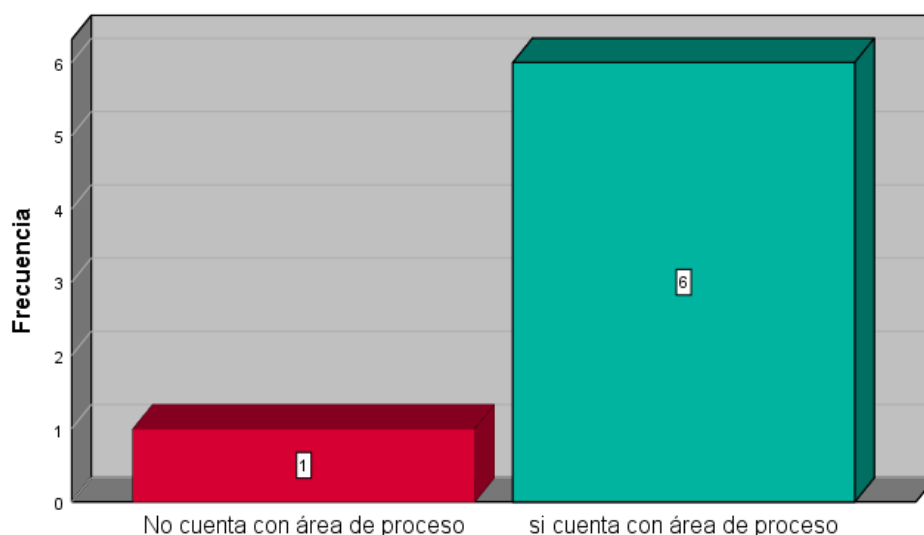


Figura 16. Distribución de Área de Proceso.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 17. Distribución de Área de Abastecimiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido cuenta con área de abastecimiento	6	85,7	85,7	85,7
no cuenta con área de abastecimiento	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 85,7% indican que las empresas cuentan con área de abastecimiento para la producción de dicho producto, los representantes de cada empresa tienen cuidado extremo en el trato de su materia prima y el 14,3% de las empresas no cuentan con área de abastecimiento para la producción del chocolate en base a cacao.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

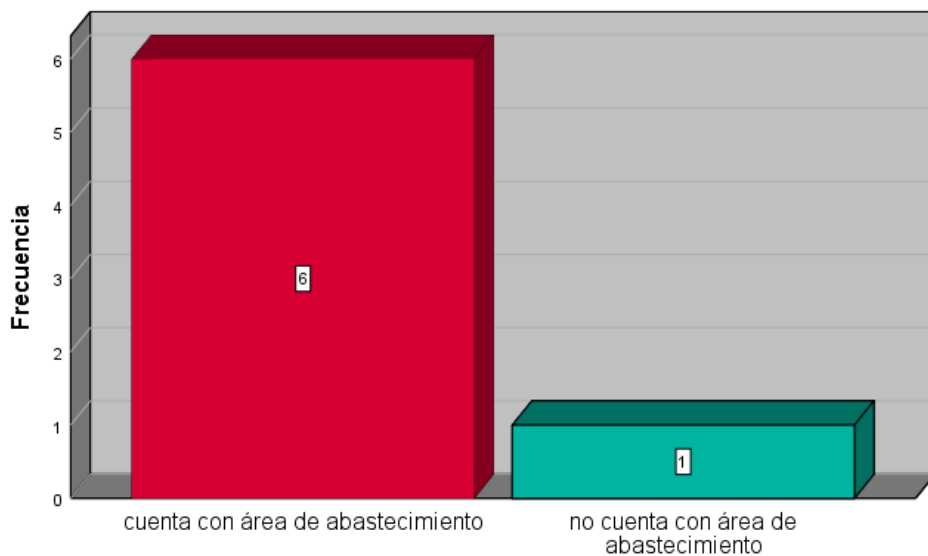


Figura 17. Distribución de Área de Proceso.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 18. Distribución de Laboratorio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido cuenta con laboratorio	1	14,3	14,3	14,3
no cuenta con laboratorio	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 85,7% indican que las empresas no cuentan con laboratorio para la producción de dicho producto, este indicativo es preocupante, ya que al no contar con un laboratorio no se podrá medir y controlar la calidad del producto en la fabricación del producto y el 14,3% de las empresas cuentan con área de laboratorio para la producción del chocolate en base a cacao.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

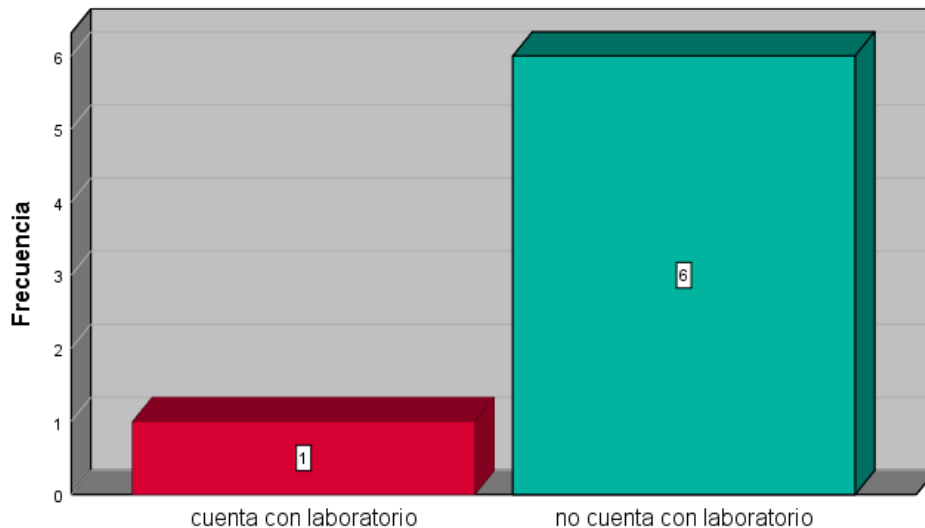


Figura 18. Distribución de Área de Proceso.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 19. Envase del Producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido PAPEL METALICO LAMINADO	4	57,1	57,1	57,1
BILAMINADO	2	28,6	28,6	85,7
TODOS	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57,1% indican que las empresas utilizan el papel metálico laminado como envase del producto para su mejor conservación y presentación; el 28,6% utilizan el Bilaminado como envase del producto y 14,3% de las empresas utilizan todos los materiales mencionados para el envase del producto.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

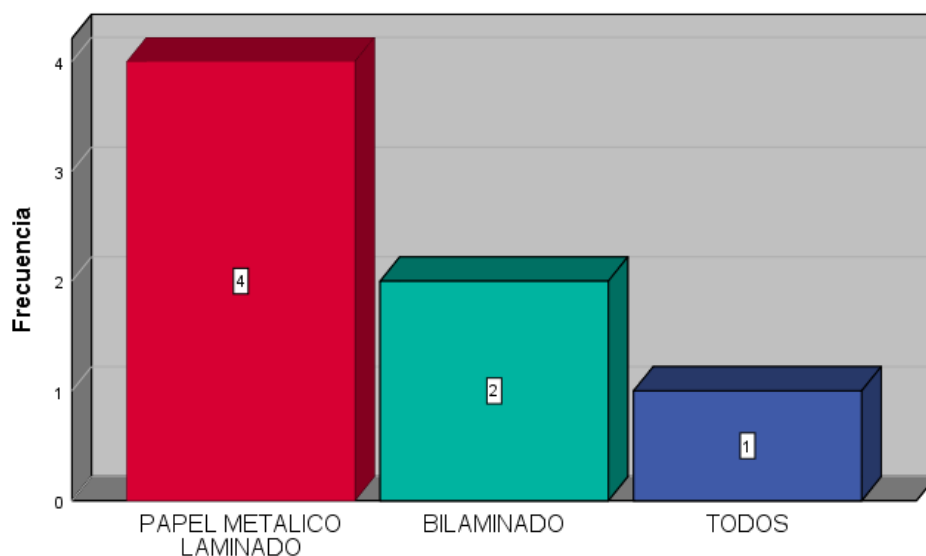


Figura 19. Envase del Producto.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 20. Empaque del Producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Cartón plastificado	3	42,9	42,9	42,9
se observa permiso sanitario	3	42,9	42,9	85,7
se observa certificado de calidad	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 42,9% indican utilizar cartón plastificado como empaque para sus productos; otro 42,9 indican que en su empaque se puede observar los permisos sanitarios correspondientes de dicho producto, lo que es preocupante que casi el 50% de empresas no cuentan con permiso sanitario del producto y el 14,3% de las empresas cuentan y se observa el certificado de calidad del producto en sus empaques otorgando competitividad del producto.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

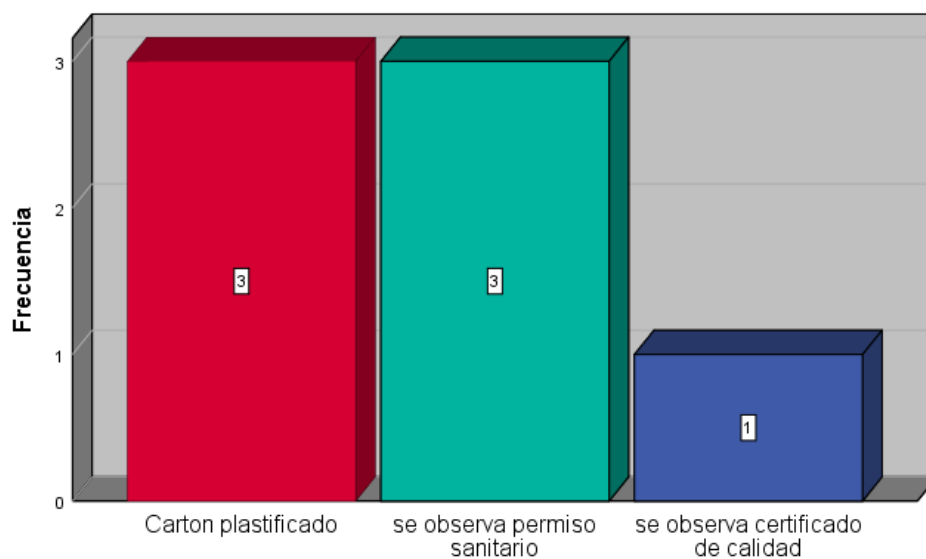


Figura 20. Empaque del Producto.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 21. Marca Patentada ante Indecopi

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	4	57,1	57,1	57,1
	NO	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57,1% indican que su marca esta patentada ante Indecopi otorgando seguridad ante la copia de su marca y el 42,9% de las empresas analizadas indican que no han patentado su marca, lo cual indica una cifra alarmante de formalidad de su empresa.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

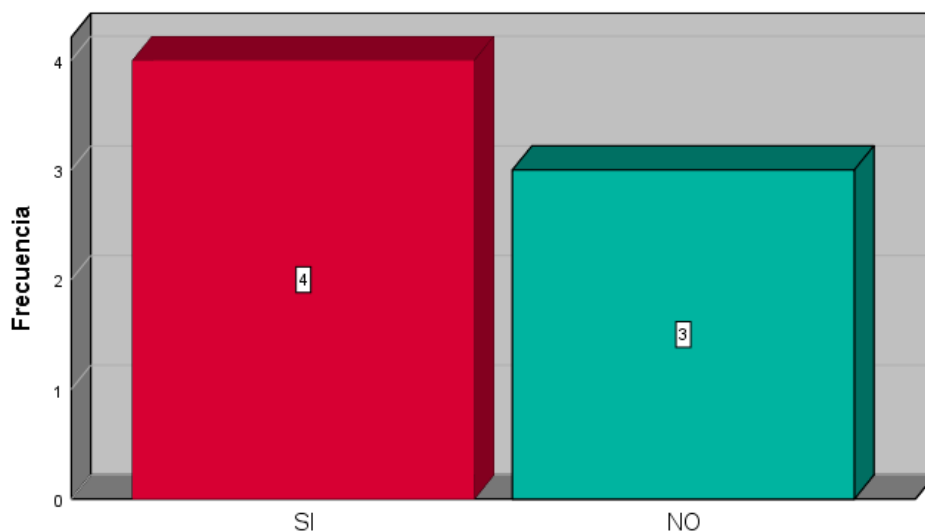


Figura 21. Marca Patentada.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 22. Tipo de Marca.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	denominativa	4	57,1	57,1	57,1
	Mixta	3	42,9	42,9	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57,1% indican que cuenta con un tipo de marca denominativa en sus empaques del producto y un 42,9% indican que cuentan con un tipo de marca mixta la cual tiene mayor alcance de aceptación del producto.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

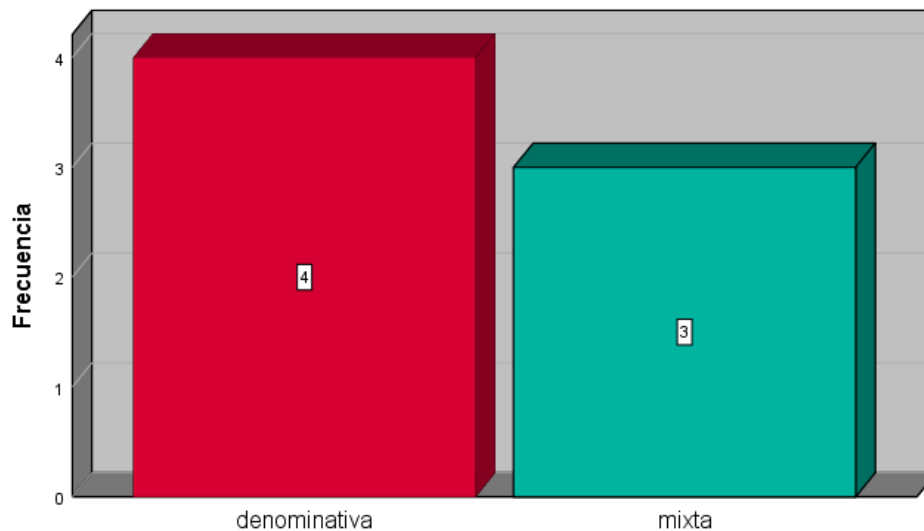


Figura 22. Tipo de Marca.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23. Presentación del Producto- Peso (Tableta)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	31gr-50gr	3	42,9	42,9	42,9
	51gr-80gr	4	57,1	57,1	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 57,1% indican que realizan sus productos con una presentación de 51 gr a 80 gr en tabletas de chocolates, en gran porcentaje de empresas cuentan con este tipo de presentación, y no afecta al precio de venta, ya que se vende a un producto relativamente elevado y el 42,9% indican que realizan su producto con una presentación de 31gr a 50gr en tabletas de chocolates.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

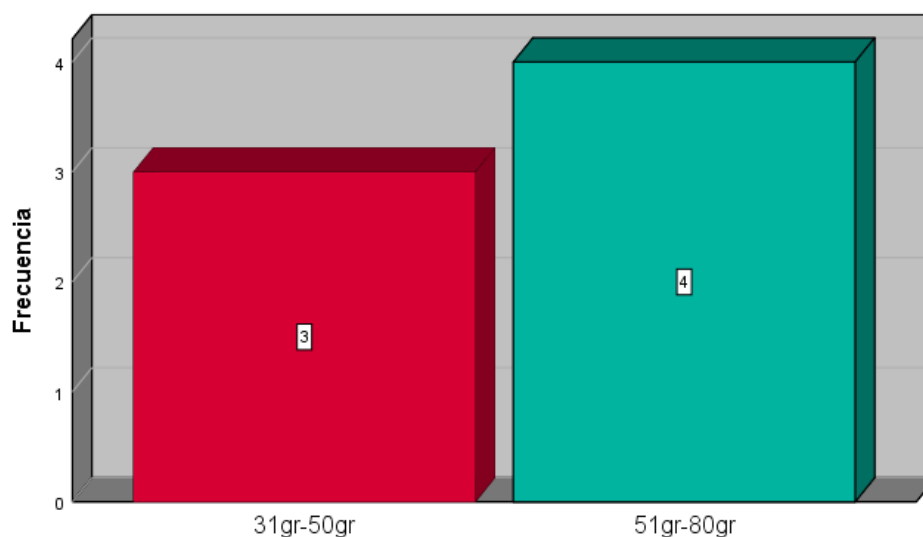


Figura 23. Presentación del Producto - Peso.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 24. Costo Unitario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2.80soles	7	100,0	100,0	100,0

Interpretación: De las empresas analizadas el 100% indican que el costo unitario por cada producto producido es 2.80 soles, tendría mayor rentabilidad si no se presentara alto porcentaje de merma por producción.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.



Figura 24. Costo Unitario.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 25. Precio Exwork

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$ 0.60-\$ 1.11	1	14,3	14,3	14,3
	\$ 1.12- \$ 1.21	6	85,7	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Interpretación: De las empresas analizadas el 85,7% indican que comercializan en precio Exwork de \$ 1.12USD a \$1.21 USD la unidad de sus productos, los precios de venta son bajos en relación a lo que se debería establecer en el mercado, y esto debido a que se presenta un buen producto y un 14,3% lo comercializa a un precio Exwork de \$ 0.60 a \$1.11USD.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

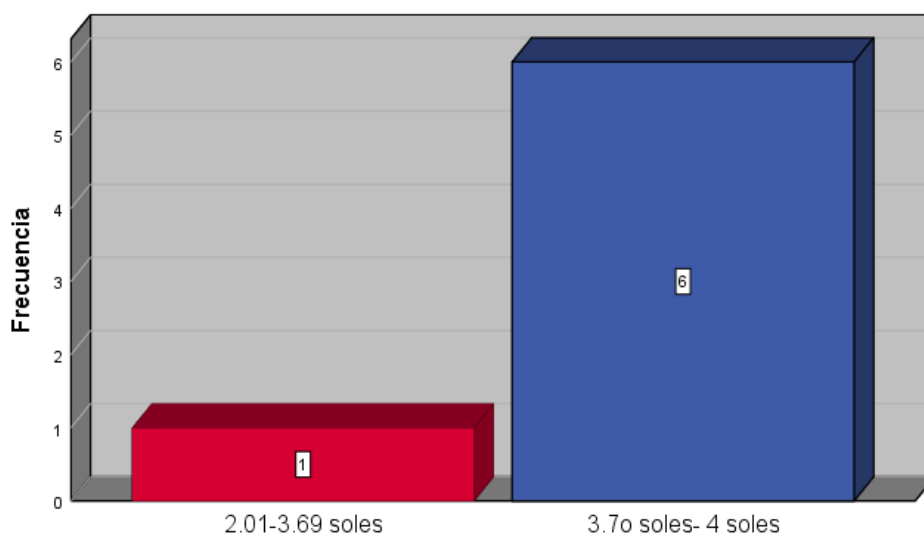


Figura 25. Precio Exwork.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

3.3. Análisis Cualitativo, para conocer los motivos de los representantes de cada empresa en la Ciudad de Ayacucho para Internacionalizarse.

Entrevista.

Pregunta 1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?

Respuesta 1: Cuatro de las empresas entrevistadas afirman que los motivos proactivos que contribuyen en los gerentes y/o dueños de las empresas que producen chocolate en barra en la ciudad de Ayacucho, son las utilidades siendo el principal motivo que contribuye para la internacionalización de las empresas, es porque les ayudará a posicionar su marca, por lo cual creen que su producto es bueno y diferente, de igual manera les ayudará a mejorar sus precios de venta frente a un mercado nuevo otorgando mayores rentabilidades, y ayudará a especializar su producto con nuevas mezclas de sabores a nuevos mercados. Por otro lado, tres de las empresas consideran que las utilidades no es el principal motivo que contribuyen a internacionalizarse, lo que realmente los motiva a internacionalizarse es cumplir con la misión y visión para lo cual fueron creadas las empresas.

Pregunta 2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?

Respuesta 2: Los empresarios de la ciudad de Ayacucho específicamente tres empresas entrevistadas consideran que sus productos son únicos, en el sentido que ofrecen ingredientes naturales y orgánicos que acompañan al chocolate a base de cacao, considerándolo un sabor único, por otro lado cuatro empresas entrevistadas consideran que no es tan solo son los ingredientes, sino el tratamiento y proceso de preparación de los insumos que hacen único al producto y por tal motivo, consideran un factor para que distintos mercados internacionales conozcan el producto que producen y comercializan.

Pregunta 3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?

Respuesta 3: Tal como se menciona en el análisis cuantitativo (Check list) un factor que contribuye a la internacionalización de las empresas en la ciudad de Ayacucho es la ventaja tecnológica que cuentan, ya que la antigüedad de su maquinaria que utilizan no ayudan a determinar la calidad en el proceso de producción de su producto y a reducir costos minimizando la merma. Por otro lado, dos empresas entrevistadas mencionan que no es motivo suficiente que contribuya para internacionalizarse ya que es un indicador que se puede controlar y mejorar contando con la tecnología adecuada que ayudara a ganar mercados internacionales y posicionar su marca.

Pregunta 4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?

Respuesta 4: El 100% de los gerentes de cada empresa mencionada en dicha investigación que es de suma importancia contar con información exclusiva de mercados internacionales, ya que permite considerar los precios, demanda del mercado, los requisitos de calidad de los mercados internacionales escogido, certificación de calidad, canales comerciales que permiten el ingreso del producto. Por consiguiente, consideran que es de suma importancia el estudio de mercado ya que les permite visualizar mejor el panorama del cliente, pero no es suficiente motivo que contribuya para internacionalizar sus productos.

Pregunta 5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?

Respuesta 5: No es un motivo proactivo que indique que los gerentes quieren internacionalizar su producto, ya que indican cinco empresas entrevistadas que los impuestos que ofrece el gobierno son exentos para los exportadores peruanos, pero lo que se consideran son los impuestos y/o tasas de los países de destino que son relativamente altos que se aplican a los productos no tradicionales con valor agregado en relación a las materias primas que importan los mercados internacionales, considerando en reducir sus precios de ventas para que sus productos se han comprados y esto significa menores

utilidades y mayor endeudamiento. Por otro lado dos empresas entrevistadas consideran que puede ser un motivo que contribuya para internacionalizar sus empresas.

Pregunta 6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?

Respuesta 6: Si, cinco empresas entrevistadas coinciden que es un motivo que contribuye para la internacionalizarse, ya que es sinónimo de producción a escala, cuanto mayor sea la producción, será mayor las utilidades y el ahorro en la producción será mayor, por otro lado dos empresas consideran que provocara el aumento de los competidores en los mercados escogidos por los productores peruanos

Pregunta 7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales?

Respuesta 7: Tres de las empresas peruanas entrevistadas consideran que no es un motivo a considerar la pérdida de participación en el mercado doméstico para internacionalizarse, ya que el gran porcentaje de sus productos son consumidos a nivel nacional, consideran otro factor para dicha internacionalización, por otro lado 4 empresas consideran que si, ya que el mercado internacional es muy amplio y ofrece mayores oportunidades que en el mercado doméstico no lo encuentran.

Pregunta 8. ¿Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

Respuesta 8: Las empresas entrevistadas en su gran porcentaje de la empresas, no consideran un motivo para la internacionalización, considerando si hay sobreproducción ante baja en el mercado nacional, ya que opinan que aquellas bajas muchas veces son pasajeras y momentáneas por consiguiente hay mucho que abarcar en el mercado doméstico que no han alcanzado territorialmente, por tal motivo una buena barra de

chocolate a base del cacao peruano siempre se considera a diferencia de la competencia internacional.

Pregunta 9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

Respuesta 9: Las siete empresas entrevistadas en la ciudad de Ayacucho consideraron que es un motivo indispensable internacionalizar su empresa al reducir sus ventas en el mercado doméstico ya que esto le permite buscar mayores clientes en el mercado internacional, expandir sus mercados a nivel global permitiendo que sus productos se han conocidos en otros mercados, por otro lado dos empresas a la vez mencionan que el número de consumo ha aumentado por parte del mercado doméstico de 200gr a 500gr por persona y que el mercado peruano es bueno a pesar de bajas en las ventas.

Pregunta 10. ¿La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivo suficiente para incursionar en mercados internacionales?

Respuesta 10: Si, se considera que la capacidad excesiva de producción de las empresas es un motivo para internacionalizar, pero las siete empresas peruanas de la ciudad de Ayacucho consideran su producción programada de acuerdo a la demanda del mercado nacional o internacional ya que la capacidad de producción excesiva acarrea costo de mantenimiento.

Pregunta 11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

Respuesta 11: Comentan las siete empresas entrevistadas que el mercado doméstico no está saturado, el chocolate compite erróneamente en otra categoría, esto lo han clasificado como golosinas y son preferidas por el consumidor como chocolate por su bajo costo en relación a las golosinas, pero el gran porcentaje considera que es un motivo para internacionalizarse ya que puede contactar con nuevos clientes extranjeros, pero si esto demanda algún costo adicional de producción no sería considerado.

Pregunta 12. ¿Considera que los acuerdos comerciales son un motivo impulsador para la Internacionalización de la empresa?

Respuesta 12: Cinco de las empresas productoras de chocolate en barra en la ciudad de Ayacucho consideran que es un motivo impulsador establecer acuerdos comerciales para la internacionalización de dichas empresas, ya que esto ayuda a promover las ventas de forma positiva, fortalecen y apoyan de gran manera el posicionarse en nuevos mercados, mejorar las relaciones comerciales con otros países bajo el esquema de la marca Perú. Por otro lado, dos empresas productoras consideran que es mayor el control de las imposiciones de barreras no arancelarias por países europeos, esto debido al contenido del cadmio en estos productos exportados y por lo tanto no es motivo para la internacionalización de sus empresas.

Pregunta 13. ¿Considera que Ud. logísticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada?

Respuesta 13: Si bien es cierto las empresas entrevistadas se encuentran en provincia, lejos logísticamente de algún puerto de embarque para las exportaciones del producto, pero mencionan seis empresas que no es factor que limite internacionalizar su empresa, igualmente mencionan que el punto de ubicación de sus plantas esta estratégicamente ubicada ya que las plantas de producción están ubicadas con un clima privilegiado para la producción e inocuidad del mejor cacao del mundo. Para finalizar, una empresa menciona tiene planes de expansión de sus plantas de producción que lo colocará cerca logísticamente a puertos para sus exportaciones.

3.4. Mercado Canadiense, posible mercado destino.

De acuerdo con las cifras tomadas de la SUNAT, las exportaciones de chocolates en barra, bajo la partida arancelaria 180690. Registraron cifras relevantes en el año 2018 al mercado Canadiense, aunque se exporta igualmente a otros mercados.

Desde el mes de enero al mes de Mayo muestra un porcentaje de creciente de exportación en valor FOB, con un mayor volumen de exportación en el mes de mayo con \$238,829.06 valor FOB. Su vía de transporte común es la vía marítima del Callao rumbo al mercado Canadiense, el segundo mercado de exportación de mayor volumen que nos indica la SUNAT es Ecuador con \$6,901.50 en el mes de abril, pero tuvo una continuidad de exportación en los meses de Febrero a Mayo. (Tabla.26)

Tabla 26 Reporte de exportaciones por Partida 180690.

ITE	PARTIDA	ADUANA	PAIS a EXP.	MES	FOB \$
1	1806900000	TUMBES	ECUADOR	Febrero 2018	4,606.54
2	1806900000	TUMBES	ECUADOR	Marzo 2018	4,908.60
3	1806900000	TUMBES	ECUADOR	Abril 2018	6,901.50
4	1806900000	TUMBES	ECUADOR	Mayo 2018	3,828.56
5	1806900000	CHIMBOTE	AGUAS INTERNACIONALES	Marzo 2018	54.47
6	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	AUSTRALIA	Febrero 2018	12,372.00
7	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CANADA	Enero 2018	223,487.75
8	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CANADA	Febrero 2018	124,261.20
9	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CANADA	Marzo 2018	13,996.39
10	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CANADA	Mayo 2018	238,829.06
11	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CHILE	Enero 2018	36,735.60
12	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CHILE	Febrero 2018	171,367.37
13	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CHILE	Marzo 2018	289,978.01
14	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CHILE	Abril 2018	17,775.45
15	1806900000	MARITIMA DEL CALLAO	CHILE	Mayo 2018	21,300.72

Interpretación: Como se visualiza en la tabla 26. El mercado Canadiense es el principal mercado de exportación de referencia por el comercio peruano, con \$60, 057,440 precios FOB. Seguido por Chile y Colombia.

Fuente: SUNAT.

3.4.1. Partidas Arancelarias del Cacao.

Para el presente estudio se analizaron las partidas arancelarias de mayor significancia del cacao:

Tabla 27 PARTIDA ARANCELARIAS DEL CACAO

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
1801100100	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO
1801002000	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, TOSTADO
1806100000	CACAO EN POLVO CON ADICIÓN DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE
1805000000	CACAO EN POLVO SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE.
1704909000	DEMÁS ARTICULOS DE CONFITERIA SIN CACAO (INCL. CHOCOLATE BLANCO)
1806900000	DEMÁS CHOCOLATE Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO
2105000020	DEMÁS HELADOS, INCLUSO CON CACAO.

Análisis: Como se observa el cuadro, N° 27 la partida 180690, es la partida que se toma como referencia para las exportaciones de las barras de chocolate al mercado mundial la cual refiere el preparado de alimentos a base de cacao.

Fuente: PROMPERU.

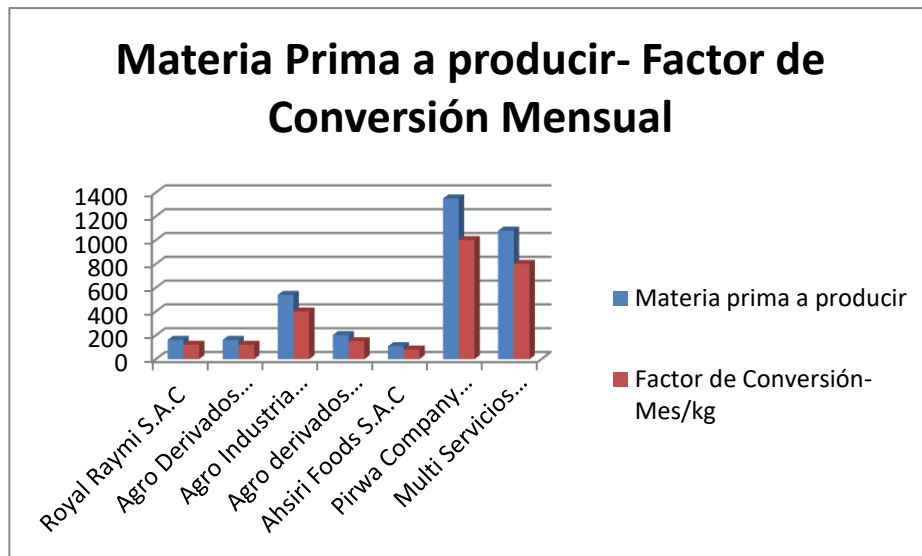
Tabla 28 CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LAS MYPES

N°	Nombre y Apellido	Empresa	RUC	Materia prima a producir	Factor de Conversión- Mes/kg	Merma /Kg
1	Doris Paucar Pizarro	Royal Raymi S.A.C	20603356161	135kg-162kg	100kg -120kg	35kg - 42kg
2	Moner Lizana Huamán	Agro Derivados Antarki S.A.C	20600391641	162kg	120 kg	42kg
3	Eli Santos Guevara Ortega	Agro Industria "Cabo Verde" E.I.R.L	20601980712	472.5kg- 540kg	350kg- 400kg	122.5kg- 140kg
4	Evelyn Paucar Dávila	Agro derivados "Cacao Chuncho"	10406776944	202.5kg	150 kg	52.5kg
5	Shamel Palomino Paucar	Ahsiri Foods S.A.C	20603612184	108kg	80kg	28kg
6	Carlos Bellido	Pirwa Company S.A.C	20602898025	1350kg	1000kg	350kg
7	Alexander Rafael Rojas Abad	Multi Servicios Moriel S.A.C	10422004233	945kg- 1080kg	700kg- 800kg	245kg - 280kg

Análisis: Como se observa la tabla 28. Se muestra las Mypes con su respectivo número RUC y su producción mensual; Observamos el factor de conversión máxima y mínima promedio mensual por kilo con sus respectivas mermas al producir la cantidad indicada y la cantidad por kilo mensual de la materia prima a usar para la producción del producto terminado.

Se observa, que dichas mermas es cercana a un 35% de producción de la producción mensual del producto terminado, que dando asentado que dicha maquinaria de origen peruano y su antigüedad no aporta a dicha producción.

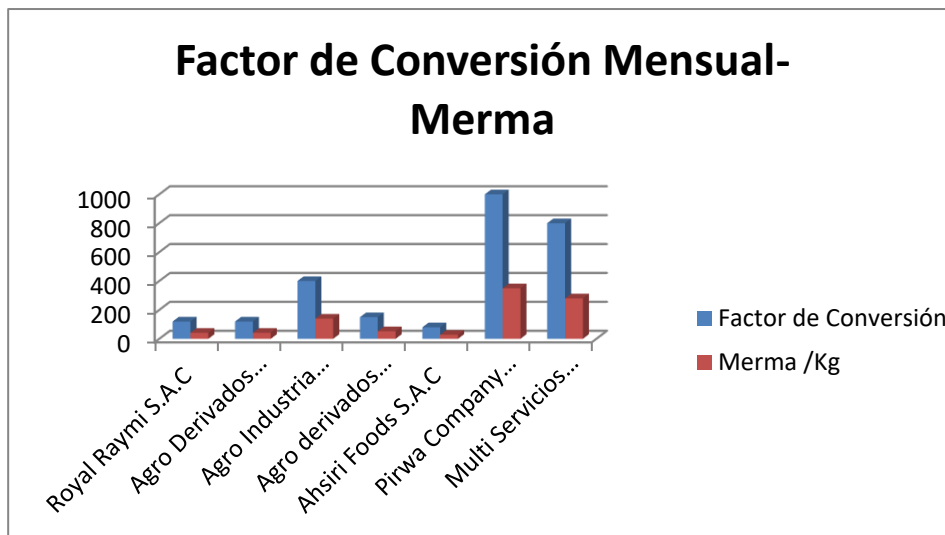
Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.



Nota. Se observa en la figura 26. Las empresas con su respectiva materia prima a utilizar mensual identificada en las barras de color azul y sus respectivo factor de producción resultante.

Capacidad Productiva de las Mypes – Materia Prima.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.



Nota. Se observa en la figura 27. Las empresas con su respectivo factor de conversión mensual identificada en las barras de color azul y sus respectivas mermas resultantes.

Capacidad Productiva de las Mypes - Merma.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

3.5. Marketing Mix de las Mypes - Ayacucho.

3.5.1. Producto.

Las barras de chocolates tiene como ingrediente principal el cacao de tipo criollo y chuncho, materia prima que es extraído de los valles del Vraem y Ayacucho, las barras contienen un 70% de cacao, lo que proporciona un sabor diferenciado en el mercado, la presentación es de 80gr al público, empaque Bilaminado, usualmente son hechas con mezclas como lácteos, cereales, frutos secos que enriquecen el producto, diferenciándose de las competencias y posicionándose en el mercado, cuentan con marca propia, registro sanitarios.

3.5.2. Precio.

Las barras de chocolates fabricadas en la ciudad de Ayacucho tienen un precio de fabricación de 2.80 soles, el precio que en su mayoría manejan las empresas para la venta al por mayor es de \$ 0.84 a \$1.21 USD puesto en fabrica (Exwork) barras de 80gr en cualquiera de sus mezclas de sabores, indican los gerentes que prefieren vender en esos términos para no preocuparse por la logística u otros gastos.

3.5.3. Plaza.

El producto tiene como plaza actual e importante la ciudad de Lima y todas las ciudades de clima frio, que prefieren el producto por su sabor diferenciado, de tipo orgánico y por el precio factible de compra puesto por los intermediarios que comercializan el producto. Se establece que el 28.6% realizan exportación indirecta de sus productos a través de intermediarios, lo cual su objetivo a corto plazo es la exportación directa a mercados Europeos y Americano por su alto porcentaje en consumo y precios que otorgan un mayor margen de utilidades.

3.5.4. Promoción.

Los empresarios reciben el apoyo constante del gobierno, lo cual facilitan la promoción del producto a través de ferias nacionales e internacionales y contactar con potenciales clientes que valoran el chocolate de tipo artesanal, otra manera de hacer promoción los productos son las redes sociales como el Facebook corporativo de los dueños de cada empresa y las redes de las instituciones como el Ministerio de producción que publicitan constantemente el producto.

Tabla 29 FODA DE LAS MYPES

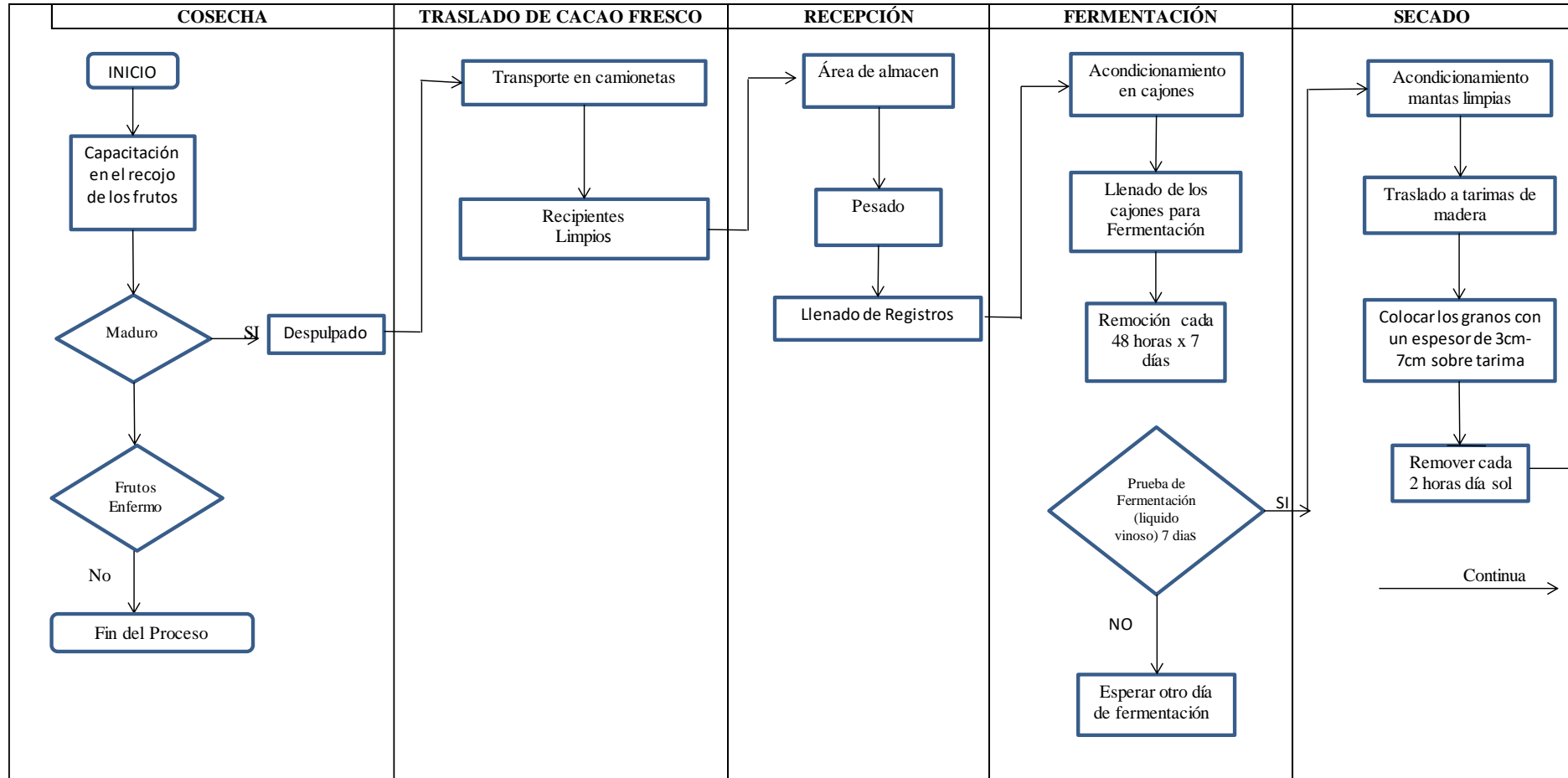
Análisis DAFO	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materia prima de orgánica. 2. Mezclas de fórmulas personalizadas según el gusto del cliente. 3. Materia prima al alcance de los productores dentro de la zona, acortando la distancia en su traslado. 4. Personal constantemente capacitado para el buen manejo de la producción del producto por parte del Estado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maquinaria de 20 años de antigüedad. 2. Capacidad de producción en pequeñas cantidades. 3. No cuentan en su mayoría con una marca registrada ante INDECOPI 4. No cuentan con capital para responder a grandes cantidades de pedidos. 5. No cuentan con certificado orgánico Internacional.
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tendencia por el consumo orgánico en los mercados Internacionales. 2. Tratados Comerciales con diferentes países entre ellos Canadá que facilitan el Comercio internacional. 3. Apoyo por el Estado Peruano, a través de la marca Perú como publicidad de consumo confiable. 4. Incremento del consumo del chocolate como producto gourmet en altos precios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia con Maquinaria moderna 2. Capacidad de producción en grandes cantidades 3. Marca establecida a nivel internacional. 4. Empresas que cuentan con capacidad de liquidez.

Nota. Se observa en la tabla 29, los diferentes análisis tanto internos como externos, la cual nos otorga un mejor panorama de la situación real de las Mypes estudiadas en la ciudad de Ayacucho.

Figura 29. FODA de las Mypes.

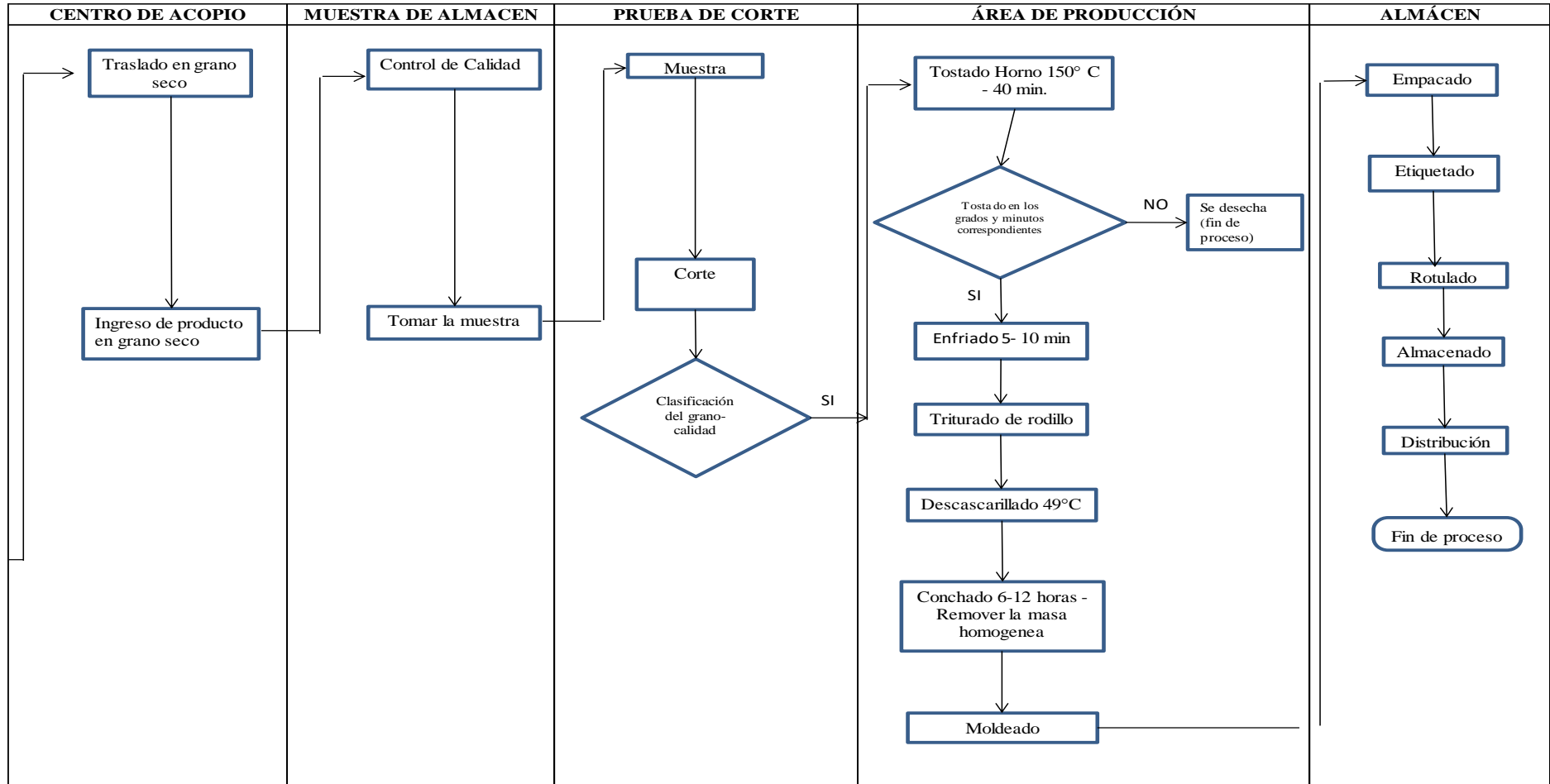
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



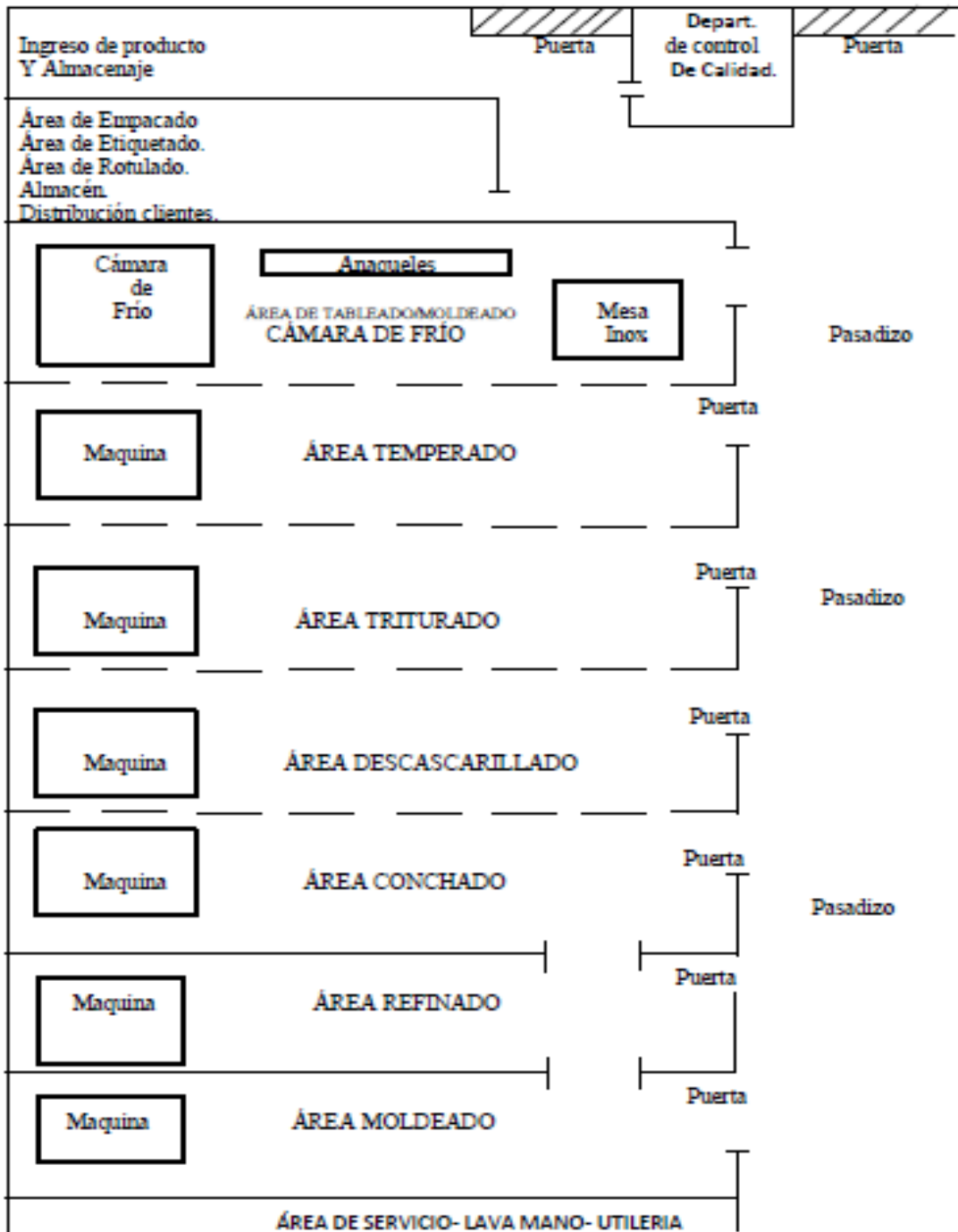
Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

Tabla 31 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho.

Tabla 32 Lay Out de Planta de producción de Chocolates - Ayacucho



Nota: Se observa en la Tabla 32 la distribución de la planta que facilitará una adecuada fluidez de producción de chocolate, sin producir cuellos de botella.

Fuente: Productores de Chocolate, Ayacucho

3. 6. PUNTOS CRÍTICOS DENTRO DEL FLUJO DE PRODUCCIÓN.

3.6.1. Factor Calidad.

Tostado. Uno de los puntos críticos que señalan los gerentes de las empresas en la zona de Ayacucho en el proceso de preparación de los chocolates en barra de 70% de cacao de 90gr, es el tostado, como se señala en la tabla 10. De la investigación, el 71.4% de las empresas señala que tuestan el cacao a 110°C-130°C; mientras que el 28.6% lo tuesta a una temperatura de 135°C.140°C, esto punto es muy importante ya que mencionan que si el cacao no está a la temperatura correcta y los minutos exactos, pueden ocurrir dos cosas 1. Se tiene un producto crudo y no va a otorgar la calidad correspondiente y 2. Otorga un producto quemado lo cual es un proceso y materia prima perdida, otorgando perdidas a los empresarios desde el inicio del proceso productivo.

3.6.2. Factor Contaminación

Descascarillado. Como lo muestra la tabla 31. Después del triturado se realiza el descascarillado, este proceso es considerado un punto crítico e importante después de ser triturado entran en unas máquinas que en gran velocidad por un tiempo de 60-120 minutos como lo menciona la tabla 11. Tiene la función de separar las cascarras de la materia prima de forma homogénea, logrando de esta manera una materia prima limpia, sin contaminación, es importante recalcar la limpieza en este proceso porque es un tema de inocuidad, salubridad, para consumo del ser humano.

3.6.3. Factor Logístico.

Almacén. Otro de los puntos críticos del flujo del proceso de producción es el almacén de la materia prima la cual tiene como misión evitar una parada del proceso productivo como consecuencia de una falta de materia prima por cualquier problema de suministro o materia prima con un mal almacenamiento teniendo en cuenta que es una zona altamente contaminada y el almacén de productos terminados la cual sirve para hacer frente a la demanda imprevista que pueda presentar las empresas. El personal idóneo para el almacén técnico para ser un almacenamiento debido y así aprovechar la infraestructura lo cual es una prioridad, ya que no están trabajando con locales apropiados.

Distribución. Para Finalizar logística necesario para la adecuada distribución de los productos y el personal idóneo que deberá cumplir la distribución debida, esto puede ser

una ventaja competitiva frente a los competidores, ya que permite la llegada de los productos al tiempo acordado y en las condiciones establecidas por las empresas para la satisfacción del cliente, de lo contrario provocara perdidas a la empresa, por ese motivo las empresas tan solo distribuyen sus productos a nivel local como se observa en la tabla 31. , sin incursionar en la distribución internacional (exportaciones)

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 DISCUSIÓN

A partir de los hallazgos encontrados, aceptamos la hipótesis alterna general que establece que existe relación de contribución de dependencia entre la aplicación del proceso productivo y la internacionalización de las empresas ubicadas en la ciudad de Ayacucho. En un principio se centró en las actividades del proceso de producción de las empresas que limitan en la contribución de la internacionalización. En cuanto a los motivos que contribuyen a impulsar a los empresarios de la ciudad de Ayacucho a internacionalizarse observamos que dentro de toda la lista de indicadores que se señaló la más relevante para los gerentes es el aumento de utilidades de sus empresas, a través del precio de venta que ofrece el mercado internacional. En cuanto a las actividades realizadas por las empresas para la realización del producto, se observó que un considerable porcentaje de las empresas no cuentan con actividades claves que no contribuyen directamente en la Internacionalización de las empresas de Ayacucho.

En cuanto a los resultados de la investigación García y Santos (2019) consideran que tienen que mejorar las actividades del proceso productivo en la producción del chocolate, ya que se encontró deficiencias en el caso de no contar con áreas importantes para el buen desarrollo y conservación de la materia prima, limitando la producción y aumenta la merma en la producción (Tabla 1 y 4) coincidiendo con Arana y Ruiz (2018) en su tesis, la cual indican que se logró diseñar un proceso productivo, con mayor capacidad de producción y reducción de tiempo logrando reducir el tiempo muerto a un 81% de deficiencia en la línea.

Por otro lado, coinciden totalmente las hipótesis establecidas por los autores Laime, L. (2017) y Jamarillo, F. (2016). Ya que establecen en sus hipótesis; La aplicación de las estrategias de producción de cuentos contribuye significativamente en la disortografía de los estudios del 1° Grado de la Institución Educativa Juan Parra del Riesgo El Tambo-Huancayo, 2017. Y el Establecimiento existente en una estrategia de producción que puede llegar a generar una mayor utilidad en función de cómo se procesa y no de la cantidad de pesca procesada respectivamente, a lo establecido por los autores García y Santos (2019) que indican en su hipótesis: El proceso productivo en la elaboración de las barras de

chocolates contribuye en la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho - 2019. Lo cual indican el establecimiento de análisis de cada actividad del proceso productivo para lograr el mayor rendimiento y eficacia en la producción del chocolate.

Lo que sí podría generalizarse es la metodología empleada en la investigación de los autores Mendoza y Giraldo (2016) la cual plantean la investigación no experimental, transversal y la muestra de investigación son las Mypes involucradas en el rubro a través de cuestionario como herramienta, coincidiendo con lo que plantean los investigadores García y Santos (2019) lo cual indica que la metodología, herramienta y muestra empleada en esta investigación se puede emplear en otro tipo de rubro de negocio, la cual podemos generalizarlo en otros campos de investigación

Dentro del proceso de investigación, el entorno del mercado como estrategia para la internacionalización que plantean Castañeda y Mendoza (2016) indican que investigar el entorno contribuyen en la internacionalización de su empresa y minimizar riesgos coincidiendo ampliamente con lo que mencionan García y Santos (2019) en su trabajo de investigación la cual indican en la pregunta 4 (capítulo 3.3) lo cual mencionan que un motivo que contribuye en la internacionalización es el estudio de mercado como estrategia la cual ayudara a mejorar sus precios de venta y de expandir su mercado, logrando tener mayores utilidades. Por otro lado, aceptamos la metodología propuesta por ambos investigadores la cual plantean que el trabajo es de tipo cualitativo.

Para finalizar, se aceptan totalmente las herramientas establecidas por los autores Morales, L. (2013) y Cabrera, M. (2017) en sus trabajos de investigación relacionado con el trabajo presente desarrollado, ya que establecen la aplicación de la encuesta como herramienta de la investigación con preguntas enfocadas al área gerencial para conocer los motivos de Internacionalización, logrando deducir que el tipo de herramienta utilizada en este trabajo puede aplicarse a diferentes campos de la investigación como lo es, en el rubro textil, educación y agrícola, desarrollado por dichos autores mencionada líneas arriba.

4.2 CONCLUSIONES

- De acuerdo a los resultados de la investigación, se puede afirmar que el proceso productivo de las barras contribuye a la Internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019, siempre y cuando se normalizaran 3 puntos críticos dentro del proceso productivo, lo cual, detallamos
 - 1) Dentro del proceso productivo se establece que los grados de tostados según la tabla 10. El 28% de las empresas tuestan a 135°C-140°C; por otro lado, el 71,4% de las empresas tuestan a 110°C -130°C lo cual, se verifica que no hay un estándar en este proceso normalizado por las empresas productoras en la ciudad de Ayacucho, los resultados en este proceso peligran el lote de producción de las empresas, ya que, si no se realiza en los grados y minutos establecidos puede salir crudo el producto y si pasa de grados de tostado y los minutos corre el peligro de salir tostado.
 - 2) Otro punto crítico que afecta el proceso productivo es el descascarillado, lo cual es la separación de la cascara y la materia prima, este proceso se caracteriza por la precisión y calidad en el resultado de obtener un producto sin contaminación, por ser un producto de consumo para el ser humano.
 - 3) Por otro lado, otro punto crítico que contribuye a la Internacionalización de las empresas de la Ciudad de Ayacucho, es la falta de lugares adecuados para el almacén de los productos y de personal adecuado para el inventario para que no sufra de desabastecimiento o sobre stock.
- La distribución en la elaboración de las barras de chocolate contribuye a la Internacionalización en las empresas productoras de Cacao, es otro objetivo analizado dentro de la investigación lo cual, se concluye que el 14,3% de las empresas no cuentan con área de proceso de producción ; el 14,3% de las empresas no cuentan con área de abastecimiento y el 85,7% de las empresas no cuentan con área de laboratorio que es el punto más crítico dentro de la distribución de las áreas de las empresa, peligrando la internacionalización de las empresas.
- De acuerdo con el objetivo general de este trabajo de investigación, el cual indica, Analizar cómo el proceso productivo de elaboración de las barras de chocolates contribuye en la internacionalización de las empresas productoras de

cacao en la ciudad de Ayacucho- 2019. Se concluye de acuerdo a lo investigado que dentro del proceso productivo contribuye con los siguientes factores para la Internacionalización:

1. La variedad del cacao utilizada con las empresas productoras de chocolate en la ciudad de Ayacucho es el 71,4% que utilizan el grano tipo Chuncho o Nativo (tabla.6) lo cual otorga un sabor distinto y de mayor acogida por los consumidores, de igual manera las empresas funden el grano de cacao a una temperatura de 45°C-50°C lo que permite el rompimiento de cristales otorgando la consistencia y calidad del producto (tabla. 7); el 57,1% de las empresas realizan el refinado entre 12-36 horas otorgando la finura del producto que contribuye positivamente en la aceptación del mercado extranjero para la internacionalización (Tabla.12).

2. Por otro lado, el proceso que limita a la contribución de las empresas a que se internacionalicen es la capacidad de la producción que tienen las empresas y esto debido a que el 85% de las maquinas utilizadas por las empresas poseen entre 10-15 años de antigüedad (Tabla 1y 2) limitando su producción otorgando grandes mermas en su elaboración. (Tabla.3).

3. El 14,3% de las empresas no cuentan con un área de abastecimiento del producto lo cual indica el inadecuado almacenamiento de la materia prima (Tabla 16). A partir del análisis de las conclusiones se dice que se acepta la hipótesis general, la cual indica que el proceso productivo puede afectar en la contribución en la internacionalización de las empresas ubicadas en la ciudad de Ayacucho.

- En las actividades del diseño del producto en la elaboración del chocolate también se demostró que el 57,1% de las empresas utilizan papel metálico como envase lo cual permite la buena conservación del producto (Tabla. 19) igualmente utilizan como empaque cartón plastificado para su buena presentación (Tabla.20). por otro lado, el 42,9% de las empresas manifiestan que sus marcas no están patentadas en INDECOPI corriendo el riesgo a ser copiadas (Tabla21), del mismo modo, el tipo de marca que utilizan en sus empaques son denominativas, lo cual no tiene un mayor impacto del que se desea para captar y establecer su marca en la mente del consumidor como lo es una marca de tipo mixta. (Tabla 22).

- Se determinó como la distribución de las instalaciones no contribuye en la internacionalización de las empresas, resultando que un porcentaje de las empresas el 14,3%, no cuentan con área de abastecimiento del producto afectando la conservación y calidad del producto al momento de procesarlo(Tabla17) por otro lado, se analizó que el 85,7% de las empresas igualmente no cuentan con área de laboratorio, este punto es de suma importancia ya que nos otorga controlar la calidad del producto y poder innovar mezclas con un mayor control y garantía de aceptación por el consumidor (Tabla.18).
- Se concluye que la actitud proactiva del equipo gerencial de las empresas en la ciudad de Ayacucho para internacionalizar su empresa primordialmente se debe a la motivación de incrementar las utilidades de su empresa, esto debido al incremento del precio de ventas que el mercado internacional otorga, igualmente manifiestan que sus productos son competitivos por que cuentan con ingredientes únicos en el mercado, otro motivo que contribuye a internacionalizarse es poder contar con información exclusiva de los mercados de destino ya que le permite conocer los gustos y preferencias del consumidor extranjero. permitiendo identificar la actitud proactiva y reactiva la cual menciona Hill, son los motivos que contribuyen en la internacionalización de los gerentes de las empresas productoras de chocolate en la ciudad de Ayacucho, dando por aceptación de hipótesis específica. Por otro lado, manifiestan que los impuestos preferenciales que otorgan el gobierno no es muy alentador para el productor peruano para internacionalizar su empresa, ya que los impuestos de países de destino son altos y esto reduce la motivación de las empresas. Para finalizar, se concluye que la actitud reactiva de los empresarios en la ciudad de Ayacucho contribuyen debido a que 3 empresas consideran que ante la pérdida de participación del mercado nacional otorga una oportunidad para internacionalizarse, por otro lado 2 empresas expresan que el número de ventas en el mercado doméstico ha aumentado de 200gr a 500gr el consumo por persona y esto debido que están consumiendo chocolate de alta calidad a pesar de los precios diferenciados de los chocolates de bajo costo y que aun el Perú es un buen mercado

REFERENCIAS

- Arcusa, I. Gil, F y Suñe, A. (2004). Manual Práctico de Diseño de Sistemas Productivos. Libro Electrónico. Pp. 77. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=oP0THCPJ2-gC&printsec=frontcover&dq=proceso+productivo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj2lKua5d7hAhUBr1kKHURHDrAQ6AEINTAD#v=onepage&q&f=true>
- Balestrini, A. (2002). Análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial. *Revista de Ciencia Sociales*, Vol. (VIII), 137. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/html/280/28080109/>
- Baltazar, A y Ruiz, Y. (2018). Desarrollo de un producto y proceso productivo de la maca para el Mercado Industrial. (Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial). Universidad Cesar Vallejo. Perú.
- Barber, J. y Cobos, A. (2002). La aceleración del Proceso de Internacionalización de la Empresa el caso de las International New Ventures españoles. Sector Exterior Español, p. 4. Recuperado de: (file:///C:/Users/User/Downloads/402-Texto%20del%20art%C3%ADculo-402-1-10-20180711.pdf)
- Bernal, C. (2019). Metodología de la investigación. Colombia. PEARSON EDUCACION. Caracterización del proceso de internacionalización de las PYME ecuatorianas. (Julio. Diciembre 2015). Artículo FIR.FAEDPYME International Review. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4711/1/Araque.%20W-CON-001-Characterizacion.pdf>
- Castañeda, E y Mendoza, C. (2016). “*Propuesta de Internacionalización para una pequeña empresa del sector Plásticos en Bogotá: estudios de caso Plasmotec S.A.S*”. (Tesis para optar Licenciatura). Universidad de la Salle. Colombia.
- Cegarra, J. (2012). Metodología de la investigación Científica y Tecnológica. Ciencia y Tecnología. Madrid, España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=0UccK9bD5gsC&printsec=frontcover&dq=JOSE+CEGARRA+SANCHEZ&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj8Of6ttjhAhUjx1kKHd63CWgQ6AEIKDAA#v=onepage&q=JOSE%20CEGARRA%20SANCHEZ&f=true>

- Colmenares, K. Colmenares, Valderrama, B. Y Yosman, J (2016). Costo de la gestión laboral en el Proceso Productivo de una Empresa a Manufacture trujillana Caso: Industrias Kel, C.A. Red de Revistas Científicas de América. Pp. 98-99. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/html/257/25746579006/>
- Czinkota, M. (2007). Negocios Internacionales. México. Cengage Learning Editores S.A.
- Daniels. (2013). “Negocios Internacionales”. México. Cengage Learning Editores S.A.
- El proceso de internacionalización de empresas en el mundo competitivo y global actual (junio 2007). Eumet.net. Blog académico. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/2007b/jelb1.htm>
- Flores, V. & Guallasamín. P. (2019), “Análisis Del Proceso De Internacionalización Del Brócoli Congelado Iqf Hacia El Mercado Japonés Dentro Del Periodo 2013 – 2017”. (Tesis para obtener el título de Ingeniera en comercio Exterior y Negociación Internacional). Universidad de las Fuerzas Armadas. Ecuador.
- Gestión (s.f) ¿Por qué cayeron las exportaciones de grano de cacao? Recuperado de <https://gestion.pe/economia/cayeron-exportaciones-grano-cacao-150493>
- Gestión (s.f) Cholutale: Maraná prevé exportar el 50% de su producción. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/chocolate-marana-preve-exportar-50-produccion-230278>
- Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. México. McGraw – Hill/ INTERAMERICANA.
- Hilares, M. (2017). “Estrategias de producción de cuentos para la disortografía en los estudiantes del 1º Grado de la Institución Educativa Juan Parra del Riego, El Tambo – Huancayo”. (Tesis para optar el grado académico de Maestro en Ciencias de Educación con Mención en Problemas de Aprendizaje). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Perú.
- Hill, F y Calderón, H. (2006). Marketing Internacional. Pearson Educación. Madrid.
- Hill, M. (2015). “Negocios Internacionales”. Interamericana Editores. S.A. México.
- Hill, M (2015). Negocios Internacionales. México. Interamericana Editores S.A.
- Iriarte, A. (2010). “Evaluación de Estrategias de producción de biodiesel en Chile en base a criterios ambientales”. (Tesis para optar el título de doctor en Ciencia y Tecnología Ambientales). Universidad Autónoma de Barcelona. España.

- Jaramillo, F. (2016). “Evaluación de Estrategias de Producción Aplicadas a una planta Pesquera”. (Tesis para optar el grado de Magister en Ingeniería Industrial). Universidad de Concepción. Chile.
- Koontz, H. (2012). Administración una Perspectiva Global y Empresarial. McGraw-Hill. México.
- Lobejón, L. (2001). El Comercio Internacional. Madrid. Ediciones Akal, S.A
- López, R. (2010) Logística Comercial. Ediciones Paraninfo: España
- Macha, R. (2018). “Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006.2016”. (Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Comercio Internacional y Aduanas). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.
- Mendoza, C y Giraldo, M. (2016). “La internacionalización y su relación con la competitividad de las Pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima metropolitana”. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Ignacio de Loyola. Perú.
- Morales, L. (2013). “La Internacionalización De Marcas Guayaquileñas Del Sector Industrial, A Partir Del Proceso De Integración Comercial En La Can, Años 1992 Al 2012”. (Tesis para optar el grado de ingeniero en Gestión y Negocios Internacionales). Universidad Casa Grande. Ecuador.
- Ortega, A & Espinosa, J. (2015). Plan de Internacionalización empresarial. Business Marketing School. Madrid, España: Recuperado de:<https://books.google.com.pe/books?id=9KjkBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=proceso+de+internacionalizacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjVla3avNPhAhULtlkKHVvXBE4Q6AEIMzAC#v=onepage&q&f=true>
- Pineda, Alvarado & Canales. (1997). Metodología de la Investigación. Washington: Organization Panamericana de la salud.
- Kotler. (2013). Fundamentos de Marketing. Pearson. México.
- SIICEX. (2019). Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a Canadá. Promperu. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/guia-requisitos-acceso-alimentos-canada-2016.pdf>.
- TRADEMAP. (2008). Indicadores anuales de exportaciones de chocolate en barra de Perú al mundo. Recuperado de

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c180631%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Vara, A. (2015). “7 pasos para elaborar una tesis”. Perú. Editorial Macro.

Medina, L y Mejías, R. (2013). “Diseño de un plan de acción para la mejora del proceso productivo de una empresa embotelladora de agua mineral, ubicada en el estado Miranda. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Andrés Bello. Guayana.

ANEXO

Anexo 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE CUANTITATIVA PROCESO PRODUCTIVO	Valverde, B, Yosman, J y Colmenares, K. (2016). Todo proceso productivo constituye una cadena de actividades orientadas hacia la obtención de uno o más productos finales, comienza con la captación de los recursos materiales y luego, los diferentes factores que intervienen en él sufrirán una transformación permitiendo la fabricación del producto. Este sistema productivo involucra la conversión de las materias primas en productos terminados a través de los esfuerzos de los trabajadores de la fábrica (mano de obra) y del uso e implementación de los equipos de producción. (p. 98-99).	Todo proceso productivo constituye una cadena de actividades referidos a la utilización de recursos operacionales que permiten la transformación de la materia prima en productos terminados, a través de los trabajadores (mano de obra) y el uso e implementación de equipos de producción.	Equipos de Producción	Capacidad de producción (Q)
				Tecnología
				Merma
				Inversión
			Transformación	Tipo de cacao
				Formulación del chocolate
				Valor agregado
				Distribución del Local
			Productos Terminados.	Envase y empaque
				Marca
				Presentación
				Costo unitario y Precio
				Certificado de la Norma Orgánica de Canadá
VARIABLE CUALITATIVA INTERNACIONALIZACION	Hill (2015) menciona que la internacionalización presenta nuevos entornos a la empresa, nuevas formas de hacer negocios y un cúmulo de nuevos problemas. Pueden consistir de consideraciones estratégicas, como entrega de servicios y cumplimiento de reglamentos gubernamentales. Además, la empresa tiene que enfocarse en encontrar y comunicarse con efectividad con clientes y asuntos operacionales, como flujos de información y la mecánica para realizar una transacción de negocios internacionales, por otro lado para la internacionalización las organizaciones cuentan con dos tipos de motivaciones, la proactiva y la reactiva.	La internacionalización indica nuevas formas de hacer negocios, búsqueda de nuevos mercados distintos al doméstico. De igual manera el proceso de internacionalización entraña riesgos para la empresa debido a la incertidumbre que rodea los mercados externos, por tal motivo las organizaciones cuentan con dos tipos de motivaciones la proactiva y la reactiva para realizar una transacción internacional.	Motivación Proactiva	Ventajas de Utilidades
				Productos únicos
				Ventaja Tecnológica
				Información Exclusiva
				Beneficio de Impuestos
				Economías de escala
			Motivación Reactiva	Presiones Competitivas
				Sobreproducción
				Disminución de ventas Domesticas
				Capacidad excesiva
				Mercados Domésticos saturados
				Proximidad a clientes y puertos

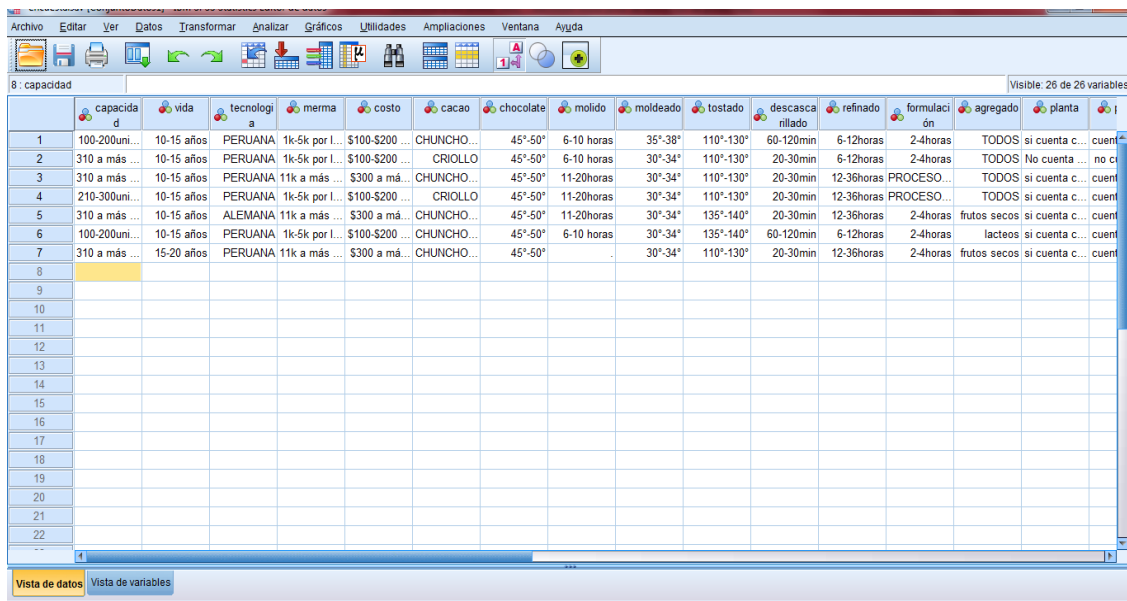
Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGIA
¿Cómo el proceso productivo de elaboración de las barras de chocolate contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019?	Analizar cómo el proceso de productivo de elaboración de las barras de chocolate contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019	El proceso productivo de elaboración de las barras de chocolate contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019.	PROCESO PRODUCTIVO	ENFOQUE DE INVESTIGACION Mixta TIPO DE ESTUDIO: Aplicada
				DISEÑO DE ESTUDIO: No experimental, Transversal POBLACION Las empresas productoras de cacao en la Ciudad de Ayacucho
				MUESTRA: 1. Proceso de Producción del chocolate en barra. 2. Gerencia de cada empresa.
				NIVEL DE LA INVESTIGACION Descriptiva/ Exploratorio.
¿Cómo las actividades del diseño productivo de elaboración de las barras de chocolate contribuyen a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019?	Analizar cómo las actividades del diseño productivo de elaboración de las barras de chocolate contribuyen a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019		INTERNACIONALIZACION	TECNICA E INSTRUMENTO DE RECOLLECCION DE DATOS: Entrevista, Cuestionario y Check list
¿Cómo la distribución de las instalaciones en la elaboración de las barras de chocolate contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho 2019?	Analizar como la distribución de las instalaciones en la elaboración de las barras de chocolate contribuye a la internacionalización de las empresas productoras de cacao en la ciudad de Ayacucho -2019			
?				
¿Cómo las actitudes del equipo gerencial contribuyen en la internacionalización de las empresas productoras en la ciudad de Ayacucho 2019?	Analizar como la actitud del equipo gerencial contribuye en el proceso de internacionalización de las empresas productoras en la ciudad de Ayacucho -2019.			METODO DE ANALISIS DE DATOS: SPSS.

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 3. Análisis del Ingreso de los datos cuantitativos al sistema analitic SPSS,

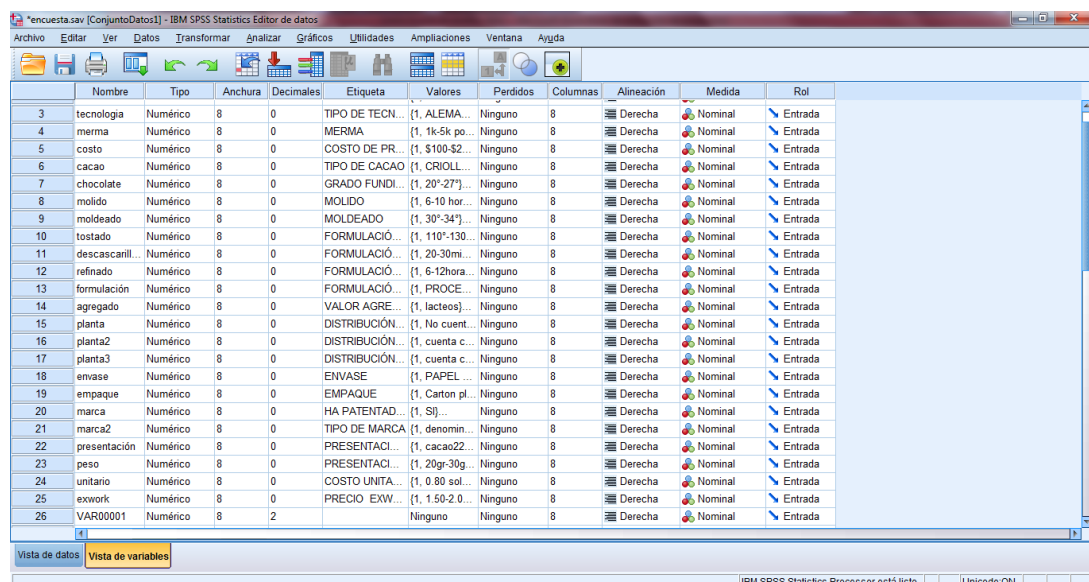


	capacida d	vida	tecnologi a	merma	costo	cacao	chocolate	molido	moldeado	tostado	descasca nillado	refinado	formulaci ón	agregado	planta	
1	100-200uni...	10-15 años	PERUANA	1k-5k por l...	\$100-\$200 ...	CHUNCHO...	45°-50°	6-10 horas	35°-38°	110°-130°	60-120min	6-12horas	2-4horas	TODOS	si cuenta c...	cuent
2	310 a más ...	10-15 años	PERUANA	1k-5k por l...	\$100-\$200 ...	CRIOLLO	45°-50°	6-10 horas	30°-34°	110°-130°	20-30min	6-12horas	2-4horas	TODOS	No cuenta ...	no cr
3	310 a más ...	10-15 años	PERUANA	11k a más ...	\$300 a má...	CHUNCHO...	45°-50°	11-20horas	30°-34°	110°-130°	20-30min	12-36horas	PROCESO...	TODOS	si cuenta c...	cuent
4	210-300uni...	10-15 años	PERUANA	1k-5k por l...	\$100-\$200 ...	CRIOLLO	45°-50°	11-20horas	30°-34°	110°-130°	20-30min	12-36horas	PROCESO...	TODOS	si cuenta c...	cuent
5	310 a más ...	10-15 años	ALEMANA	11k a más ...	\$300 a má...	CHUNCHO...	45°-50°	11-20horas	30°-34°	135°-140°	20-30min	12-36horas	2-4horas	frutos secos	si cuenta c...	cuent
6	100-200uni...	10-15 años	PERUANA	1k-5k por l...	\$100-\$200 ...	CHUNCHO...	45°-50°	6-10 horas	30°-34°	135°-140°	60-120min	6-12horas	2-4horas	lacteos	si cuenta c...	cuent
7	310 a más ...	15-20 años	PERUANA	11k a más ...	\$300 a má...	CHUNCHO...	45°-50°		30°-34°	110°-130°	20-30min	12-36horas	2-4horas	frutos secos	si cuenta c...	cuent
8																
9																
10																
11																
12																
13																
14																
15																
16																
17																
18																
19																
20																
21																
22																

Análisis. Ingreso de los datos cuantitativos al sistema analitic SPSS, para su debido registro y análisis de los datos respectivos de las empresas citadas en el trabajo de investigación.

Elaboración de resultados en SPSS.

Fuente: Elaboración Propia.



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
3	tecnologia	Numérico	8	0	TIPO DE TECN...	{1, ALEMA...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	merma	Numérico	8	0	MERMA	{1, 1k-5k po...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	costo	Numérico	8	0	COSTO DE PR...	{1, \$100-\$2...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	cacao	Numérico	8	0	TIPO DE CACAO	{1, CRIOLL...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	chocolate	Numérico	8	0	GRADO FUNDI...	{1, 20°-27°...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	molido	Numérico	8	0	MOLIDO	{1, 6-10 hor...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	moldeado	Numérico	8	0	MOLDEADO	{1, 30°-34°...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	tostado	Numérico	8	0	FORMULACIÓ...	{1, 110°-130...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	descascari...	Numérico	8	0	FORMULACIÓ...	{1, 20-30mi...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	refinado	Numérico	8	0	FORMULACIÓ...	{1, 6-12hora...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	formulación	Numérico	8	0	FORMULACIÓ...	{1, PROCE...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	agregado	Numérico	8	0	VALOR AGRE...	{1, lacteos}	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	planta	Numérico	8	0	DISTRIBUCIÓN...	{1, No cuent...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	planta2	Numérico	8	0	DISTRIBUCIÓN...	{1, cuenta c...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	planta3	Numérico	8	0	DISTRIBUCIÓN...	{1, cuenta c...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	envase	Numérico	8	0	ENVASE	{1, PAPEL...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	empaque	Numérico	8	0	EMPAQUE	{1, Carton pl...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	marca	Numérico	8	0	HA PATENTAD...	{1, SI}	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	marca2	Numérico	8	0	TIPO DE MARCA	{1, denomin...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	presentación	Numérico	8	0	PRESENTACI...	{1, cacao22...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	peso	Numérico	8	0	PRESENTACI...	{1, 20gr-30g...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
24	unitario	Numérico	8	0	COSTO UNITA...	{1, 0.80 sol...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
25	exwork	Numérico	8	0	PRECIO EXW...	{1, 1.50-2.0...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
26	VAR00001	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

Análisis. Ingreso de los datos cuantitativos al sistema analitic SPSS, para su debido registro y análisis de los datos respectivos de las empresas citadas en el trabajo de investigación.

Ingreso de datos para la elaboración de los resultados en SPSS

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4. CHECK LIST Y CUESTIONARIO DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS.

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019.

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa	
Ciudad	Fecha
Nombre de la Empresa	
Nombre del Contacto	
Cargo	
Empresa Familiar	Si <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Tipo de empresa	Sociedad Anónima Cerrada <input type="checkbox"/> EIRL <input type="checkbox"/>
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input type="checkbox"/> Elaboración de chocolate Otro (especificar)
Año de inicio de Operaciones	
Dirección:	
N° de productos que Comercializa	
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Número de empleados	

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CHOCOLATES EN BARRA						
Capacidad de Producción	100- 200unid- lote		210- 300unid - lote		310unid a más - lote	
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 10-15 años		Antigüedad de maquinas 15-20 años		Antigüedad de maquinas 21- a más años.	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana		Peruana		China	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad – lote 1k-5k		Cantidad – lote 6k-10k		Cantidad – lote 11k – a más	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Costo de producción	Cada mes- lote \$ 100- \$200		Cada mes - lote \$200- \$300		Cada mes - lote \$300 a más.	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Criollo		Chuncho o nativo		Trinitario o Híbridos	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación del chocolate	Grado Fundido consistencia - cacao		Molido		Moldeado	
	20°-27° <input type="checkbox"/>	45°-50° <input type="checkbox"/>	6-10horas <input type="checkbox"/>	11-20horas <input type="checkbox"/>	30°-34° <input type="checkbox"/>	35°-38° <input type="checkbox"/>
Formulación de chocolate TOSTADO	110° - 130° <input type="checkbox"/>		135° - 140° <input type="checkbox"/>		141° - 150° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20min-30min <input type="checkbox"/>		60min-120min <input type="checkbox"/>		121min-180min <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-12 horas <input type="checkbox"/>		12-36horas <input type="checkbox"/>		2-6días <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rapido <input type="checkbox"/>		2-4 horas <input type="checkbox"/>		5-8horas <input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos		Frutos secos	Frutos frescos	Granos	Yerbas
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distribución de la planta	Cuenta áreas de proceso		Área de abastecimiento		laboratorio	
	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Envase	Papel metálico laminado		Trilaminados		Bilaminado	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
	Cartón plastificado		Se observa el permiso de registro Sanitario		Se observa certificado de calidad	

Empaque	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Marca	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mixta	
	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Presentación en % de cacao	Cacao22%-Cacao44% <input type="checkbox"/>		Cacao 45% - Cacao 57% <input type="checkbox"/>		Cacao58% - Cacao 70% <input type="checkbox"/>	
Presentación peso (por tableta)	20gr-30gr <input type="checkbox"/>		31gr- 50gr <input type="checkbox"/>		51gr- 80gr <input type="checkbox"/>	
Costo unitario	0.80 soles <input type="checkbox"/>		1.30 soles <input type="checkbox"/>		2.80 soles <input type="checkbox"/>	
Precio EXWORK	1.50 – 2.00 soles <input type="checkbox"/>		2.01 soles - 3.69 soles <input type="checkbox"/>		3.70 soles – 4 soles <input type="checkbox"/>	
Precio FOB						
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?

7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales?

11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

8. Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

12. ¿Considera que los acuerdos comerciales son un motivo impulsador para la Internacionalización de la empresa?

9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

13. ¿Considera que Ud. logísticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada?

10. ¿La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivar suficiente para incursionar en mercados internacionales?

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE PRODUCTORAS DE CACAO EN PICHARI - CUSCO, COMAS 2019

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACION DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO Y PICHARI - CUSCO, COMAS 2019

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa	
Ciudad	PICHARI
Fecha	22/05/2019
Nombre de la Empresa	
Nombre del Contacto	EVELYN PAUCAR DAVILA
Cargo	ESPECIALISTA EN CACAO Y CHOCOLATE
Empresa Familiar	Si <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
Tipo de empresa	Sociedad Anónima Cerrada <input type="checkbox"/> EIRL <input type="checkbox"/>
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input type="checkbox"/> Elaboración de sub productos y chocolate <input checked="" type="checkbox"/> Otro (especificar) Asesoría en Producción de Cacao y Chocolate
Año de inicio de Operaciones	Marzo 2014
Dirección:	Av. Los Colonos Urb. Buenos Aires Mz. E Lt. 1
Nº de productos que Comercializa	
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Número de empleados	

Evelyn Paucar Dávila
Ing^a. en Industrias Alimentarias
REG. CIP. N° 92389

Análisis. Registro del Check list hechas al proceso productivo de las empresas citadas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CHOCOLATES EN BARRA						
Capacidad de Producción	100- 200 uds- lote		210- 300 uds - lote		310 uds a más - lote	
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 0-5 años <input checked="" type="checkbox"/>		Antigüedad de maquinas 5-10 años <input type="checkbox"/>		Antigüedad de maquinas 11- a más años. <input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana <input type="checkbox"/>		Peruana <input checked="" type="checkbox"/>		China <input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad - lote 1 K -5 Kg <input checked="" type="checkbox"/>		Cantidad - lote 6 K-10 kg <input type="checkbox"/>		Cantidad - lote 11 Kg - a más <input type="checkbox"/>	
Costo de producción	Cada mes- lote \$ 20- \$50 <input checked="" type="checkbox"/>		Cada mes - lote \$50- \$100 <input type="checkbox"/>		Cada mes - lote \$101 a más. <input type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Híbridos de Criollo <input checked="" type="checkbox"/>		Chuncho o nativo <input type="checkbox"/>		Tritario o Forasteros Híbridos <input checked="" type="checkbox"/>	
Formulación del chocolate	Grado Fundido consistencia - cacao		Molido		Moldeado	
	27°-29° <input type="checkbox"/>	45°-50° <input checked="" type="checkbox"/>	6-10 h <input checked="" type="checkbox"/>	11-20 h <input type="checkbox"/>	29°-30° <input type="checkbox"/>	31°-32° <input checked="" type="checkbox"/>
Formulación de chocolate TOSTADO	90° - 130° <input checked="" type="checkbox"/>		135° - 140° <input type="checkbox"/>		141° - 150° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20 min-30 min <input checked="" type="checkbox"/>		60 min-120 min <input type="checkbox"/>		121 min-180 min <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-12 h <input checked="" type="checkbox"/>		12-36 h <input type="checkbox"/>		2-6 d <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rápido <input type="checkbox"/>		2-4 h <input checked="" type="checkbox"/>		5-8 h <input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos <input checked="" type="checkbox"/>		Frutos secos <input checked="" type="checkbox"/>	Frutos frescos <input checked="" type="checkbox"/>	Granos <input checked="" type="checkbox"/>	Yerbas <input checked="" type="checkbox"/>
Distribución de la planta	Cuenta áreas de proceso		Área de abastecimiento		laboratorio	
	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	Papel metálico laminado <input checked="" type="checkbox"/>		Trilaminados		Bilaminado	

Esquivel Páucar Dávila
Ing. en Industrias Alimentarias
REG. CIP. N° 82389

Análisis. Registro del Check list hechas al proceso productivo de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.

Envase	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
	Cartón plastificado		Se observa el permiso de registro sanitario		Se observa certificado de calidad	
Empaque	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Marca	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mista	
	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Presentación en % de cacao	Cacao 44% <input type="checkbox"/>		Cacao 45% - Cacao 57% <input type="checkbox"/>		Cacao 58% - Cacao 70% <input checked="" type="checkbox"/>	
Presentación peso (por tableta)	20 g-30 g <input type="checkbox"/>		31 g- 50 g <input checked="" type="checkbox"/>		51g- 80 g <input type="checkbox"/>	
Costo unitario	0.80 soles <input type="checkbox"/>		1.30 soles <input type="checkbox"/>		2.80 soles a más <input checked="" type="checkbox"/>	
Precio EXWORK	1.50 - 2.00 soles <input type="checkbox"/>		2.01 soles - 3.69 soles <input checked="" type="checkbox"/>		3.70 soles - 4 soles <input type="checkbox"/>	
Precio FOB	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

Evelyn Páucar Dávila
Ing^a. en Industrias Alimentarias
REG. CIP. N° 82389

Análisis. Registro del Check list hechas al proceso productivo de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS
Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho y Pachuri.

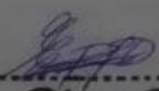
1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?
* Si y también posicionamiento de marca

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?
* No son ingredientes únicos, si tienen un tratamiento especial de los insumos.

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?
* No es motivo suficiente es un indicador más

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?
* No es suficiente

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?
* No es el único factor


Evelyn Páucar Dávila
Ing^a. en Industrias Alimentarias
REG. CIP. N° 92389

Análisis. Registro de las encuestas hecha a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?

* No es un factor que contribuye con la disminución del costo de fabricación, está ligado a los costos directos de producción.

7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales?

* No se debe promocionar también el consumo interno

8. Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

* No, considero que en caso de cacao y chocolate una buena barra con contenido de cacao es más valorado en otros países

9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

* La variedades de cacao finos de aroma con que se produce el chocolate, son el factor más valorado dentro y fuera del país, estamos en incremento de consumo según los ratios X = 500 g por persona, antes 200 g

10. La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivar suficiente para incursionar en mercados internacionales?

* No cuento con una producción excesiva más es por demanda a pedido.

Evelyn Píncar Dávila
Ing^{l.} en Industrias Alimentarias
REG. CIP. N° 92389

13. ¿Considera que Ud. logísticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada

* No estoy ubicada lejos de puerto de embarque
* No estoy cercano a un punto de exportación o embarque

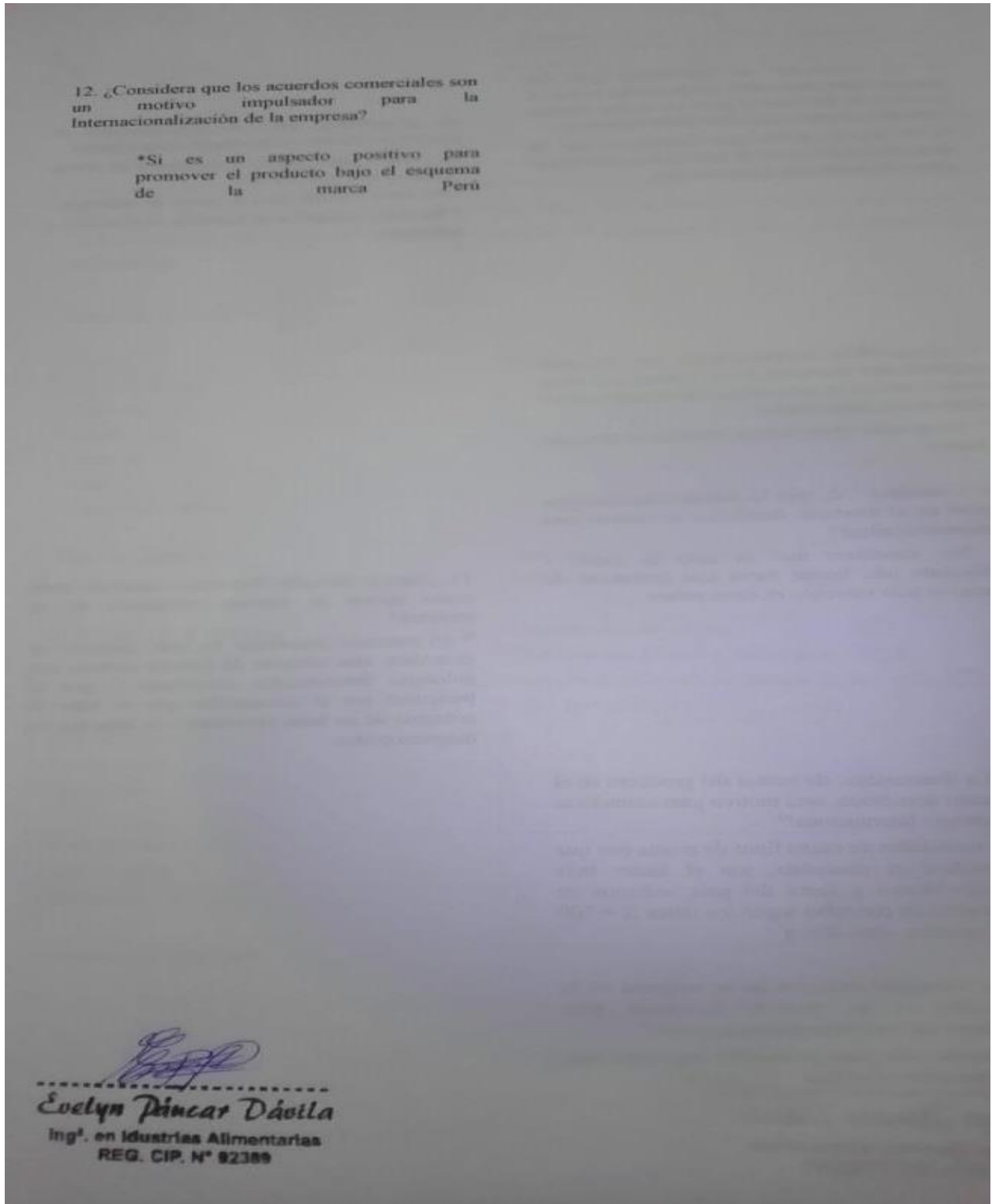
11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

* El mercado doméstico no está saturado en chocolate, este compite de manera errónea con golosinas denominadas chocolates y que so preferidas por el consumidor que no sabe de consumo de un buen chocolate o lo hace por los menores costos.

Análisis. Registro de las encuestas hecha a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.



Análisis. Registro de las encuestas hecha a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019.

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa ROYAL RAYMI SAC			
Ciudad	AYACUCHO	Fecha	18-05-2019
Nombre de la Empresa	ROYAL RAYMI SAC		
Nombre del Contacto	DORIS PAUCAR PIZARRO		
Cargo	GERENTE		
Empresa Familiar	Si <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Tipo de empresa	Sociedad Anónima Cerrada <input checked="" type="checkbox"/> EIRL <input type="checkbox"/>		
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input checked="" type="checkbox"/> Elaboración de chocolate <input type="checkbox"/> Otro (especificar).....		
Año de inicio de Operaciones	PERSONA NATURAL 2013 PERSONA JURIDICA 2018		
Dirección:	AV. JAVIER HERAUD 592		
Nº de productos que Comercializa	05		
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Número de empleados	04		

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CHOCOLATES EN BARRA						
Capacidad de Producción	100- 200unid- lote		210- 300unid - lote		310unid a más - lote	
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 10-15 años		Antigüedad de maquinas 15-20 años		Antigüedad de maquinas 21- a más años.	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana		Peruana		China	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad – lote 1k-5k		Cantidad – lote 6k-10k		Cantidad – lote 11k – a más	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Costo de producción	Cada mes- lote \$ 100- \$200		Cada mes - lote \$200- \$300		Cada mes - lote \$300 a más.	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Criollo		Chuncho o nativo		Trinitario o Híbridos	
	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación del chocolate	Grado Fundido consistencia - cacao		Molido		Moldeado	
	20°-27° <input type="checkbox"/>	45°-50° <input type="checkbox"/>	6-10horas <input type="checkbox"/>	11-20horas <input type="checkbox"/>	30°-34° <input type="checkbox"/>	35°-38° <input type="checkbox"/>
Formulación de chocolate TOSTADO	110° - 130° <input type="checkbox"/>		135° - 140° <input type="checkbox"/>		141° - 150° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20min-30min <input type="checkbox"/>		60min-120min <input type="checkbox"/>		121min-180min <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-12 horas <input type="checkbox"/>		12-24 horas <input checked="" type="checkbox"/>		2-6días <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rapido <input type="checkbox"/>		2-4 horas <input type="checkbox"/>		5-8horas <input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos		Frutos secos	Frutos frescos	Granos	Yerbas
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distribución de la planta	Cuenta áreas de proceso		Área de abastecimiento		laboratorio	
	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Envase	Papel metálico laminado		Trilaminados		Bilaminado	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
	Cartón plastificado		Se observa el permiso de registro Sanitario		Se observa certificado de calidad	

Empaque	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Marca	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mixta	
	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Presentación en % de cacao	Cacao22%-Cacao44% <input type="checkbox"/>		Cacao 45% - Cacao 57% <input checked="" type="checkbox"/>		Cacao58% - Cacao 70% <input checked="" type="checkbox"/>	
Presentación peso (por tableta)	20gr-30gr <input type="checkbox"/>		31gr- 50gr <input checked="" type="checkbox"/>		51gr- 80gr <input checked="" type="checkbox"/>	
Costo unitario	0.80 soles <input type="checkbox"/>		1.30 soles <input type="checkbox"/>		2.80 soles <input checked="" type="checkbox"/>	
Precio EXWORK	1.50 – 2.00 soles <input type="checkbox"/>		2.01 soles - 3.69 soles <input type="checkbox"/>		3.70 soles – 4 soles <input checked="" type="checkbox"/>	
Precio FOB						
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

RESPONDER SI, NO Y PORQUE.

1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?

SI UN PRODUCTO ES BUENO Y RENTABLE CREO QUE LA EMPRESA SE DEBE INTERNACIONALIZAR

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?

CONSIDERO QUE LOS INGREDIENTES QUE UTILIZO SON NATURALES Y POR ENDE SALUDABLES,

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?

DE ALGUN MODO LA TECNOLOGIA ES UN FACTOR QUE DETERMINA LA CALIDAD EN EL PROCESO DEL CHOCOLATE

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?

PARA SER COMPETITIVO SE DEBE ENTRAR CON PRECIO, DEMANDA O ACEPTACION DEL PRODUCTO, SI DEBE INTERNACIONALIZAR LA EMPRESA.

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?

SI

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse? SI

PORQUE SE BUSCA ABARATAR COSTOS DE PRODUCCION CON PROVEEDORES EXTRANJEROS

7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales? SOBRE TODO EL CONSUMO DEL MERCADO LOCAL O NACIONAL SE TUIENE QUE TRABAJAR MUCHO EL TEMA DE CONSUMO INTERNO.

8. ¿Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

TAMBIEN SI CONSIDERO

9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

SI, ES NECESARIO HACER CONOCER LOS PRODUCTOS A OTROS MERCADOS

10. ¿La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivar suficiente para incursionar en mercados internacionales?

LA PRODUCCION SE TIENE QUE PROGRAMAR, Y A CONSECUENCIA DE ELLO INCURSIONAR A OTROS MERCADOS

11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

SI

12. ¿Considera que los acuerdos comerciales son un motivo impulsador para la Internacionalización de la empresa?

HABIENDO CONTRATOS COMERCIALES SE DEBE INTERNACIONALIZAR LA EMPRESA

13. ¿Considera que Ud. logísticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada?

NO, MI EMPRESA SE ENCUENTRA EN PROVINCIA LO QUE ME HACE DIFICULTOSO EN LOGISTICA PERO NADA IMPOSIBLE.

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019.

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa			
Ciudad	Ayacucho	Fecha	16/05/2019
Nombre de la Empresa	AGRODERIVADOS ANTARKI S.A.C.		
Nombre del Contacto	Moner Lizana Huamán		
Cargo	Gerente General		
Empresa Familiar	Si <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Tipo de empresa	Sociedad Anónima Cerrada <input checked="" type="checkbox"/> EIRL <input type="checkbox"/>		
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input type="checkbox"/> Elaboración de chocolate <input checked="" type="checkbox"/> Otro (especificar).....		
Año de inicio de Operaciones	2016		
Dirección:	Jr. Córdova No. 107, Barrios Altos, Ayacucho		
Nº de productos que Comercializa	4		
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Número de empleados	2		

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CHOCOLATES EN BARRA						
Capacidad de Producción	100- 200unid- lote		210- 300unid - lote		310unid a más - lote	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 10-15 años		Antigüedad de maquinas 15-20 años		Antigüedad de maquinas 21- a más años.	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana		Peruana		China	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad - lote 1k-5k		Cantidad - lote 6k-10k		Cantidad - lote 11k - a más	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Costo de producción	Cada mes- lote \$ 100- \$200		Cada mes - lote \$200- \$300		Cada mes - lote \$300 a más.	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Criollo		Chuncho o nativo		Trinitario o Híbridos	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación del chocolate	Grado Fundido consistencia - cacao		Molido		Moideado	
	20°-27° <input type="checkbox"/>	45°-50° <input type="checkbox"/>	6-10horas <input checked="" type="checkbox"/>	11-20horas <input type="checkbox"/>	30°-34° <input type="checkbox"/>	35°-38° <input type="checkbox"/>
Formulación de chocolate TOSTADO	110° - 130° <input checked="" type="checkbox"/>		135° - 140° <input type="checkbox"/>		141° - 150° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20min-30min <input type="checkbox"/>		60min-120min <input type="checkbox"/>		121min-180min <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-12 horas <input checked="" type="checkbox"/>		12-36horas <input type="checkbox"/>		2-6días <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rapido <input type="checkbox"/>		2-4 horas <input type="checkbox"/>		5-8horas <input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos		Frutos secos	Frutos frescos	Granos	Yerbas
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distribución de la planta	Cuenta áreas de proceso		Área de abastecimiento		laboratorio	
	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Envase	Papel metálico laminado		Trilaminados		Bilaminado	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Cartón plastificado		Se observa el permiso de registro Sanitario		Se observa certificado de calidad	

Empaque	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mixta	
Marca	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Presentación en % de cacao	Cacao22%-Cacao44%		Cacao 45% - Cacao 57%		Cacao58% - Cacao 70%	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

Análisis. Registro del Check list del proceso productivo de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en el Check list

Fuente: Elaboración propia.

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

RESPONDER SI, NO Y PORQUE.

1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?

Si, porque hay mayor posibilidad de vender a mejores precios.

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?

Si, son ingredientes poco usados o desconocidos en otros lugares, pero que tienen mucho valor por sus atributos beneficiosos para la salud.

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?

No, es necesario cumplir otros requisitos como los requerimientos de calidad y certificación, así como el conocimiento de los canales comerciales.

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?

La exportación de productos es exenta de impuestos como el IGV, lo que cuenta son los impuestos y aranceles en país de destino que son relativamente altos para productos terminados en comparación de las materias primas.

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?

Si, porque mayores volúmenes significan ahorros de escala.

7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales?

Si, porque el mercado internacional es muy amplio y ofrece oportunidades en nichos específicos.

8. Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

Análisis. Registro de las encuestas hechas a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.

Si, aunque por ahora el mercado nacional requiere mayor desarrollo y puede crecer mucho más.

9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

Si, en caso necesario es la única alternativa

10. La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivar suficiente para incursionar en mercados internacionales?

Si, aunque por ahora el crecimiento es de acuerdo a la demanda del mercado nacional.

11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

Si

12. ¿Considera que los acuerdos comerciales son un motivo impulsador para la Internacionalización de la empresa?

Si, aunque los países de destino han optado por imponer barreras para-arancelarias, como el caso del contenido de cadmio para el cacao peruano en el mercado europeo.

13. ¿Considera que Ud. logisticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada?

Si relativamente, aunque la ubicación de la planta privilegia otros motivos como las condiciones climáticas para la producción.



Análisis. Registro de las encuestas hechas a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos en la encuesta

Fuente: Elaboración propia.

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019.

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa	
Ciudad	Kimiri - VRAEM
Fecha	14 - 05 - 2019
Nombre de la Empresa	Agro Industrias "Cabo Verde" E.I.R.L
Nombre del Contacto	Eli Santos Guevara Ortega
Cargo	
Empresa Familiar	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Tipo de empresa	Sociedad Anónima Cerrada <input type="checkbox"/> EIRL <input checked="" type="checkbox"/>
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input checked="" type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input checked="" type="checkbox"/> Elaboración de chocolate <input checked="" type="checkbox"/> Otro (especificar).....
Año de inicio de Operaciones	23 - 03 - 2019
Dirección:	Jr. Teresita s/n cercado capital de Kimiri
N° de productos que Comercializa	18
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
Número de empleados	05

AGRO INDUSTRIAS "CABO VERDE" E.I.R.L.
 RUC: 20190100122
 E.I.S. GUEVARA ORTEGA
 GERENTE GENERAL

Análisis. Registro de las encuestas hechas a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos para la elaboración de los resultados en SPSS

Fuente: Elaboración propia.

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CHOCOLATES EN BARRA						
Capacidad de Producción	100- 200unid- lote		210- 300unid - lote		310unid a más - lote	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 10-15 años		Antigüedad de maquinas 15-20 años		Antigüedad de maquinas 21- a más años.	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana		Peruana		China	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad - lote 1k-5k		Cantidad - lote 6k-10k		Cantidad - lote 11k - a más	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo de producción	Cada mes- lote \$ 100- \$200		Cada mes - lote \$200- \$300		Cada mes - lote \$300 a más.	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Criollo		Chuncho o nativo		Trinitario o Híbridos	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación del chocolate	Grado Fundido consistencia - cacao		Molido		Moldeado	
	20°-27°	45°-50°	6-10horas	11-20horas	30°-34°	35°-38°
	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formulación de chocolate TOSTADO	110° - 130°		135° - 140°		141° - 150°	
	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20min-30min		60min-120min		121min-180min	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-12 horas		12-36horas		2-6días	
	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rapido		2-4 horas		5-8horas	
	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos		Frutos secos	Frutos frescos	Granos	Yerbas
	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distribución de la planta	Cuenta áreas de proceso		Área de abastecimiento		laboratorio	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Envase	Papel metálico laminado		Trilaminados		Bilaminado	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Cartón plastificado		Se observa el permiso de registro Sanitario		Se observa certificado de calidad	

AGRO INDUSTRIAL CACAO YERBA FALTA
 E.H. S. GUEVARA ORTEGA
 GERENTE GENERAL

Análisis. Registro de las encuestas hechas a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos para la elaboración de los resultados en SPSS

Fuente: Elaboración propia.

Empaque	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marca	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mista	
	SI	NO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Presentación en % de cacao	Cacao 22% - Cacao 44%		Cacao 45% - Cacao 57%		Cacao 58% - Cacao 70%	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Presentación peso (por tableta)	20gr-30gr		31gr- 50gr		51gr- 80gr	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Costo unitario.	0.80 soles		1.30 soles		2.80 soles	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Precio EXWORK	1.50 - 2.00 soles		2.01 soles - 3.69 soles		3.70 soles - 4 soles	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Precio FOB						
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	



AGRIINDUSTRIA "CAAO VERDE" S.R.L.
AGC. INDECOPI
E.J. S. GUEVARA ORTEGA
GERENTE GENERAL

Análisis. Registro del Check list del proceso productivo de las empresas citadas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos para la elaboración de los resultados en SPSS

Fuente: Elaboración propia.

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

RESPONDER SI, NO Y PORQUE.

1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?

No.

Por que: La internacionalización o exportación de nuestros productos. Va mas allá de sus utilidades, su Misión es generar expectativas en el consumo humano y la Visión en el corto y mediano plazo ser líder en la Región.

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?

SI.

Por que: Nuestro lema y bandera es vender y/o comercializar productos con certificación orgánico. Ya que nuestros productos contienen insumos 100% natural y orgánico es acto para el consumo humano.

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?

SI

Por que se reduce costos de producción, así mismo nos hace mas competitivos para la elaboración de nuestros productos.

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?

SI

Por que la información, la mercadotecnia, y estudios de mercado nos permiten, visualizar mejor el panorama de los clientes. Pero no es lo suficiente para internacionalizar nuestros productos.

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?

NO

Por que los costos de exportación son mayores a las tazas, y por ende nosotros no podemos tener error de ofrecer un costo menor a lo que tenemos. Eso significa menor utilidad y mayor endeudamiento.

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?

SI

Por que: cuando se incrementa una producción hay mayores ganancias y utilidades, y por ende ya se pueden iniciar la búsqueda de nuevos clientes o mercados en cualquier parte del Mundo.

AGRO INDUSTRIAL CACAO VERDE E.I.R.L.
RUC: 20611880712
E.H. S. GUEVARA ORTEGA
GERENTE GENERAL

Análisis. Registro de las encuestas hechas a los gerentes de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Ingreso de datos para la elaboración de los resultados en SPSS

Fuente: Elaboración propia.

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019.

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa			
Ciudad	AYACUCHO	Fecha	14/05/19
Nombre de la Empresa	AHSIRI FOODS S.A.C		
Nombre del Contacto	SHAMELY PALOMINO PAUCAR		
Cargo	GERENTE GENERAL		
Empresa Familiar	Si <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Tipo de empresa	<u>Sociedad Anónima Cerrada</u> <input type="checkbox"/> EIRL <input type="checkbox"/>		
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input type="checkbox"/> Elaboración de chocolate <input type="checkbox"/> Otro (especificar)...TODAS LAS ANTERIORES.....		
Año de inicio de Operaciones	OCTUBRE 2018		
Dirección:	PSJ.LOS HEROES MZA G LOTE 09		
N° de productos que Comercializa	12		
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> <u>NO</u> <input type="checkbox"/>		
Número de empleados	4		

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CHOCOLATES EN BARRA						
Capacidad de Producción	100- 200unid- lote		210- 300unid - lote		310unid a más - lote	
	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 10-15 años		Antigüedad de maquinas 15-20 años		Antigüedad de maquinas 21- a más años.	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana		Peruana		China	
	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad – lote 1k-5k		Cantidad – lote 6k-10k		Cantidad – lote 11k – a más	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Costo de producción	Cada mes- lote \$ 100- \$200		Cada mes - lote \$200- \$300		Cada mes - lote \$300 a más.	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Criollo		Chuncho o nativo		Trinitario o Híbridos	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Formulación del chocolate	Grado Fundido consistencia - cacao		Molido		Moldeado	
	20°-27° <input type="checkbox"/>	45°-50° <input checked="" type="checkbox"/>	6-10horas <input type="checkbox"/>	11-20horas <input checked="" type="checkbox"/>	30°-34° <input checked="" type="checkbox"/>	35°-38° <input type="checkbox"/>
Formulación de chocolate TOSTADO	110° - 130° <input checked="" type="checkbox"/>		135° - 140° <input type="checkbox"/>		141° - 150° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20min-30min <input checked="" type="checkbox"/>		60min-120min <input type="checkbox"/>		121min-180min <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-12 horas <input type="checkbox"/>		12-36horas <input checked="" type="checkbox"/>		2-6días <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rapido <input checked="" type="checkbox"/>		2-4 horas <input type="checkbox"/>		5-8horas <input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos		Frutos secos	Frutos frescos	Granos	Yerbas
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distribución de la planta	Cuenta áreas de proceso		Área de abastecimiento		laboratorio	
	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Envase	Papel metálico laminado		Trilaminados		Bilaminado	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

Empaque	Cartón plastificado		Se observa el permiso de registro Sanitario		Se observa certificado de calidad	
	SI X	NO <input type="checkbox"/>	SI X	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO X
Marca	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mixta	
	SI X	NO <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
Presentación en % de cacao	Cacao22%-Cacao44% X		Cacao 45% - Cacao 57% X		Cacao58% - Cacao 70% X	
Presentación peso (por tableta)	20gr-30gr X		31gr- 50gr X		51gr- 80gr X	
Costo unitario	0.80 soles <input type="checkbox"/>		1.30 soles <input type="checkbox"/>		2.80 soles X	
Precio EXWORK	1.50 – 2.00 soles <input type="checkbox"/>		2.01 soles - 3.69 soles <input type="checkbox"/>		3.70 soles – 4 soles X	
Precio FOB	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

RESPONDER SI, NO Y PORQUE.

1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?

SI, PORQUE ME AYUDA A INVERTIR EN ESPECIALIZACIONES.

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?

AUN NO PORQUE ESTAMOS EN PROCESO DE INICIO DE MANERA LEGAL COMO PERSONA JURÍDICA.

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?

LA VENTAJA TECNOLÓGICA HACE QUE SE REDUZCAN LAS BARRERAS DE COSTOS EN LA PRODUCCIÓN, PERO NO ES MOTIVO SUFICIENTE PARA ESTAR PREPARADOS ANTE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?

TODAVÍA NO PORQUE HAY FACTORES MÚLTIPLES QUE INFLUYEN EN LA

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?

PUEDE SER UN CAUSAL.

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?

NO, PORQUE AUMENTARÍAN LOS COMPETIDORES.

7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales?

PODRÍA SER UN FACTOR A CONSIDERARSE.

8. ¿Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

SI, SABIENDO LAS EXCLUSIVIDADES DE MI PRODUCT

9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

SI, A MANERA DE BUSCAR MAYORES CLIENTES

10. ¿La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivar suficiente para incursionar en mercados internacionales?

SI, PORQUE TODO ELLO TIENE COSTO DE MANTENIMIENTO Y EXPANSIÓN.

11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

SI, PARA BUSCAR MAYORES COMPRADORES.

12. ¿Considera que los acuerdos comerciales son un motivo impulsador para la Internacionalización de la empresa?

SI, PORQUE MEJORA LAS RELACIONES COMERCIALES.

13. ¿Considera que Ud. logísticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada?

NO, PORQUE AÚN ESTOY EN PLANES DE EXPANSIÓN.

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019.

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa			
Ciudad	AYACUCHO	Fecha	16/05/19
Nombre de la Empresa	PIRWA COMPANY SAC		
Nombre del Contacto	CARLOS BELLIDO PRADO		
Cargo	GERENTE GENERAL		
Empresa Familiar	Si <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Tipo de empresa	Sociedad Anónima Cerrada <input checked="" type="checkbox"/> EIRL <input type="checkbox"/>		
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input type="checkbox"/> Elaboración de chocolate <input checked="" type="checkbox"/> Otro (especificar)..... <input type="checkbox"/>		
Año de inicio de Operaciones	2018		
Dirección:	ASOC. LA VICTORIA MZ Q LOTE 14		
Nº de productos que Comercializa	18		
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Número de empleados	3		

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CHOCOLATES EN BARRA						
	100- 200unid- lote		210- 300unid - lote		310unid a más - lote	
Capacidad de Producción	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 10-15 años <input checked="" type="checkbox"/>		Antigüedad de maquinas 15-20 años <input type="checkbox"/>		Antigüedad de maquinas 21- a más años. <input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana <input type="checkbox"/>		Peruana <input checked="" type="checkbox"/>		China <input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad – lote 1k-5k <input checked="" type="checkbox"/>		Cantidad – lote 6k-10k <input type="checkbox"/>		Cantidad – lote 11k – a más <input type="checkbox"/>	
	Cada mes- lote \$ 100- \$200 <input checked="" type="checkbox"/>		Cada mes - lote \$200- \$300 <input type="checkbox"/>		Cada mes - lote \$300 a más. <input type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Criollo <input type="checkbox"/>		Chuncho o nativo <input checked="" type="checkbox"/>		Trinitario o Híbridos <input type="checkbox"/>	
	Grado Fundido consistencia - cacao 20°-27° <input type="checkbox"/> 45°-50° <input checked="" type="checkbox"/>		Molido 6-10horas <input checked="" type="checkbox"/> 11-20horas <input type="checkbox"/>		Moldeado 30°-34° <input checked="" type="checkbox"/> 35°-38° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate TOSTADO	110° - 130° <input type="checkbox"/>		135° - 140° <input checked="" type="checkbox"/>		141° - 150° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20min-30min <input type="checkbox"/>		60min-120min <input checked="" type="checkbox"/>		121min-180min <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-10horas <input checked="" type="checkbox"/>		12-36horas <input type="checkbox"/>		2-6días <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rapido <input type="checkbox"/>		2-4 horas <input checked="" type="checkbox"/>		5-8horas <input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos <input checked="" type="checkbox"/>		Frutos secos <input checked="" type="checkbox"/> Frutos frescos <input type="checkbox"/>		Granos <input type="checkbox"/> Yerbas <input type="checkbox"/>	
	Cuenta áreas de proceso SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Área de abastecimiento SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		laboratorio SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Envase	Papel metálico laminado <input checked="" type="checkbox"/>		Trilaminados <input type="checkbox"/>		Bilaminado <input type="checkbox"/>	
	Cartón plastificado		Se observa el permiso de registro Sanitario		Se observa certificado de calidad	

Empaque	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Marca	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mixta	
	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Presentación en % de cacao	Cacao22%-Cacao44%		Cacao 45% - Cacao 57%		Cacao58% - Cacao 70%	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Presentación peso (por tableta)	20gr-30gr <input type="checkbox"/>		31gr- 50gr <input checked="" type="checkbox"/>		51gr- 80gr <input type="checkbox"/>	
Costo unitario	0.80 soles <input type="checkbox"/>		1.30 soles <input type="checkbox"/>		2.80 soles <input checked="" type="checkbox"/>	
Precio EXWORK	1.50 – 2.00 soles <input type="checkbox"/>		2.01 soles - 3.69 soles <input type="checkbox"/>		3.70 soles – 4 soles <input checked="" type="checkbox"/>	
Precio FOB						
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

RESPONDER SI, NO Y PORQUE.

1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?

NO

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?

SI

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?

SI

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?

NO

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en

mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?

SI

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?

NO

7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales?

NO

8. ¿Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

NO

9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

SI

10. ¿La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivar suficiente para incursionar en mercados internacionales?

NO

11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

SI

12. ¿Considera que los acuerdos comerciales son un motivo impulsador para la Internacionalización de la empresa?

SI

13. ¿Considera que Ud. logísticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada?


NO

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACION DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019

CHECK LIST: PROCESO PRODUCTIVO DE ELABORACION DE CHOCOLATE EN BARRA PARA LA INTERNACIONALIZACION DE LAS EMPRESA PRODUCTORAS DE CACAO EN LA CIUDAD DE AYACUCHO, COMAS 2019.

Gracias por su tiempo, le recordamos que esta es una investigación de la Universidad Privada del Norte, que tiene la finalidad de identificar la forma cómo las empresas que se ubican en la Ciudad de Ayacucho realizan el proceso productivo de sus productos. Le aseguramos la total confidencialidad de su información.

Datos de la Empresa		MULTISERVICIOS ADRIEL SAC.	
Ciudad	PICHARI	Fecha	21-05-2019
Nombre de la Empresa	MULTISERVICIOS ADRIEL SAC. CHOCOLATES CODI		
Nombre del Contacto	Alexander Rafael Rojas Abad		
Cargo	ADMINISTRADOR.		
Empresa Familiar	Si <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Tipo de empresa	Sociedad Anónima Cerrada <input checked="" type="checkbox"/> EIRL <input type="checkbox"/>		
Actividad de la empresa	Distribución de cacao <input type="checkbox"/> Distribución Cacao y derivados <input type="checkbox"/> Elaboración de chocolate <input checked="" type="checkbox"/> Otro (especificar): <i>Cultura y turismo.</i>		
Año de inicio de Operaciones	2017		
Dirección:	Dr. Huascar s/n. Cusco Cg Convencion Pichari		
Nº de productos que Comercializa	12		
Oficinas en el exterior	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		
Número de empleados	5		

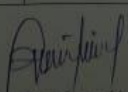

 42200423

Análisis. Registro del Check list del proceso productivo de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Registro de Check list

Fuente: Elaboración propia.

CHECK LIST DEL PROCESO DE PRODUCCION DE CHOCOLATES EN BARRA						
	100- 200unid- lote		210- 300unid - lote		310unid a más - lote	
Capacidad de Producción	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Vida útil de la maquinaria	Antigüedad de maquinas 10-15 años <input checked="" type="checkbox"/>		Antigüedad de maquinas 15-20 años <input type="checkbox"/>		Antigüedad de maquinas 21- a más años. <input type="checkbox"/>	
Tipo de tecnología de la máquina.	Alemana <input type="checkbox"/>		Peruana <input checked="" type="checkbox"/>		China <input type="checkbox"/>	
Merma	Cantidad - lote 1k-5k <input type="checkbox"/>		Cantidad - lote 6k-10k <input type="checkbox"/>		Cantidad - lote 11k - a más <input checked="" type="checkbox"/>	
	Cada mes- lote \$ 100- \$200 <input type="checkbox"/>		Cada mes - lote \$200- \$300 <input type="checkbox"/>		Cada mes - lote \$300 a más. <input checked="" type="checkbox"/>	
Tipo de cacao	Criollo <input checked="" type="checkbox"/>		Chuncho o nativo <input checked="" type="checkbox"/>		Trinitario o Híbridos <input type="checkbox"/>	
	Grado Fundido consistencia - cacao 20°-27° <input type="checkbox"/> 45°-50° <input checked="" type="checkbox"/>		Molido 6-10horas <input type="checkbox"/> 11-20horas <input checked="" type="checkbox"/>		Moldeado 30°-34° <input checked="" type="checkbox"/> 35°-38° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate TOSTADO	110° - 130° <input checked="" type="checkbox"/>		135° - 140° <input type="checkbox"/>		141° - 150° <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate DESCASCARILLADO	20min-30min <input checked="" type="checkbox"/>		60min-120min <input type="checkbox"/>		121min-180min <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate REFINADO	6-12 horas <input type="checkbox"/>		12-36horas <input checked="" type="checkbox"/>		2-6días <input type="checkbox"/>	
Formulación de chocolate MOLDEADO	Proceso rapido <input checked="" type="checkbox"/>		2-4 horas <input type="checkbox"/>		5-8horas <input type="checkbox"/>	
Valor agregado (Extensión de Línea)	lácteos <input checked="" type="checkbox"/>		Frutos secos <input checked="" type="checkbox"/>	Frutos frescos <input type="checkbox"/>	Granos <input checked="" type="checkbox"/>	Yerbas <input type="checkbox"/>
	Cuenta áreas de proceso SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		Área de abastecimiento SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		laboratorio SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Envase	Papel metálico laminado <input checked="" type="checkbox"/>		Trilaminados <input type="checkbox"/>		Bilaminado <input checked="" type="checkbox"/>	
	Carrón plastificado		Se observa el permiso de registro Sanitario		Se observa certificado de calidad	


 47700423

Análisis. Registro del Check list del proceso productivo de las empresas citadas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Registro de Check list.

Fuente: Elaboración propia.

Empaque	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Marca	Ud. Ha patentado la marca ante INDECOPI		Denominativa	Figurativa	Mixta	
	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Presentación en % de cacao	Cacao22%-Cacao44% <input type="checkbox"/>		Cacao 45% - Cacao 57% <input type="checkbox"/>		Cacao58% - Cacao 70% <input checked="" type="checkbox"/>	
Presentación peso (por tableta)	20gr-30gr <input type="checkbox"/>		31gr- 50gr <input checked="" type="checkbox"/>		51gr- 80gr <input checked="" type="checkbox"/>	
Costo unitario	0.80 soles <input type="checkbox"/>		1.30 soles <input type="checkbox"/>		2.80 soles + <input checked="" type="checkbox"/>	
Precio EXWORK	1.50 - 2.00 soles <input type="checkbox"/>		2.01 soles - 3.69 soles <input type="checkbox"/>		3.70 soles - 4 soles <input checked="" type="checkbox"/>	
Precio FOB	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

Quipui
42200423

Análisis. Registro del Check list del proceso productivo de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Registro de Check list

Fuente: Elaboración propia.

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
FACULTAD DE NEGOCIOS
Carrera de Administración y Negocios Internacionales

Las siguientes entrevistas nos permitirán obtener una idea básica de las motivaciones de las empresas para la Internacionalización de las empresas productoras de chocolates en barra de la ciudad de Ayacucho.

RESPONDER SI, NO Y PORQUE.

1. ¿Considera Ud. que el incremento de las utilidades es el principal motivo para la Internacionalización de la empresa en la que labora?
No

2. ¿Considera Ud. que su producto tiene ingredientes únicos que hacen que se considere competitivo para su Internacionalización frente a la competencia Internacional?
Si

3. La ventaja Tecnológica reduce o elimina las barreras de costos en la producción de los productos, ¿Considera Ud. que es un motivo suficiente para hacer frente a la competencia en la Internacionalización de su empresa?
Si

4. ¿El tener Información Exclusiva de un mercado Internacional después de un estudio de mercado, sabiendo que su producto es aceptado por los consumidores, es motivo suficiente para la Internacionalización de su empresa?
Si, es necesario conocer el mercado

5. Sabiendo que el gobierno ofrece tasas preferenciales de impuestos, la cual puede ofrecer su producto a un menor precio en mercados extranjeros. ¿Es motivo para que Ud. exporte sus productos?
Desconosco

6. ¿El incremento de producción para los mercados internacionales puede ayudar a reducir el costo de fabricación para las ventas locales, considera un motivo para internacionalizarse?
cuanto mayor proceso se reduce el costo de producción.

Aranda
42700423

Análisis. Registro del Check list del proceso productivo de las empresas citadas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Registro de encuestas

Fuente: Elaboración propia.

7. ¿La pérdida de participación del mercado nacional ante presiones de la competencia, es un motivo suficiente para realizar actividades en los negocios Internacionales?

No

8. Considera Ud. que la sobreproducción ante bajas en el mercado doméstico es motivo para internacionalizar?

No

9. ¿La disminución de ventas del producto en el mercado doméstico, será motivo para extenderse al mercado Internacional?

No

10. La capacidad excesiva de su empresa en la producción es un motivar suficiente para incursionar en mercados internacionales?

No depende de otros factores.

11. ¿Ante el Mercado Doméstico saturado, mira como opción la internacionalización de su empresa?

Al demandar de un costo adicional No

12. ¿Considera que los acuerdos comerciales son un motivo impulsador para la Internacionalización de la empresa?

No

13. ¿Considera que Ud. logísticamente se encuentra ubicado cercanamente a sus clientes, así como a algún puerto o aeropuerto de donde la mercadería es exportada?

No, me encuentro en provincia.

[Firma]
17700427

Análisis. Registro del Check list del proceso productivo de las empresas citas en la ciudad de Ayacucho para el debido desarrollo de la investigación.

Registro de encuestas

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5. IMÁGENES DEL PROCESO DE ELABORACION Y VENTA DEL PRODUCTO



Análisis. Se muestra el área de producción de la empresa Antarki

Área de producción

Fuente: Empresa Antarki.



Análisis. Se muestra el área de producción de la empresa Antarki

Área de producción

Fuente: Empresa Antarki.



Sr. Moner – Gerente de empresa Antarki
Fuente: Empresa Antarki.



Sub Gerente de la Empresa Antarki

Fuente: Empresa Antarki.



Feria de Chocolate en Ministerios de producción
Fuente: Productores de Chocolate -Ayacucho



Feria de Chocolate en Ministerios de producción
Fuente: Productores de Chocolate -Ayacucho.