



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ciencias Administrativas  
y Recursos Humanos

**Proyecto de Emprendimiento Innovador:**  
***Exportación de nueces de nogal bañadas en chocolate  
hacia Hamburgo – Alemania***

**Integrantes**

Altuna Niño, Bruno Rodrigo

Delgado Vílchez, Ariana Emilia (Líder)

Pérez Becerra, Sasha Azucena

Vásquez Segura, Mary Dajhana

**Docente guía**

Montes Ninaquispe, Jose Carlos

**Chiclayo-Perú, 2023**

## ÍNDICE

1. Resumen.....	3
2. Definición del problema .....	3
3. Modelo de negocio Canvas .....	4
4. Ajuste del producto al mercado.....	5
5. Perfil del usuario .....	5
6. Funcionalidades del producto.....	6
7. Producto mínimo viable .....	6
8. Referencias bibliográficas .....	7

## **1. Resumen**

Este proyecto se centra en respaldar la viabilidad de comercializar y exportar "Schokobauch", un producto que consiste en nueces de nogal bañadas en chocolate con un 70% de cacao. En años recientes, Alemania ha mostrado un marcado interés en los frutos secos, impulsado tanto por sus reconocidos beneficios nutricionales como por su capacidad para satisfacer el apetito [1]–[3]. Esta demanda se ve respaldada por la estable situación económica del país [4], evidenciada en su destacado PIB per cápita [5]. Desde una perspectiva logística, se ha identificado que el transporte marítimo es congruente con la estrategia de exportación de la empresa, permitiendo no solo una distribución eficiente, sino también una maximización en la rentabilidad y reducción de riesgos. Además, el meticuloso análisis del mercado revela que la demanda en ascenso de frutos secos, en particular cuando se complementan con la finura del chocolate, posiciona al producto como una solución innovadora y prometedora para el mercado en cuestión. Esta alineación de logística y demanda, junto con la dedicación de la empresa a mantener la más alta calidad en el producto y su compromiso con prácticas sustentables, le ofrece una ventaja competitiva única, creando un potencial significativo para la penetración en el mercado y el crecimiento a largo plazo

## **2. Definición del problema**

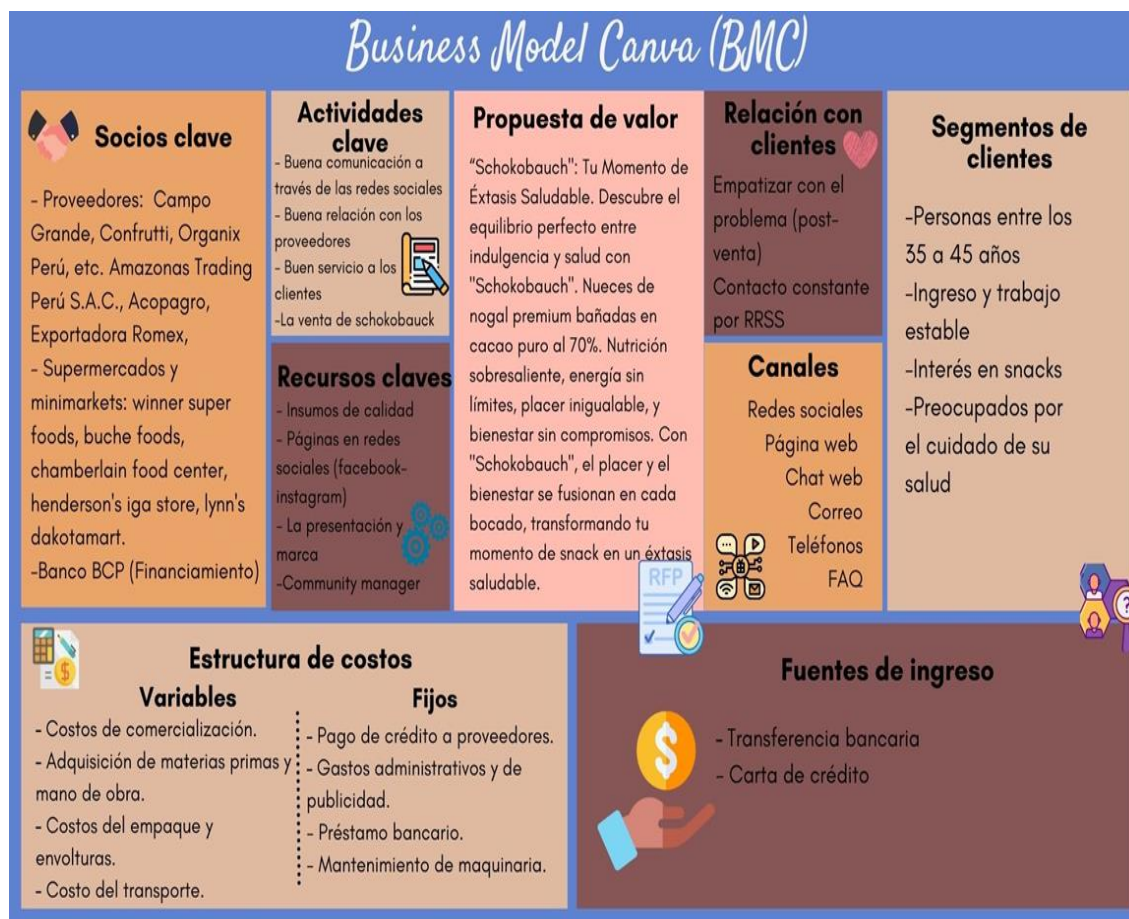
El mercado alemán se distingue por su creciente demanda por frutos secos y chocolate amargo de origen orgánico [6]. Esta tendencia se potencia debido a la limitada producción local de dichos productos, considerando que su oferta radica en sectores como maquinaria, vehículos y productos químicos [7]. A esto se suma el compromiso histórico de Alemania con la sostenibilidad y la producción orgánica, estando presente dentro de los 10 primeros países en el 2021 [8]. Es relevante destacar que Alemania encabeza el consumo de chocolate y productos de confitería dentro de la Unión Europea [9].

El consumo de frutos secos es especialmente destacado durante eventos estacionales como la Navidad y costumbres populares como la celebración de San

Nicolás, que involucran regalos de nueces [10]. Estos frutos secos se utilizan en una variedad de roles, desde aperitivos hasta ingredientes intermedios y acompañantes de bebidas como el vino [11]. Por otro lado, el alto consumo de chocolate y confitería en Alemania se debe a su uso frecuente como producto intermedio y al deseo de los alemanes de mejorar su calidad de vida [12].

En este contexto, el producto: nuez de nogal bañada en chocolate 70% cacao orgánico, conocido como Schokobauch y de origen peruano, tiene un gran potencial en el mercado alemán. Puede ser un acompañamiento saludable para comidas, un satisfactorio snack y un detalle especial en eventos significativos. Schokobauch representa la fusión de salud, saciedad, nutrición y un delicioso placer para el paladar, lo que lo hace atractivo para los consumidores alemanes que buscan calidad y sabor excepcionales.

### 3. Modelo de negocio Canvas



#### **4. Ajuste del producto al mercado**

Alemania posee un mercado consolidado y en expansión en el ámbito de los alimentos saludables, y se observa un aumento en la demanda de productos auténticos y exóticos. Para tener éxito en dicho mercado, es esencial tener ajustes acordes a las preferencias y tendencias de consumo.

La estrategia para ingresar al mercado alemán se centra en la autenticidad y calidad de los productos. Se ha identificado un público objetivo específico a través de la venta en los principales supermercados de Alemania (Metro, Aldi, Lidl, Edeka y Rewe), y se prioriza en participar en eventos de promoción como son las ferias internacionales, además, la comunicación digital a través de las redes sociales, sin descuidar el estricto cumplimiento de las regulaciones y estándares alemanes, las cuales se han cumplido en cuanto al producto y al envasado. Además, estamos comprometidos con la promoción de la esencia peruana en cada producto. Con la inversión adecuada, nuestros productos no solo ganarán un espacio en las tiendas alemanas, sino también en los hogares, fomentando el crecimiento empresarial y enriqueciendo el bienestar y hábitos alimenticios de los consumidores alemanes.

#### **5. Perfil del usuario**

Se seleccionó adultos jóvenes a adultos maduros, tanto hombres como mujeres que se encuentren en el rango de edad de 35 a 45 años, interesados en llevar un estilo de vida saludable y activo. Estas personas valoran opciones de snacks saludables y evitan alimentos altos en azúcares y grasas procesadas. Además, están preocupadas por su salud, bienestar y alimentación equilibrada, y son sensibles a temas de sostenibilidad y productos con ingredientes de calidad.

Este grupo de usuarios aprecia sabores y texturas gourmet en sus snacks y busca una alternativa saludable a los snacks tradicionales, siendo conscientes de los beneficios de las nueces y el cacao de alta calidad. Son compradores habituales de productos premium y buscan opciones deliciosas pero nutritivas. Se trata de consumidores que buscan una experiencia gastronómica satisfactoria sin comprometer su salud y que valoran la calidad y la conciencia ambiental en sus elecciones alimenticias.

## **6. Funcionalidades del producto**

Schokobauch, es la elección idónea para aquellos que buscan un snack que satisfaga tanto el paladar como las necesidades nutricionales. En el núcleo de este producto se encuentran nueces de nogal de alta calidad, seleccionadas con precisión para garantizar una experiencia excepcional, teniendo a productores locales, con experiencia en comercialización internacional y con oferta disponible, como proveedores. Lo que realmente diferencia a Schokobauch es su capa de cacao puro al 70%. Este producto combina nueces crujientes con cacao oscuro, proporcionando una nutrición premium cargada de antioxidantes, ácidos grasos Omega-3, potasio, selenio, fósforo, magnesio, vitaminas y proteínas en cada bocado. Este snack no solo ofrece un impulso energético sostenido, evitando picos y caídas de energía, sino que también presenta un sabor sofisticado al equilibrar la dulzura del cacao con la riqueza de las nueces. Schokobauch representa la armonía perfecta entre nutrición y placer, permitiéndote disfrutar de un snack inteligente y delicioso que cuida tu bienestar sin comprometer tu satisfacción.

## **7. Producto mínimo viable**

- Descripción del producto: Exquisito snack saludable que consiste en nueces de nogal de calidad superior bañadas en cacao puro al 70%. Cada bocado combina la crujiente textura de las nueces con el sabor intenso y equilibrado del cacao, ofreciendo una experiencia culinaria única.
- Solución que ofrece: Proporciona una solución perfecta para quienes buscan una indulgencia deliciosa sin comprometer su salud. Este producto ofrece una fuente de antioxidantes, ácidos grasos Omega-3 y proteínas esenciales en cada bocado. Además, brinda energía sostenida para mantener a las personas activas y enfocadas durante el día.
- ¿Por qué el público nos erigirá frente a nuestros competidores?: Principalmente porque es un producto que nunca se ha consumido antes, es innovador, esto va de la mano de su calidad superior ya que se utilizará nueces de nogal de la más alta calidad y cacao puro al 70%, asegurando un

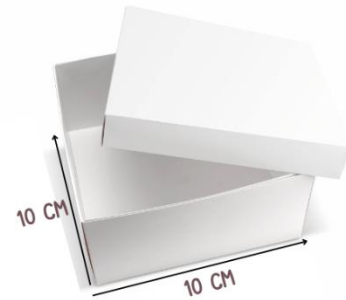
sabor excepcional. Así mismo el producto ofrece beneficios a la salud sin renunciar al placer. El consumidor obtiene experiencia gourmet a través de una experiencia gastronómica que vas más allá de los simples snacks tradicionales.

- Diseño de packaging y etiquetado:

Parte frontal



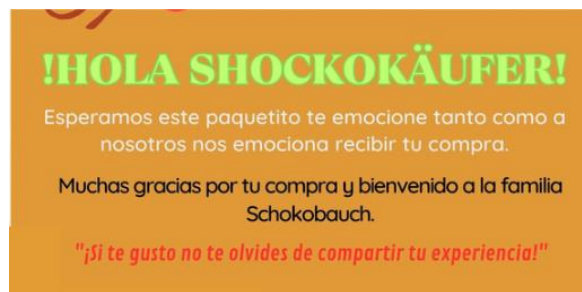
Caja del producto



Stickers laterales



- Valor agregado: El valor agregado de reside en su capacidad para brindar una experiencia gastronómica deliciosa y satisfactoria mientras promueve la salud y el bienestar. Es una opción premium que permite a los consumidores disfrutar de un snack gourmet sin remordimientos, lo que lo hace único en su categoría de productos saludables. Así mismo, a diferencia de otras empresas en la parte interior tendrá un mensaje de agradecimiento para que el cliente se fidelice, la cual se presenta en español, conservando el idioma original del origen del producto.



## 8. Referencias bibliográficas

- [1] M. Bes-Rastrollo, J. Sabaté, E. Gómez-Gracia, A. Alonso, J. Martínez, and M. Martínez-González, “Nut Consumption and Weight Gain in a Mediterranean Cohort: The SUN Study\*,” *Obesity*, vol. 15, no. 1, pp. 107–107, Jan. 2007, doi: 10.1038/oby.2007.507.
- [2] P. Casas-Agustench, M. Bulló, E. Ros, J. Basora, and J. Salas-Salvadó, “Cross-sectional association of nut intake with adiposity in a Mediterranean population,” *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases*, vol. 21, no. 7, pp. 518–525, Jul. 2011, doi: 10.1016/j.numecd.2009.11.010.
- [3] A. Witkowska *et al.*, “The Consumption of Nuts is Associated with Better Dietary and Lifestyle Patterns in Polish Adults: Results of WOBASZ and WOBASZ II Surveys,” *Nutrients*, vol. 11, no. 6, p. 1410, Jun. 2019, doi: 10.3390/nu11061410.
- [4] M. Kolluru, D. Hyams-Ssekasi, and K. Rao, “A Study of Global Recession Recovery Strategies in Highly Ranked GDP EU Countries,” *ECONOMICS*, vol. 9, no. 1, pp. 85–105, Jun. 2021, doi: 10.2478/eoik-2021-0011.
- [5] A. Salisu, I. Adediran, and R. Gupta, “A Note on the COVID-19 Shock and Real GDP in Emerging Economies,” *Emerging Markets Finance and Trade*, vol. 58, no. 1, pp. 93–101, Jan. 2022, doi: 10.1080/1540496X.2021.1981854.
- [6] El Mundo, “Los alemanes aumentan su consumo de chocolate y papel higiénico,” 2023.  
<https://www.elmundo.es/internacional/2023/05/24/646d030fe4d4d879658b457c.html> (accessed Sep. 09, 2023).
- [7] E. Karakostas, “What determines the medium and high technology products exports: the case of Germany,” *International Journal of Advanced Economics*, vol. 4, no. 3, pp. 40–52, Apr. 2022, doi: 10.51594/ijae.v4i3.316.
- [8] Statista, “Ranking de los 10 países con la mayor superficie agraria destinada a cultivos orgánicos en el mundo en 2021,” 2023.  
<https://es.statista.com/estadisticas/542958/paises-con-la-mayor-superficie-de-cultivo-organico-en-el-mundo/> (accessed Sep. 09, 2023).



- [9] Statista, “¿Qué países consumen más chocolate?” 2016.  
<https://es.statista.com/grafico/6525/que-paises-consumen-mas-chocolate/>  
(accessed Sep. 09, 2023).
- [10] L. Montes, “La Navidad en Alemania y sus particularidades,” 2022.
- [11] A. Camargo, A. Botelho, Á. Camargo, M. Dean, and G. Fiates, “Ultra-Processed Foods as Ingredients of Culinary Recipes Shared on Popular Brazilian YouTube Cooking Channels,” *Nutrients*, vol. 14, no. 18, p. 3689, Sep. 2022, doi: 10.3390/nu14183689.
- [12] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, “Cacao: Perfil de productos,” 2013, Accessed: Sep. 09, 2023. [Online]. Available:  
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/PDM/alemania/perfil\\_cacao.html](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/perfil_cacao.html)