REPOSITORIO
ACADÉMICO
USMP

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS CONGELADOS A ILLINOIS – ESTADOS UNIDOS

PRESENTADO POR

JOSE DANIEL BAQUIJANO CARAZZA

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PARA OPTAR ELTÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

LIMA – PERÚ

2020

CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

EXPORTACION DE ARANDANOS CONGELADOS A ILLINOIS – ESTADOS UNIDOS

Presentado por:

Bachiller: Jose Daniel Baquijano Carazza

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lima – Perú

2020

ÍNDICE

LISTA DE TABLAS----------V
LISTA DE FIGURAS----------IX
RESUMEN EJECUTIVO----------1
CAPITULO 1: ESTRUCTURA DE PLAN GENERAL----------3
CAPITULO 2: ORGANIZACIÓN Y ASPECTO LEGALES----------4
2.1. NOMBRE O RAZON SOCIAL----------4
2.2 ACTIVIDAD ECONOMICA O CODIFICACION CIIU----------7
2.3 UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL----------8
2.4 OBJETIVOS Y PRINCIPIOS DE LA EMPRESA----------9
2.4.1 MISION----------9
2.4.2 VISION----------9
2.4.3 VALORES----------9
2.4.4 OBJETIVOS ----------10
2.4.5 PRINCIPIOS----------10
2.5 LEY MYPE----------10
2.6 ESTRUCTURA ORGANICA----------12
2.7 CUADRO DE ASIGNACION PERSONAL----------14
2.8 FORMA JURIDICA DE LA EMPRESA----------14
2.9 REGISTRO DE MARCA----------15
2.10 REQUISITOS Y TRAMITES MUNICIPALES----------16
2.11 REGIMEN TRIBUTARIO----------17
2.12 REGISTRO DE PLANILLA ELECTONICA (PLAME)----------18
2.13 REGIMEN LABORAL ESPECIAL ----------19
2.14 MODALIDAD DE CONTRATOS LABORALES----------20
2.15 CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL----------22
CAPITULO 3: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL----------22
3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO----------22
3.1.1 CLASIFICACION ARANCELARIA----------24
3.1.2 PROPUESTA DE VALOR----------25
3.1.3 FICHA COMERCIAL----------27
3.2 INVESTIGACION DEL MERCADO OBJETIVO----------27
3.2.1 CONSUMO PER CAPITA----------27
3.2.2 SEGMENTACION DE MERCADO OBJETIVO----------29
3.2.3 TENDENCIA DE CONSUMO----------32
3.3 ANALISIS DE OFERTA Y DEMANDA----------34
3.3.1 ANALISIS DE LA OFERTA----------34
3.3.1.1 PRODUCCION A NIVEL MUNDIAL----------34
3.3.1.2 PARTIPACION DE PRODUCCION MUNDIAL----------35
3.3.1.3 CALENDARIO MUNDIAL DE PRODDUCION----------36
3.3.1.4 PRODUCCION EN ESTADOS UNIDOS----------38
3.3.1.5 PRODUCCION Y EXPORTACION EN PERU----------40
3.3.2 ANALISIS DE LA DEMANDA----------45
3.3.2.1 PARTIPACION DE CONSUMO MUNDIAL----------46
3.3.2.2 ESTIMACION DE LA DEMANDA----------48
3.3.2.3 PRECIO DEL ARANDANO CONGELADO----------51
3.3.2.4 ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL----------54
3.3.2.5 REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO----------56
3.3.2.6 EFECTOS DEL COVID EN LA DEMANDA----------61

3.4 ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCION----------63
3.4.1 ESTRATEGIA DE SEGMENTACION----------63
3.4.2 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO----------64
3.4.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION----------65
3.4.4 ESTRATEGIA DE PROMOCION----------68
3.4.5 TAMAÑO DE PLANTA----------70
CAPITULO 4: PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL----------70
4.1 ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES----------70
4.1.1 ENVASE----------70
4.1.2 EMPAQUE----------72
4.1.3 EMBALAJE----------73
4.2 DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO----------77
4.2.1 DISEÑO DEL ROTULADO----------77
4.2.2 DISEÑO DEL MARCADO----------79
4.3 UNITARIZACION Y CUBICAJE DE LA CARGA----------82
4.4 CADENA DE DFI DE EXPORTACION----------85
4.5 SEGURO DE LA MERCANCIA----------91
CAPITULO 5: PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL----------93
5.1 FIJACION DE PRECIOS----------93
5.1.1 COSTOS Y PRECIO----------93
5.1.2 COTIZACION INTERNACIONAL----------96
5.2 CONTRATO DE VENTA INTERNACIONAL----------97
5.3 ELECCION Y APLICACIÓN DE INCOTERM----------99
5.4 DETERMINACION DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO----------99
5.5 ELECCION DEL REGIMEN DE EXPORTACION----------100
5.6 GESTION ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL----------100
5.7 GESTION DE LAS OPERACIONES DE EXPORTACION----------101
5.8 GESTION DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCION----------101
CAPITULO 6: PLAN FINANCIERO----------102
6.1 INVERSION FIJA----------102
6.1.1 ACTIVOS TANGIBLES----------102
6.1.2 ACTIVOS INTANGIBLES----------103
6.2 CAPITAL DE TRABAJO----------103
6.3 INVERSION TOTAL----------104
6.4 ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO----------104
6.5 FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CREDITO----------105
6.6 PRESUPUESTO DE COSTOS----------105
6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO----------107
6.8 TRIBUTACION A LA EXPORTACION----------108
6.9 PRESUPUESTSO DE INGRESOS----------108
6.10 PRESUPUESTO DE EGRESOS----------109
6.11 FLUJO DE CAJA PROYECTADO----------110
6.12 ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS----------110
6.13 EVALUACION DE LA INVERSION----------111
6.13.1 EVALUACION ECONOMICA----------111
6.13.2 EVALUACION FINANCIERA----------111
6.13.3 EVALUACION SOCIAL----------112
6.13.4 IMPACTO AMBIENTAL----------112
6.14 EVALUACION DEL COK----------112
6.15 CUADRO DE RIESGO TIPO DE CAMBIO----------112
6.16 CONCLUSIONES----------113
6.17 RECOMENDACIONES----------114
REFERENCIAS----------115

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Información Nutricional 24

Tabla 2 Analisis FODA 26

Tabla 3 Ficha Comercial. 27

Tabla 4 Segmentación de Mercado. 31

Tabla 5 Proyección de la demanda 50

Tabla 6 Medidas contener Reefer 20FT 83

Tabla 7 Unitarizacion de carga 84

Tabla 8 Datos para elaborar el contrato de Compra Venta Internacional 97

Tabla 9 Activos Tangibles 102

Tabla 10 Activos Intangibles 103

Tabla 11 Capital de Trabajo. 103

Tabla 12 Inversión Total 104

Tabla 13 Inversión y Financiamiento 105

Tabla 14 Condiciones de financiamiento 105

Tabla 15 Costos Variables. 106

Tabla 16 Planilla 106

Tabla 17 Gastos Administrativos 107

Tabla 18 Gastos de Local 107

Tabla 19 Gastos Financieros 107

Tabla 20 Punto de Equilibrio 108

Tabla 21 Presupuesto de Ingresos Mensual 108

Tabla 22 Presupuesto de Ingresos Anual 109

Tabla 23 Presupuesto de Cobranzas 109

Tabla 24 Presupuesto de Egresos 109

Tabla 25 Flujo de caja 110

Tabla 26 Estado de Ganancias y Pérdidas 110

Tabla 27 Evaluación Económica 111

Tabla 28 Formulación COK 111

Tabla 29 Evaluación Financiera 111

Tabla 30 COK 112

Tabla 31 Desviación Estándar 112

Tabla 32 Riesgo por Tipo de Cambio 113

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo Canvas Arandanos` Fresh 3

Figura 2: Clasificación CIIU 8

Figura 3: Organigrama 12

Figura 4: Asignación de Personal 14

Figura 5: Registro de Marca 16

Figura 6: Limite de ventas MYPE 18

Figura 7: Régimen Laboral MYPE. 19

Figura 8: Clasificación Arancelaria 25

Figura 9: Importación de arándano en el mundo 29

Figura 10: Participación de Consumo de Arándanos en USA 30

Figura 11: Formas de consumo 32

Figura 12: ¿El arándano el saludable? 33

Figura 13: Preferencias de consumo del arándano 33

Figura 14: Producción mundial del arándano en el tiempo. 34

Figura 15: Participación de producción mundial 35

Figura 16: Calendario mundial de producción. 37

Figura 17: Calendario de producción Perú 38

Figura 18: Mapa de regiones productoras de arándano en Perú 41

Figura 19: Producción en el Peru a lo largo del tiempo 42

Figura 20: Exportaciones peruanas de arándano 2018-2019 44

Figura 21: Principales empresas exportadoras peruanas de arándano. 44

Figura 22: Participación de consumo de arándano a nivel mundial. 46

Figura 23: Importaciones de arándano desde Estados Unidos (TN) 47

Figura 24: Importaciones de arándano desde Estados Unidos.(Fob) 47

Figura 25: Importaciones de arándano desde USA (2010-2019) 49
Figura 26: Importaciones de arándano peruano desde USA 49
Figura 27: Proyección de importaciones 49
Figura 28: Proyección de la Demanda 50
Figura 29: Proyección de la Demanda mensual 51
Figura 30: Precio del arándano (2018-2019) 52
Figura 31: Comparativo de precios del arándano (2018-2019) 51
Figura 32: Certificado de Origen 55
Figura 33: Canales de distribución 65
Figura 34: Mercado del Broker Gordon Food 68
Figura 35: Seminario Internacional 69
Figura 36: Estrategia de Promoción 70
Figura 37: Envase 71
Figura 38: Empaque 73
Figura 39: Stretch Film 74
Figura 40: Zunchos de plastico 75
Figura 41: Pallet de plastico 76
Figura 42: Embalaje referencial 76
Figura 43: Pictograma Fragil 80
Figura 44: Pictograma Mantener Temperatura 81
Figura 45: Proteger de la Humedad 81
Figura 46: Codificador Universal de Productos 82
Figura 47: Diagrama Distribución Física Internacional 85
Figura 48: Mapa Hapag Lloyd 89
Figura 49: Rutas Hapag Lloyd 90
Figura 50: Mercado de venta Gordon Foods 90
Figura 51: Centros de distribucion Gordon Foods 91

Figura 52 Incoterms - 2020 92

Figura 53: Costos variables de producción y comercialización 94

Figura 54: Costos variables de exportación..... 94

Figura 55: Costos fijos 95

Figura 56: Precio de venta final 95

Figura 57: Cotizacion Internacional..... 96

Figura 58: Factura 98

Figura 59: Gestión de operaciones de Exportación 101

Figura 60: Gestión de operaciones de Producción..... 101

RESUMEN EJECUTIVO

Arandanos´ Fresh SAC es una empresa nueva en el sector agroindustrial ubicado en el departamento de Lambayeque, con el cual se ha desarrollado un plan de negocios que demuestra que es factible aprovechar las oportunidades del entorno y las ventajas comparativas de los arándanos congelados, para generar ventajas competitivas que hagan sostenible un modelo de negocio orientado a satisfacer la demanda del consumidor, que tiene un ritmo de vida agitado y que busca salud, conveniencia y placer en los alimentos que consume. El producto a comercializar será el arándano congelado, del cual actualmente Perú exporta menores cantidades con respecto al arándano fresco y esto se debe a que las exportaciones de este producto debido a la calidad fresca y apariencia física requerido se exportan en su mayoría en estado fresco, en este sentido el arándano que no cumple con las características indicadas son llamados "arándano resto" cuyo costo es mucho menor. Por otro lado, la presentación en congelado ha demostrado según estudios especializados ser igual de nutritiva en esta presentación que como fruta fresca incluso después de los 24 meses de congelación, brindando beneficios al cuerpo humano como astringentes y antidiarreicas, gastro-protectores y además altos niveles de antioxidantes.

Este producto se comercializará en dos presentaciones las cuales serán de 200 gr para consumo individual y de 500 gr para consumo grupal. La comercialización de los arándanos congelados está dirigida para personas de en el rango de edad de 18 a 70 años, la cuales se encuentran dentro del campo laboral y requieren productos de fácil manipulación además que sean nutritivos y de buen sabor como es el arándano. Arandanos´ Fresh ha detectado la oportunidad de ingresar al mercado norteamericano pues es el país con altos índices de consumo de la baya, según siendo Illinois nuestro mercado objetivo, ya que uno de los estados con mayor porcentaje de consumo (4.27%).

Se ha establecido el precio de $1.5 para la presentación de 200GR y $3.5 para la presentación de 500GR de arándano congelado considerando los costos fijos y los costos variables que incurren en el proceso de comercialización para cada presentación. Cabe resaltar que la presentación de este producto será mucho más sofisticada que la competencia, será comercializada en bolsas de polietileno los cuales le dan a la fruta el poder de conservarse en óptimas condiciones bajo clima adecuado y con abre-fácil, lo cual ayudará al cliente a usar el producto de manera rápida y sin perder la contextura

La inversión total requerida para el proyecto es de S/ 34, 935.41, el cual será financiado por los socios en un 57% y el 43% restante será financiado por la entidad bancaria ScotiaBank. El financiamiento será amortizado en un año con cuotas mensuales de S/1,340.99

El proyecto de la exportación de arándanos congelados bajo la empresa “Arandanos´ Fresh SAC” fue evaluado en un periodo de 5 años, mediante el cual la evaluación económica arroja un VAN Económico de S/.112,767.05 y una TIR Económica de 231%, la evaluación financiera arroja un VAN Financiera de S/.112,131.63 y una TIR Financiera de 229%, así mismo conforme a la evaluación social y ambiental es viable ya que la actividad dado el core business del proyecto no impacta en ninguna de las 2 variables ya mencionadas. Por ultimo del análisis de sensibilidad del proyecto teniendo en cuenta 2 escenarios extras (pesimista y optimista) conforme al tipo de cambio se evidencia que los principales indicadores de evaluación económicos y financieros disminuyen en 10% y aumentan en 35% respectivamente

CAPÍTULO 1: ESTRUCTURA DE PLAN GENERAL

El producto exportado es el arándano orgánico congelado a Illinois – Estados Unidos, cada punto del plan ha sido elaborado con fuentes confiables de entidades públicas o privadas que permitieron recabar información veraz, con datos que han permitido que este plan de negocio sea lo más exacto posible en el análisis de la información. La empresa realizara sus exportaciones a Illinois – Estados Unidos, se puede resaltar que el mercado objetivo al cual se dirige es el quinto estado consumidor de arándanos en Estados Unidos, por lo que según los resultados del análisis de los diversos puntos que se exponen en la estructura general del plan, el negocio será viable y rentable, así mismo teniendo en consideración la gran demanda del país, a través del tiempo nos permitiría ampliar nuestros horizontes comerciales a diferentes estados.

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Socios Claves

• Productores de arándano
• Empresa congeladora, envasadora, embaladora de arándanos
• Broker Internacional</td>
<td>Actividades Claves

• Negociaciones con empresas tercerizadas
• Desarrollar estrategias de marketing
• Actualizar el volumen de comercialización</td>
<td rowspan="2">Propuesta de Valor

• Los arándanos congelados son iguales pese a las diferencias procedencias de los países, sin embargo nos enfocaremos en el marketing constante para el segmento de Mercado.</td>
<td>Relación con el Cliente

• Asistencia a Ferias Internacionales
• Constante comunicación vía redes sociales
• Constante promociones y publicidad</td>
<td rowspan="2">Segmentos de Clientes

• Ciudadanos en el estado de Illinois de 18 a 70 años</td>
</tr>
<tr>
<td>Recursos Claves
• Personal Administrativo
• Oficina Administrativa
• Financiamiento Bancario
• Financiamiento por parte de los socios</td>
<td>Canales
• Se distribuirá mediante bróker en minoristas y mayoristas de alimentos, tiendas gourmet
• Canal de venta directo en las instalaciones del broker</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">Estructura de Costos

• Costos Fijos
• Costos Variables
• Pagos Bancarios</td>
<td colspan="3">Estructura de ingresos

• Venta de las presentaciones de 200 gr y 500 gr
• Medio de pago mediante cobranza documentario a la vista</td>
</tr>
</table>

Figura Nº 1: Modelo Canvas de Arandanos` Fresh

CAPÍTULO 2: ORGANIZACIÓN Y ASPECTO LEGALES

El producto exportado es el arándano orgánico congelado a Illinois – Estados Unidos, cada punto del plan ha sido elaborado con fuentes confiables de entidades públicas o privadas que permitieron recabar información veraz, con datos que han permitido que este plan de negocio sea lo más exacto posible en el análisis de la información. La empresa realizara sus exportaciones a Illinois – Estados Unidos, se puede resaltar que el mercado objetivo al cual se dirige es el quinto estado consumidor de arándanos en Estados Unidos, por lo que según los resultados del análisis de los diversos puntos que se exponen en la estructura general del plan, el negocio será viable y rentable, así mismo teniendo en consideración la gran demanda del país, a través del tiempo nos permitiría ampliar nuestros horizontes comerciales a diferentes estados.

2.1. Nombre o razón social

En el artículo N° 9 de la Ley Nº 26887 – Ley General de Sociedades, se determina que toda sociedad debe tener una denominación o razón social el cual no puede ser igual o semejante a la de otra sociedad existente, a menos que se demuestre la legitimidad. Por tal motivo se ha elegido constituir la sociedad con el nombre de Arandanos´ Fresh, dado que no existe empresa con un nombre igual o similar y que el nombre está relacionado al giro del negocio buscando ser reconocida como una empresa comercializadora de arándanos. A continuación, se identifican los pasos según la Súper Intendencia Nacional de los Registros Públicos, SUNARP, para registrar legamente la empresa:

a) Búsqueda y reserva del nombre:

El primer paso para la constitución de la empresa es verificar en la Superintendencia

Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) que no exista en el mercado un nombre o razón social igual o similar al nombre propuesto para la nueva empresa a constituir.

Realizar la búsqueda de los nombres existentes, se debe corroborar de que éstos no se parezcan ni suenen igual al nombre propuesto. Una vez ubicado, se procede con la reserva de la denominación para la razón social y de esta manera evitar que otra empresa pueda utilizar este nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

b) Elaboración de la minuta:

Es el documento en el cual se manifiesta la voluntad de constituir la sociedad y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos de la empresa y es el paso previo a la elaboración de la minuta de escritura. En el pacto social se detallan todos los acuerdos de los socios y contempla el estatuto. El estatuto contempla los datos relevantes de la sociedad tales como: la denominación o razón social, domicilio y duración de la sociedad, el objeto social, la descripción del capital social, la administración de la sociedad (directorio y gerencia), reglas para modificar el estatuto, aprobar balances, aplicación de utilidades, disolución, liquidación y extinción de la sociedad.

A continuación, se mencionan los datos elementales de la minuta:

- Los datos generales de cada socio
- El giro de la sociedad
- El tipo de empresa o sociedad (S.A.C)
- El tiempo de duración de la sociedad (indeterminado)
- La fecha en la que se va a dar inicio a las actividades comerciales (Enero 2021)
- El lugar en donde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial - Lambayeque)
- La denominación o razón social de la sociedad (Arandanos` Fresh)
- El lugar en donde van a funcionar las agencias o sucursales (si es que las hubieran)

- La persona que va a administrar o representar la sociedad
- Los aportes de cada socio
- Otros acuerdos que establezcan los socios
- Es recomendable elaborar la minuta con la ayuda de un abogado de confianza

c) Elevar la minuta a escritura pública:

Consiste en presentar la minuta ante una notaría y que esta sea revisada por el notario público el cual da fe de los actos y contratos que se están celebrando y da autenticidad a la minuta de constitución para que pueda ser elevada como escritura pública. Los documentos que se deben presentar junto a la minuta son:

- Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- Certificado de búsqueda y reserva del nombre emitido por la SUNARP.
- Una vez elevada la minuta, esta debe ser firmada y sellada por el notario.

d) Elevar la escritura pública en la SUNARP:

Una vez obtenida la escritura pública, la misma se debe llevar a la SUNARP, en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa.. Una vez registrada la empresa ya se puede considera que la empresa existe.

e) Registro de personas jurídicas

Para realizar la inscripción en el registro de sociedades se debe seguir los procedimientos registrales indicados por la SUNARP. La documentación necesaria para la inscripción de la sociedad, es la siguiente:

- Primero: Formato de solicitud de inscripción debidamente llenado y suscrito.

- Segundo: Copia del documento de identidad del representante, con la constancia de haber sufragado en las últimas elecciones o haber solicitado la dispensa respectiva.
- Tercero: Escritura pública que contenga el Pacto Social y el Estatuto.
- Cuarto: Comprobante de depósito por el pago de derechos registrales (tasas).
- Otros documentos: Según calificación registral y disposiciones vigentes

f) Calificación del título:

La calificación del título está a cargo de un registrador público de la oficina registral competente, que debe extender el asiento de inscripción en un plazo de un día útil. A partir de la fecha y hora de presentación de los respectivos documentos, la empresa gozará de los derechos y beneficios que brinda la inscripción. A partir de la inscripción registral, la sociedad adquiere personalidad jurídica. En caso de que el título haya sido observado, se deberá subsanar el inconveniente dentro de los 35 días de presentada a Registros Públicos. En caso de calificar el título, la oficina registral hace entrega de lo siguiente:

- Constancia de inscripción.
- Copia simple del asiento registral

2.2. Actividad económica o codificación internacional (CIIU)

Es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios. Así mismo tiene como propósito ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades

Exportación de Arándanos a U.S.A – Illinois, se verifico en el portal de la SUNAT y se determinó que el código CIIU correspondiente a le empresa es el 4630.

CÓDIGO CIIU 4.0	DESCRIPCION
0111	CULTIVO DE CEREALES (EXCEPTO ARROZ), LEGUMBRES Y SEMILLAS OLEAGINOSAS
0162	ACTIVIDADES DE APOYO A LA GANADERÍA
1071	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA.
1410	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL
1520	FABRICACIÓN DE CALZADO
1811	IMPRESIÓN
1812	ACTIVIDADES DE SERVICIOS RELACIONADAS CON LA IMPRESIÓN.
2511	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS PARA USO ESTRUCTURAL
3100	FABRICACIÓN DE MUEBLES
4100	CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS
4321	INSTALACIONES ELÉCTRICAS
4330	TERMINACIÓN Y ACABADO DE EDIFICIOS
4520	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES
4530	VENTAS DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
4730	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLE PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES EN ALMACENES ESPECIALIZADOS.
4610	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATA.
4630	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.
4641	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR

Figura Nº 2: Clasificación CIIU de Arandanos` Fresh

2.3. Ubicación y factibilidad municipal y sectorial

Según los estudios realizados por SIICEX sobre la zonificación agraria, las zonas más adecuadas de cultivo son Ancash, La Libertad, Arequipa y otras zonas similares del país. En la Figura 3 se presenta el mapa de los berries en el Perú, proporcionado por Sierra exportadora.

La ubicación seleccionada para la empresa es Lambayeque, la cual está situada al norte del Perú, bajo la administración del Gobierno. Se eligió esta ciudad porque según el Ministerio de Agricultura, es donde se concentra la mayor parte de la producción de arándanos, representa el 90% de la producción total nacional de esta súper fruta. Así mismo, según SENASA en la Libertad hay 2 empresas certificadas para el congelado, envasado, embalado de productos agrícolas, así como también se dispone como local autorizado para la inspección de la autoridad aduanera para la exportación de dichos frutos.

La oficina estará ubicada en Calle 8 de Octubre cuadra 4 - Lambayeque, la cual está cerca de los centros de operaciones tercerizados, así mismo está cerca al puerto de Paita. Adicionalmente por ser una empresa del rubro de comercialización de alimentos, se precisa de la autorización de DIGESA – Dirección General de Salud Ambiental para poder llevar a cabo la actividad económica de la compañía

2.4. Objetivos y principios de la empresa

2.4.1. Misión:

Ofrecer al mercado Estadounidense – Illinois, la mejor calidad de arándanos congelados de producción Peruana, apoyando al desarrollo sostenible y cuidado del medio ambiente con los agricultores locales, contribuyendo a la mejora del valor nutricional de nuestros frutos para incrementar continuamente la calidad y satisfacción de nuestros clientes internacionales.

2.4.2. Visión:

La visión a corto y mediano plazo es penetrar exitosamente el mercado americano y tener un porcentaje de participación constante de los arándanos congelados y la visión a largo plazo es posicionarse dentro de la mente del consumidor y estar dentro de las 10 principales marcas de arándanos congelados consumidos en el estado de Illinois.

2.4.3. Valores:

- Responsabilidad social: Ser responsable y evitar abusos para los primeros eslabones de la cadena de distribución, en este caso los productores de arándanos, reconociendo su trabajo y generándoles oportunidades de crecimiento mediante proyectos de ayuda al crecimiento.
- Transparencia: Publicar información y dar información a quien la solicite, generando la transparencia de los procesos de comercialización, producción, etc. Siempre y cuando la información pueda ser compartida y no afecte o ponga

en riesgo la actividad del proyecto frente a la competencia.

- Lealtad y compromiso: Respetar las alianzas comerciales por el plazo definido y no generar lucro o beneficios con información confidencial

2.4.4. Objetivos:

- Posicionarnos entre los principales 10 marcas consumidas de arándanos congelados en Illinois.
- Aumentar la participación de consumo para arándanos congelados en Illinois
- Posicionar la marca en la mente del consumidor
- Fidelizar clientes con su consumo todo el año, no solo por temporadas.

2.4.5. Principios:

- Calidad: Ofrecer un producto de calidad en base a las características de las características de la oferta del consumidor, ofreciendo productos con los estándares internacionales, principalmente por la FDA (Food and Drug Administration)
- Competitividad: Estar a la vanguardia de la competencia, el entorno empresarial, políticas, consumidor y actualizar constantemente la indagación de mercado para poder identificar posibles innovaciones.

2.5. Ley de MYPE, micro y pequeña empresa

Se sabe que la micro y pequeña empresa, en adelante la MYPE, juega un papel importante en el desarrollo social y económico del país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y un importante agente dinamizador del mercado. Según el Ministerio de Producción, actualmente, en el Perú, las micro y pequeñas empresas aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. Conforme las MYPE van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra

economía debido a que la mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción, requerirán de más mano de obra y aportarán con mayores tributos al Estado.

Ley de Micro y Pequeña Empresa, es la ley más importante que ha expedido el Gobierno Peruano en el marco de las facultades legislativas delegadas por el Congreso mediante Ley Nº 29157. La nueva Ley MYPE, aprobada por Decreto Legislativo Nº 1086 (El Peruano: 28/06/08) es una ley integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional, expresa el gremio empresarial.

La nueva Ley MYPE recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, las micro hasta las pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de acuerdo a sus características y a su propia realidad. La nueva ley será de aplicación permanente para la MYPE, en tanto cumplan con los requisitos establecidos. Este régimen especial no tendrá fecha de caducidad que contemplaba la Ley Nº 28015, limitación que constituía una barrera para la formalización empresarial y laboral de los microempresarios.

El objetivo de esta ley es promover la competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales representan el 98.6% de las empresas y generan el 77% del empleo a nivel nacional, según las cifras del Ministerio de Producción. Dado que el impacto inicial de dicha ley fue muy limitado, a mediados de 2008 ésta fue modificada para facilitar la formalización de dichas empresas y asegurar su competitividad y que otorguen empleos en condiciones decentes. El Artículo 2º de la Ley N° 28015 LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa de la siguiente manera:

> Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción,

transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO ÚNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. (Dec. Leg. N° 1086)

En conclusión, La Ley MYPE es una norma del gobierno peruano que tiene como objetivo promocionar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE), así como su formalización. Para ello, esta ley les otorga una serie de beneficios laborales y tributarios para apoyar su crecimiento y la generación de empleo., a continuación, los requisitos:

- RUC vigente
- Contar con usuario y clave sol
- No pertenecer al rubro a bares, discotecas, casinos y juegos de azar
- No se reparte utilidades para empresas menores de 25 trabajadores
- Ventas anuales no mayores a 1700 UIT

2.6. Estructura orgánica

Con la finalidad de establecer las funciones correspondientes a cada área y establecer un orden jerárquico, se opta por crear un organigrama de origen vertical.

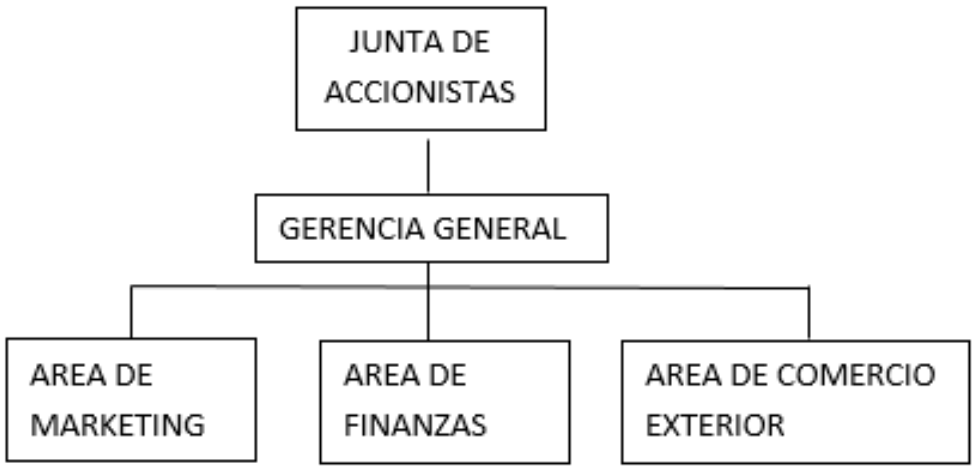


Figura Nº 3: Organigrama de Arandanos` Fresh

Por otro lado, es necesario establecer las funciones y responsabilidades que cada una de las áreas mencionadas tendrá.

Junta de accionistas:

- Serán los encargados de tomar las decisiones en base a los proyectos, cambios, reestructuraciones formuladas por parte de las gerencias inferiores

Gerente General:

- Evaluará, reforzará y potenciará los proyectos presentados por parte de las gerencias posteriores, para posteriormente presentarla a la junta de accionistas
- Representante Legal de la empresa
- Encargado del planeamiento estratégico de las decisiones tomadas por la junta de accionistas

Gerencia de Marketing

- Encargado de la publicidad, indagación de mercado y marketing del arándano en destino

Gerencia de Finanzas

- Encargado de la contabilidad, evaluación presupuestal, capacidad de endeudamiento, gestionar relaciones con bancos, evaluaciones del proyecto

Gerencia de Comercio Exterior

- Encargado de establecer comunicación, dar seguimiento al fundo de cosecha

de arándanos, envasado y etiquetado de los arándanos para exportación, establecer comunicación y dar seguimiento al bróker internacional desde la recepción del arándano hasta la puesta en puntos de venta en lugar de destino

2.7. Cuadro de asignación de personal

Según la Ley Nº 27312, Ley de Gestión de la Cuenta General de la República, publicada el 20 de julio del 2000. El cuadro para Asignación de Personal-CAP del Ministerio de Salud, es el documento técnico normativo de gestión institucional que contiene los cargos clasificados que necesita para el funcionamiento de toda estructura orgánica. Según el organigrama propuesto, los puestos que requiere la empresa se detalla a continuación:

Cargo	Remuneración Mensual	Gratificación por Fiestas Patrias	Gratificación por Navidad	CTS	ESSALUD	Vacaciones	Total Anual	VACACIONES
Gerente General	S/ 3,000.00	S/1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,000.00	S/ 270.00	S/ 1,500.00	S/ 44,740.00	S/ 1,500.00
Gerente de Finanzas	S/ 1,500.00	S/ 750.00	S/ 750.00	S/ 500.00	S/ 135.00	S/ 750.00	S/ 22,370.00	S/ 750.00
Gerente de Comercio exterior	S/ 1,500.00	S/ 750.00	S/ 750.00	S/ 500.00	S/ 135.00	S/ 750.00	S/ 22,370.00	S/ 750.00
Gerente de Marketing	S/ 1,500.00	S/ 750.00	S/ 750.00	S/ 500.00	S/ 135.00	S/ 750.00	S/ 22,370.00	S/ 750.00
Subtotales	**S/ 7,500.00**	**S/3,750.00**	**S/ 3,750.00**	**S/ 2,500.00**	**S/ 675.00**	**S/ 3,750.00**	**S/ 111,850.00**	**S/ 3,750.00**

Figura Nº 4: Asignación de Personal

2.8. Forma jurídica de la empresa

Según el libro I de la Ley General De Sociedades Nº 2688; se menciona quienes constituyen una sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas, y se diferencian unas de otras por la responsabilidad que tienen los accionistas, el número de accionistas y otras características particulares que presenta cada una de estas.

La mejor opción es la Sociedad Anónima Cerrada S.A.C), debido a las características de la sociedad en mención, los socios solo responderán hasta por el monto de los aportes a que se hayan obligado con la sociedad, tendremos 3 accionistas (20 como máximo según lo permitido por normativa), los cuales tomarán decisiones por voluntad mayoritaria en las juntas

generales de accionistas, así mismo las acciones no serán registradas en el mercado de valores. Por otro lado, no contaremos con directorio, por lo cual las dichas atribuciones recaen a la Gerencia

2.9. Registro de marca

Teniendo en consideración que el producto será consumido directamente en el mercado destino (Illinois - Estados Unidos) y no en Perú, la marca deberá ser registrada en el lugar de destino, contando con una duración de 10 años para el registro de marca en Estados Unidos.

De la revisión de requisitos de la página web del gobierno Norteamericano correspondiente al registro de marcas UPSTO (United States Patent y Trademark Offie), afirma que:

> **Usted puede registrar su marca por internet usando el sistema electrónico de marcas registradas (en inglés) de la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de Estados Unidos (USPTO, sigla en inglés). Considere que el proceso para registrar una marca (en inglés) es un procedimiento legal que puede ser complejo y puede requerir que usted cumpla varios requisitos dentro de un plazo limitado. Por lo tanto, es recomendable consultar a un abogado antes de iniciar el proceso (en inglés)**
>
> **¿Debo contratar a un abogado con licencia de los EE.UU para que me represente en la "oficina de patentes y registro de marcas de los Estados unidos" (UPSTO por sus siglas en inglés)?**
>
> **Si usted es un solicitante, registratario o parte de una marca registrada domiciliada en el extranjero o es parto de los procedimientos de la junta de prueba y apelación de marcas, entonces debe estar representado ante la UPSTO o un abogado con licencia para ejercer la abogacía en los Estados Unidos.**

Precios y Plazos de Registro de Marca en Estados Unidos - Google Chrome

marcaria.com/register/trademarkprices.asp?country=USA

Precios y Plazos de Registro de Marca en Estados Unidos

Precios en U.S. Dólares
Cambiar Moneda

PASO 1 - ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

		MARCA DENOMINATIVA O LOGO	MARCA MIXTA
A.- Base	1 Clase	$ 90	$ 160
	Cada Clase Adicional	$ 90	$ 160
	Tiempo de Entrega	3 días hábiles	3 días hábiles
B.- Extensivo	1 Clase	$ 350	$ 450
	Cada Clase Adicional	$ 150	$ 225
	Tiempo de Entrega	3 días hábiles	5 días hábiles

PASO 2 - SOLICITUD DE REGISTRO

	MARCA DENOMINATIVA O LOGO	MARCA MIXTA
1 Clase	$ 474	$ 474
Cada Clase Adicional	$ 440	$ 440

Duración del Proceso: 10 meses en promedio

En Estados Unidos, si usted tiene una "marca mixta" (marca con elementos de diseño y texto) y desea proteger en forma adecuada e independiente ambos elementos, diseño y texto, usted debería presentar dos solicitudes de marca separadas: (1) para el "logo" -solo elementos de diseño- o para la "marca mixta" en su conjunto, y (2) para la "marca denominativa" que cubra el texto. Más Información

Al solicitar una marca en Estados Unidos, se deberá seleccionar la "Base de Presentación". Si una solicitud se presenta en base a "Intención de Uso", se deberán presentar pruebas de uso una vez que la marca sea aceptada para el registro. Esto se considera como un servicio separado. Más Información

Nota: Precios incluyen tasas oficiales y honorarios. No incluyen defensas legales.

Figura Nº 5: Registro de Marca

2.10. Requisitos y trámites municipales

Teniendo en consideración que la empresa es del rubro de comercialización de alimentos, para llevar a cabo el funcionamiento de la actividad económica, se requiere de la autorización por parte de SENASA – Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, a continuación, los requisitos para el trámite correspondiente:

- Presentar la solicitud en el formato otorgado por SENASA y dirigido al director general
- Presentar autorización de funcionamiento de la productora del arándano
- Presentar autorización de funcionamiento de la empresa encargada de los procedimientos para la comercialización del arándano
- Pago del derecho administrativo y de inspección
- Presentación de informe sobre la cadena de distribución a SENASA
- Visitas inopinadas de SENASA

Por otro lado, también se debe tener la licencia de funcionamiento por parte de la municipalidad de Lambayeque, para lo cual cabe precisar lo siguiente:

- Copia simple del permiso sectorial SENASA
- Presentar la solicitud según el formulario (libre de reproducción) de carácter de declaración jurada, el presente documento debe indicar el RUC y DNI del solicitante, el poder vigente del representante legal y el pago por el derecho a trámite

Dirección exacta del local: Calle 8 de Octubre Cuadra 4 (417) – Lambayeque – Lambayeque - Peru

2.11. Régimen tributario

El régimen tributario es el conjunto de normas que regulan el cumplimiento de las obligaciones sustanciales, vinculadas directamente al pago de los tributos y de las obligaciones formales relacionadas con trámites, documentos o instrumentos que faciliten el pago de los tributos

Los regímenes están divididos en categorías, según el Decreto Legislativo No. 771 la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, por las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar una empresa deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT

El nuevo régimen tributario, Decreto legislativo N° 1269, entró el 1 de enero del 2017, en el cual se representa un esfuerzo por simplificar la forma de tributar, al reducir sustantivamente su costo tributario y al mismo tiempo, contribuir con la formalización de empresas mediante la declaración de sus ingresos y sus gastos. Permite, además, un tránsito ordenado y progresivo hacia el Régimen General

El régimen tributario al cual nos acogeremos será al de Pequeña empresa, teniendo en consideración que el volumen proyectado de ventas no superará las 1700 UIT, con el cual tendremos los siguientes beneficios tributarios

- Tasa preferencial del pago a cuenta para el IMPUESTO A LA RENTA (IR), pago del 1% de los ingresos netos por ingresos menores a 300 UIT, 1.5% de los ingresos netos por ingresos partir de 300 UIT o posibilidad de suspender los pagos a cuenta del IR
- Se presentará declaraciones de IGV mensuales
- Permite emitir todo tipo de comprobantes de pago
- Presenta declaraciones de RENTA anual o mensual
- Se deberá registrar las ventas y compras
- Libro de inventarios y balances

CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS:

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de **150** Unidades Impositivas Tributarias (UIT) **(*)**

PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de **1,700** Unidades Impositivas Tributarias (UIT) **(*)**

(*) Monto de la UIT para el 2008 es de S/. 3,500 nuevos soles.

Figura 6: Limite de ventas REMYPE

2.12. Registro de planillas electrónicas (PLAME)

Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, el cuál es el segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los empleados inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría. Este también contempla los descuentos, los días laborados y no laborados, las horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador, así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO. El programa está habilitado para descargar desde la página web de SUNAT, en la cual se elabora la declaración jurada y se envía mediante SUNAT Operaciones en Línea con clave SOL. Es importante que este software y el uso de PLAME sea implementado en la nueva empresa *Agroempresarios Virú* para el manejo de los registros.

2.13. Régimen laboral especial

Es un Régimen Laboral creado por la Ley Nº 28015 que promueve la formalización y desarrollo de las microempresas, facilita el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores. Los trabajadores y las MYPES cuentan con un Régimen Laboral Especial, no obstante, pueden pactar mejores condiciones laborales con sus empleadores MYPE, así mismo según la proyección de ventas estimada no superara las 1700 UIT, por lo cual nos acogeremos al régimen laboral especial para pequeña empresa.

PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (**RMV**)
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de **15 días** calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de **20 días de remuneración por año de servicios** (con un tope de **120 días** de remuneración)
Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (**SCTR**)
Derecho a percibir **2 gratificaciones** al año (Fiestas Patrias y Navidad)
Derecho a participar en las utilidades de la empresa
Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (**CTS**) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Figura Nº 7: Régimen Laboral Pequeña Empresa

2.14. Modalidad de contratos laborales

El contrato de trabajo es un acuerdo voluntario entre una persona natural y una persona jurídica o natural, por el cual el primero se obliga a poner en disposición del segundo su propio trabajo (subordinación) a cambio de una remuneración. El contrato da inicio a la relación o vínculo laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el trabajador y el empleador, así como las condiciones dentro de las cuales se desarrollará dicha relación laboral. Se puede visualizar que según la Ley N° 25327 vinculadas con el fomento del empleo; existen varios tipos de contratos de trabajo, dentro de los cuales los más habituales dentro del sector privado son el contrato a plazo fijo o determinado y el contrato a plazo indeterminado o indefinido

Teniendo en consideración el inicio de actividades de la empresa, se ha visto por conveniente establecer contratos temporales por la modalidad de inicio de actividades (Ley de Productividad y Competencia Laboral) por un periodo de 1 año para cada trabajador, así mismo dicho contrato deberá registrarse en el Ministerio de Trabajo y promoción del empleo:

CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD PLAZO FIJO

Conste por el presente documento, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, el contrato de trabajo sujeto a modalidad que al amparo del Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo Nº 728, Decreto Supremo Nº 003-97-TR, Ley de Productividad y Competitividad Laboral y normas complementarias, que celebran de una parte ARANDANOU´S FRESH SAC, con RUC. Nº 2010004675, debidamente representada por el señor …… , con DNI Nº ……., a quien en adelante se le denominará EL EMPLEADOR, y de la otra parte, don(ña) ……., con DNI Nº ……., domiciliado en……,
a quien en adelante se le denominará EL TRABAJADOR, en los términos y condiciones siguientes:

1.- EL EMPLEADOR es una agroindustrial, cuyo objeto social es comercializar frutos seleccionados y que ha sido debidamente autorizada por Ministerio de trabajo, que requiere de los servicios del TRABAJADOR en forma……., para…….

2.- Por el presente contrato, EL TRABAJADOR se obliga a prestar sus servicios al EMPLEADOR para realizar las siguientes actividades:……., debiendo someterse al cumplimiento estricto de la labor, para la cual ha sido contratado,

bajo las directivas de sus jefes o instructores, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración y dirección de la empresa, de conformidad con el artículo 9º del Texto Único Ordenado de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobado por Decreto Supremo Nº 003-97-TR

3.- La duración del presente contrato es de 12 meses, iniciándose edía…de……..201……. y concluirá el día ……de……..201....

4.- En contraprestación a los servicios del TRABAJADOR, el EMPLEADOR se obliga a pagar una remuneración S/ ..... de manera mensual. Igualmente se obliga a facilitar al trabajador los materiales necesarios para que desarrolle sus actividades, y a otorgarle los beneficios que por ley, pacto o costumbre tuvieran los trabajadores del centro de trabajo contratados a plazo indeterminado

5. EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de lunes a viernes, de 8:30 am a 6:30 pm, teniendo un refrigerio de 60 minutos, que será tomado de 13:00 a 14:00

6.- EL TRABAJADOR, se obliga a pasar un periodo de prueba de 6 meses previos a la firma de contrato y quedando a decisión del EMPLEADOR la suscripción del mismo, por otro lado, el TRABAJADOR podrá solicitar el informe pertinente terminado el periodo de prueba, cuando lo requiera.

7.- EL EMPLEADOR, se obliga a inscribir al TRABAJADOR en el Libro de Planillas de Remuneraciones, así como poner a conocimiento de la Autoridad Administrativa de Trabajo el presente contrato, para su conocimiento y registro, en cumplimiento de lo dispuesto por artículo 73º del Texto Único ordenado del Decreto Legislativo Nº 728, Ley de Productividad y Competitividad laboral, aprobado mediante Decreto Supremo Nº 00397-TR

8.- Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento, conforme a la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales, que le pudieran corresponder de acuerdo a Ley

9.- En todo lo no previsto por el presente contrato, se estará a las disposiciones laborales que regulan los contratos de trabajo sujeto a modalidad, contenidos en el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo Nº 728 aprobado por el Decreto Supremo Nº 003-97TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral

10.- Las partes contratantes renuncian expresamente al fuero judicial de sus domicilios y se someten a la jurisdicción de los jueces para resolver cualquier controversia que el cumplimiento del presente contrato pudiera originar

Firmado en…… a los (días) del (mes) de 201……

…….	…….
EMPLEADOR	*TRABAJADOR*

2.15. Contratos comerciales y responsabilidad civil

Los contratos comerciales se refieren a un acuerdo legal vinculante entre ambas partes por medio del cual se determinan qué actividades pueden realizar y que actividades no estarán permitidas, se elaborara contratos comerciales con sus proveedores y clientes de forma escrita para poder dejar en claro todos los términos del acuerdo donde se abarcarán aspectos comerciales, este tipo de contrato se le conoce como contrato de compra y venta internacional; que representa a una de las operaciones básicas del comercio exterior: la transacción, esta operación de intercambio por medio de la cual se entrega un producto o servicio determinada contra su equivalencia en dinero

Debido a la característica de la Sociedad anónima cerrada (Responsabilidad limitada), se acordará con los 3 accionistas, los cuales tendrán responsabilidad civil en partes iguales como garantes frente a los préstamos bancarios en caso de que la empresa no pueda responder por solicitud formal del banco.

CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

El presente capitulo describe el producto, sus beneficios y características que este posee. Asimismo, su clasificación arancelaría en el país de origen y destino. La importancia del desarrollo de este capítulo también comprende la determinación cuantitativa de la oferta, demanda y su correspondiente proyección, así como también aquellas estrategias que deben implementarse para lograr el posicionamiento del producto en el público objetivo definido; así mismo, se desarrolla el mix de marketing y las acciones a realizar acorde al canal de distribución y los futuros clientes.

3.1. Descripción del producto

Arándanos azules orgánicos congelado.

Los arándanos son frutos del bosque que contienen muy pocos azúcares, y son ricos en antioxidantes y flavonoides (previene problemas cardiacos), en el caso del arándano congelado los valores nutricionales se mantienen con el beneficio de poder lograr su periodo de vida, lo cual facilita el almacenamiento.

El valor nutricional del arándano, según la estandarización de la Food and Drug Administración (FDA) de los Estados Unidos, indica que esta fruta es bajo y libre de grasas y sodio, libre de colesterol y rico en fibras, refrescante, tónico, astringente, diurético y con vitamina C.; además de ácido hipúrico, lo que determina que sea una fruta con muchas características deseables desde el punto de vista alimenticio. Los mismos contienen grandes dosis de fibra y bajo azúcar. Esta medida se refiere a la habilidad de del cuerpo para absorber los antioxidantes que se encuentran naturalmente en los arándanos

- Astringentes y antidiarreicas: Los arándanos son ricos en componentes que ayudan a detener el crecimiento de bacterias, y tratan dolencias en el aparato digestivo tales como la diarrea, las malas digestiones, las inflamaciones intestinales o la gastroenteritis. Además, gracias a sus efectos astringentes se favorece la cicatrización
- Tónicas y gastro-protectivas: ayudan a facilitar la digestión y eliminar la pesadez de estómago
- Antisépticas: impiden a las bacterias asentarse en las células epiteliales del tracto urinario, por lo que previenen la infección. También acidifican la orina y evitan la proliferación de patógenos y la formación de cálculos de fosfato cálcico
- Hipoglucemiantes: dado que son recomendables en personas con diabetes de tipo II, ya que previene los trastornos visuales asociados a esta enfermedad
- El consumo regular de arándanos ha demostrado disminuir la presión sanguínea
- Comer este fruto de manera regular puede ayudar a prevenir ataques cardíacos

Tabla Nº 1: Información Nutricional / Nutricional Information IN 100G or 3.53ONZ

Componentes / Components	**Cantidad / Quantity**
Agua / Water	84.21gr / 2.97 oz
Calorías / Calories	60 Kcal / 132.28 Lcal
Grasa / Grease	0.33gr / 0.01 oz
Proteina / Protein	0.74gr / 0.03 oz
Hidratos de Carbono / Carbohyfrates	14.49gr / 0.51 oz
Fibra / Fiber	2.4gr / 0.09 oz
Potasio / Potassium	88mg / 3.10 oz
Sodio / Sodium	1mg / 0.04 oz
Fosforo / Match	12mg / 0.42 oz
Calcio / Calcium	12mg / 0.42 oz
Cobre / Cooper	0.06mg / 0.01 oz
Magnesio / Magnesium	6mg / 0.21 oz
Maganeso / Maganese	0.34mg / 0.01 oz
Hierro / Iron	1mg / 0.04 oz
Zinc / Zinc	0.16mg / 0.01 oz
Selenio / Selenium	0.10mg / 0.01 oz
Vitamina C / Vitamin C	13mg / 0.46 oz
Vitamina B1 (Tiamina) / Vitamin B1 (Thiamiine)	0.04mg / 0.01 oz
Vitamina B2 (Riboflavina) / Vitamin B2(Riboflavin)	0.04mg / 0.01 oz
Niacina / Niacin	0.42mg / 0.02 oz
Folacina / Folacin	6 mg / 0.21 oz
Vitamina B6 / Vitamin B6	0.05mg / 0.01 oz
Vitamina A / Vitamin A	54 IU
Vitamina E / Vitamin B6	0.57mg / 0.02 oz

3.1.1. Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria es un número de código de reconocimiento internacional, el cual se utiliza sobre todo en el establecimiento de las clasificaciones nacionales de aduanas y la recopilación de las estadísticas del comercio mundial. Cabe mencionar que cuando un producto es exportado, se clasifica según la el Arancel de Aduana que utiliza el Perú. Por otro lado, el país de destino puede tener una clasificación diferente por las diferencias en las Subpartida regional y nacional. Por tal motivo, en la siguiente tabla se presentan la clasificación por país y producto considerando que Perú es el país de origen y Estados Unidos el país de destino

08.09	Damascos (albaricoques, chabacanos), cerezas, duraznos (melocotones) (incluidos los griñones y nectarinas), ciruelas y endrinas, frescos.
0809.10.00.00	- Damascos (albaricoques, chabacanos)
0809.21.00.00	- - Guindas (cerezas ácidas) (Prunus cerasus)
0809.29.00.00	- - Las demás
0809.30.00.00	- Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas
0809.40.00.00	- Ciruelas y endrinas
08.10	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
0810.10.00.00	- Fresas (frutillas)
0810.20.00.00	- Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa
0810.30.00.00	- Grosellas negras, blancas o rojas y grosellas espinosas
0810.40.00.00	- Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium
0810.50.00.00	- Kiwis
0810.60.00.00	- Duriones
0810.70.00.00	- Caquis (persimonios)
0810.90	- Los demás:
0810.90.10.00	- - Granadilla, «maracuyá» (parchita) y demás frutas de la pasión (Passiflora spp)
0810.90.20.00	- - Chirimoya, guanábana y demás anonas (Annona spp)
0810.90.30.00	- - Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)
0810.90.40.00	- - Pitahayas (Cereus spp)
0810.90.50.00	- - Uchuvas (aguaymanto, uvillas) (Physalis peruviana)
0810.90.90.00	- - Los demás
08.11	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
0811.10	- Fresas (frutillas):
0811.10.10.00	- - Con adición de azúcar u otro edulcorante
0811.10.90.00	- - Las demás
0811.20	- Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas:
0811.20.00.00	- Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas
0811.90	- Los demás:
0811.90.10.00	- - Con adición de azúcar u otro edulcorante
0811.90.91.00	- - - Mango (Mangifera indica L)
0811.90.92.00	- - - Camu Camu (Myrciaria dubia)
0811.90.93.00	- - - Lúcuma (Lúcuma obovata)
0811.90.94.00	- - - «Maracuyá» (parchita) (Passiflora edulis)
0811.90.95.00	- - - Guanábana (Annona muricata)
0811.90.96.00	- - - Papaya
0811.90.99.00	- - - Los demás

Figura Nº 8: Clasificación Arancelaria del arándano congelado

Partida arancelaria: 0810.40.00.00 - ARANDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM

3.1.2. Propuesta de valor

La diferenciación del producto frente a los arándanos de otros países recae ya que el arándano peruano cada vez viene tiene más aceptación y demanda frente al resto de principales exportadores como lo son Canada y Mexico, argentina y chile, esto debido a que el Perú gracias a la biodiversidad que maneja puede cosechar el arándano todo el año, con lo cual asegura altos porcentajes de participación en el mercado a lo largo del año

Debido a la importancia fundamental del valor nutricional del arándano, no es recomendable agregarle químicos o procedimientos adicionales a los correspondientes de la cosecha y envasado, ya que pierde su valor nutricional y teniendo en consideración los grandes

beneficios a la salud que posee esta baya y que es el principal motivo por el cual el excesivo consumo en estados unidos, se exportara arándanos congelados, ya que congelados aumentan la concentración de nutrientes, según un estudio sobre la especialidad de la materia en ciencias de alimentación de la Universidad Estatal de Dakota del Sur, por lo cual no se empleara ningún proceso de manufactura que no sea propio de la cosecha y envase

Por otro lado, en la exposición de Cort Brazelton en FRUTICIA 2014, se resaltó que el consumidor de arándanos en Estados Unidos estaba dispuesto a pagar más por arándanos frescos de calidad, esto se explica por la mala calidad de arándanos que se exhibe en las góndolas en los supermercados y por su deseo de encontrar frutos de tamaño uniforme y La mayoría de los consumidores (60%) eligen los arándanos frescos sobre otras formas de consumo, prefiriendo comer "fuera de control", como un aperitivo o snack (60 %), sobre el yogur (54 %), en batidos (49 %) o sobre el cereal (48%)

Tabla Nº 2: Análisis Foda

FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
- Al tercerizar la cosecha, embazado y embalado tendremos más recursos disponibles para enfatizar el marketing, publicidad y promociones de nuestro producto - Pese a que el precio es estacional, nosotros mantendremos un mismo precio a lo largo del primer año, con la finalidad de fidelizar consumidores.	- Las empresas peruanas se dirigen principalmente a los estados con los primeros ligares en % de consumo (California, Texas y Nueva York), dejando relativamente libres mercados muy atractivos como Florida e Illinois - Las empresas peruanas cosechan su propio arándano, embazado y embalado, por lo que al tener una cadena de suministra muy amplia constantemente ponen menos esfuerzo en la promoción, publicidad y marketing, esto debido a que el producto es conocido en USA.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
- Empresa nueva en el mercado - Poca experiencia del manejo del manejo y entorno empresarial	- Cambio estacional de la demanda - Competidores nacionales y extranjeros

3.1.3. Ficha Comercial

Tabla Nº 3: Ficha Comercial

Nombre del producto	Arándanos orgánicos congelados
Partida Arancelaria	0810.40.00.00
Descripción del producto	Arándanos congelados, frescas, orgánicos, libres de procedimientos adicionales que no sean propios del cultivo y libre de agentes químicos.
Origen	Perú
Zona de producción	La libertad
Tipo de arándano	Arándano Azul (Vaccinium corimbosum):
Apariencia	Color y textura propios del Arándano azul
Vida útil	2 años a partir de la fecha de envasado
Condiciones de conservaciones	-18° C
Disponibilidad	Todo el año

3.2. Investigación del mercado objetivo

3.2.1. Consumo per cápita de arándanos

La excesiva demanda obedece a que la fruta en mención es nativa de estados unidos y crece de manera natural a lo largo de bosques y regiones montañosas, pese a esto estados unidos es el principal productor de arándanos, no llega a cubrir la demanda nacional, ya que La temporada estadounidense comienza en abril y continúa todo el verano hasta principios del otoño. Por lo cual también lo convierte en el principal importador de arándanos a nivel mundial, con una tasa de crecimiento anual del 6% para la cantidad importada de arándanos desde el 2015 al 2019.

El Consejo de Arándanos de los Estados Unidos, US Highbush Blueberry Council, realizó un estudio que indica que la producción mundial de arándanos creció hasta 40% durante los años 2012 – 2016. También indica que el consumo per cápita de esta fruta en los Estados Unidos creció un 599% entre 1994 y 2014 y hay espacio para que el consumo siga creciendo durante los próximos años.

Por otro lado, el estudio demostró que los consumidores habituales y moderados de arándanos representan la mitad de la población de los Estados Unidos (cada uno representa el 25%). Los consumidores habituales, quienes tienen entre 25 y 45 años, ingieren más de 19 tazas por año y tienen hijos en el hogar. El 73% de estas personas, suelen tomarse el tiempo para conocer y saber la composición nutricional de los alimentos que contienen esta fruta. Mientras que los consumidores moderados ingieren entre 6 a 18 tazas por año y, se esperaba que el consumo fresco y congelado de arándanos de este tipo de consumidores creciera en un 12% para el presente año.

Así mismo la producción de arándanos alrededor del mundo se da por periodos estacionarios según los hemisferios los cuales de detallan a continuación:

El hemisferio sur, en el mes de septiembre se inicia la cosecha en las zonas de clima cálido, como son Uruguay y Argentina, cuya producción se prolonga de septiembre a noviembre, para continuar con Chile, Australia, Nueva Zelanda y África del Sur, que cubren el período de noviembre a abril, fundamentalmente.

Cuando la temporada está llegando a su fin en este hemisferio, se inician en el hemisferio norte las cosechas tempranas en las zonas cálidas de Marruecos en África (febrero-abril), Huelva (España) en Europa (marzo-junio) y en algunos Estados del sur de EEUU, como Florida, Georgia, California etc. (marzo-junio).

Se continúa con la cosecha de verano a otoño en la cornisa Cantábrica (España), centro-norte Portugal, Francia, Italia, Alemania, Polonia etc., durante los meses de junio a octubre. De igual forma, en esta misma época, se produce en numerosas zonas de América del norte y Canadá, como Maine, New Jersey, Michigan, Oregón, Columbia Británica

Sin embargo, gracias a la gran biodiversidad de climas existentes en el territorio nacional En el Perú, se puede producir arándanos durante todo el año, lo cual es un punto fundamente en las relaciones comerciales para la satisfacción de la excesiva demanda del arándano. Situación que se refleja a través del siguiente gráfico

Lista de los importadores para el producto seleccionado
Producto: 081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos

Unidad : Dólar Americano miles

Tabla | Gráfico | Mapa | Empresas | Precios | Licitaciones públicas | Datos IED | Normas voluntarias

Descargar : | Período (número de columnas) : 8 por página | líneas por página : Por defecto (25 por página)

1 2 3 4 5 6 7 8

SA8	Importadores	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
	Mundo	1.379.160	1.564.021	1.803.734	1.994.251	2.569.668	2.774.504	3.453.873	4.010.185
⊞	Estados Unidos de América	573.522	610.330	675.748	796.378	982.893	969.199	1.247.218	1.362.161
⊞	Países Bajos	78.703	100.218	160.448	168.831	244.957	281.804	343.152	523.261
⊞	Reino Unido	180.986	181.941	197.441	220.724	338.568	337.787	373.022	391.027
⊞	Alemania	68.473	90.237	109.143	127.135	168.091	215.245	309.874	366.748

Figura Nº 9: importación de arándanos en el mundo

3.2.2. Segmentación de mercado objetivo

Teniendo en consideración que el mercado para la exportación de arándano en Estados unidos es basten amplio, por lo cual segmentaremos el mercado para enfocarnos solo en un estado para poder ingresar al mercado, consolidarnos, establecernos en la mente del consumidor y posteriormente ampliar el mercado objetivo a más estados.

En los últimos 10 años, el consumo per cápita de arándanos en EE.UU. aumentó en casi un 200%. Los mayores mercados para este fruto son los estados de California, Texas, New York, Florida e Illinois, representando en su conjunto el 36.88% del total del mercado

California, Texas, New York, Florida, and Illinois, respectivamente, son los principales destinos para la exportación de arándanos. Estos 5 estados representan el 36.88 % del total de arándanos frescos consumidos en el país (US Food Market Estimator 2017). California

es el mayor consumidor de arándanos con 7,531 toneladas (12.16%), seguido por Texas con 4,925 toneladas (7.95%); New York con 3,977 toneladas (6.42%); Florida con 3,759 toneladas (6.07%) e Illinois con 2,646 toneladas (4.27%)

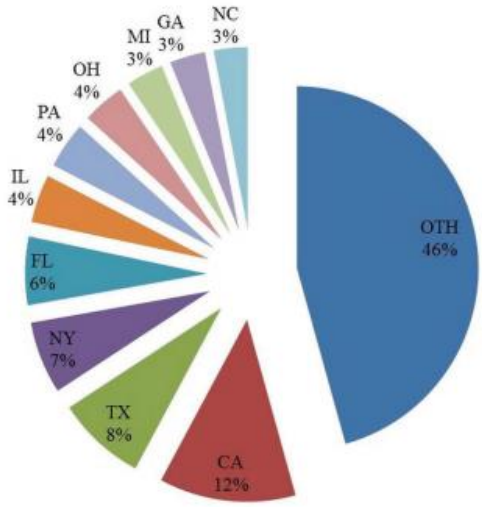


Figura 10: Participación de consumo de arándanos en USA

A continuación, se detalla el top 10 de los estados productores de arándanos en Estados Unidos (2018):

1. Washington: 96.1 Millones de libras anuales / 43.60 Millones de kilogramos anuales
2. Georgia: 92 Millones de libras anuales / 41.73 Millones de kilogramos anuales
3. Michigan: 92 Millones de libras anuales / 41.73 Millones de kilogramos anuales
4. Oregon: 86.1 Millones de libras anuales / 39.1 Millones de kilogramos anuales
5. New Jersey: 56.7 Millones de libras anuales / 25.72 Millones de kilogramos anuales
6. California: 53.5 Millones de libras anuales / 24.28 Millones de kilogramos

anuales

7. Carolina del Norte: 48.5 Millones de libras anuales / 22 Millones de kilogramos anuales
8. Florida: 16 Millones de libras anuales / 7.26 Millones de kilogramos anuales
9. Mississippi: 8.5 Millones de libras anuales / 3.9 Millones de kilogramos anuales
10. New York: 1.6 Millones de libras anuales / 0.73 Millones de kilogramos anuales

Finalmente, para concluir con la segmentación de mercado, tendremos en consideración la relación consumo (en orden inverso para evitar la excesiva competencia) – producción (evitando los grandes productores para evitar restricciones de precios por parte del estado y las compras "directas de cosecha") del arándano según estado, siendo el factor principal el consumo y el factor producción el secundario.

Tabla Nº 4: Segmentación de Mercado

PRINCIPALES CONSUMIDORES	PRINCIPALES PRODUCTORES
CALIFORNIA	WASHINGTON
TEXAS	GEORGIA
NUEVA YORK	MICHIGAN
FLORIDA	OREGON
ILLINOIS	NEW JERSEY
RESTO DEL PAIS	CALIFORNIA
	CAROLINA DEL NORTE
	FLORIDA
	MISSISSIPPI
	NEW YORK

Del análisis del cuadro citado previamente, se puede concluir que california, new york y florida quedan descartados por tener alta demanda de consumo y así mismo ser principales productores de arándanos, lo cual nos deja con la opción de texas e Illinois, descartando Texas ya que es el segundo consumidor de arándanos y esto atrae a una cantidad

importante de competidores, siendo Illinois la mejor opción ya que al ser el último en el ranking de los 5 principales consumidores de arándano (4.27%) y no estar considerado como principal productor, se establece la relación óptima de demanda – producción. Por lo cual concluimos que el mercado objetivo será Illinois

3.2.3. Tendencias de consumo

El gremio de arándanos en Norteamérica USHBC (U.S. High Bush Blueberrie Council) realizó durante 5 años un estudio denominado Consumer Usage & Attitudes junto a la empresa Hebert Research, en el cual proporciona información detallada sobre el perfil del consumidor de arándano y las diferentes formas de consumo. La investigación muestra que se ha duplicado la compra de arándanos, ahora el 69% de hogares americanos compran arándanos en los supermercados.

Las personas que más consumen arándanos son cada vez más jóvenes (23 – 40 años), ellos consumen arándanos por la variedad de atributos que presentan, por ser una fruta saludable (84%), el sabor (81%) la comodidad (61%), bajo en grasas (47%), ideal para postres (47%) y por su versatilidad (44%). Estas son pruebas que los consumidores ven a los arándanos como una fruta beneficiosa para su dieta diaria

Figura Nº 11: Formas de consumo

Dos factores importantes que motivan la compra de arándanos son: el sabor y la salud. El 99% de los consumidores asocian los arándanos como un alimento saludable, lo cual es una buena noticia para los exportadores de arándanos porque los ciudadanos americanos son conscientes de los beneficios nutricionales de la fruta que está estrechamente ligada al impulso de compra.

Figura Nº 12: ¿El arándano es saludable?

La mayoría de los consumidores (60%) eligen los arándanos frescos sobre otras formas de consumo, prefiriendo comer "fuera de control", como un aperitivo o snack (60 %), sobre el yogur (54 %), en batidos (49 %) o sobre el cereal (48 %)

Figura Nº 13: Preferencias de consumo del arándano

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

3.3.1.1. Producción a Nivel Mundial

Según el congreso global de arándanos realizado por la Organización internacional de Blueberries (2017), la evolución de la producción de arándanos muestra una tendencia creciente, aunque muy poco dinámica antes del 2004, sin embargo la dinámica exponencial en cuanto a crecimiento comienza en el 2005 donde a nivel mundial llegaba a superar las 40,000 hectáreas cultivadas de arándanos, sin embargo, en el 2008 era solo la mitad de lo que llegó a ser en el 2016, el crecimiento de la comercialización del arándano creció exorbitantemente que las 65,696 hectáreas plantadas en el 2008 se duplicaron luego de ocho años a 135,338 hectáreas. Por otro lado, se observa que desde 1995 al 2016 hubo una curva ascendente exponencial en cuanto a las hectáreas de producción para arándanos alrededor del mundo, así mismo la proyección exponencial esta pronosticada para que continúe hasta el año 2024

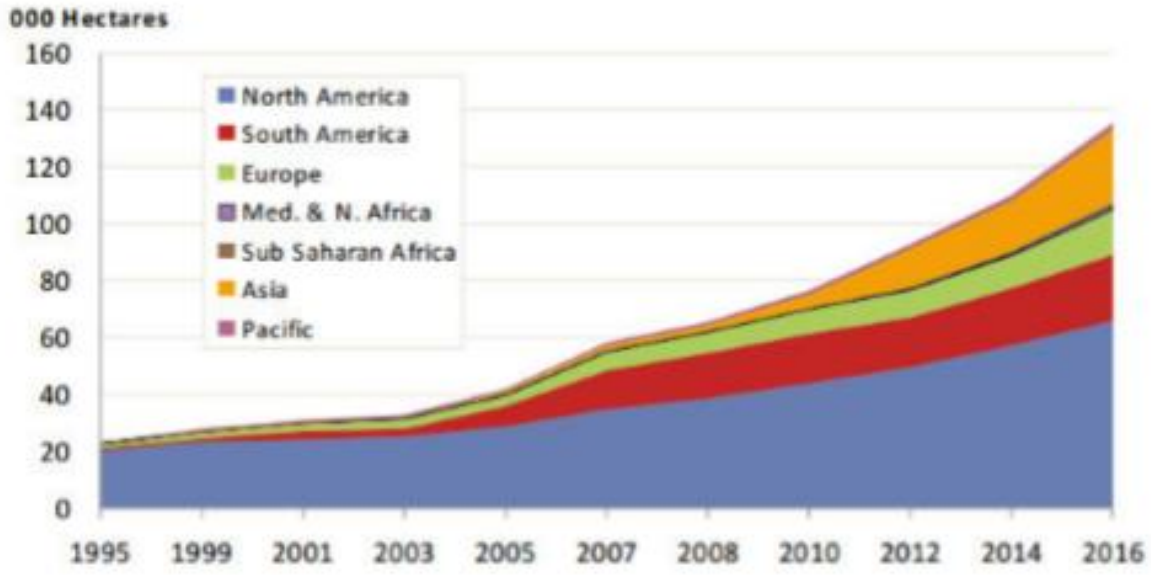


Figura Nº 14: Producción mundial del arándano a lo largo del tiempo

En adición, la producción mundial de arándanos ha crecido cerca de un 50% desde 2015 al 2019, aumentando de 450 mil a 650 mil toneladas. Las proyecciones sugieren que la

producción podría aumentar al mismo ritmo o incluso a un ritmo superior hasta el año 2024. Lo anterior, impulsado en gran parte por aquellos mercados emergentes como: América del Sur, África y Asia, los cuales se encuentran en plena expansión, tanto en términos de superficie plantada como en producto entregado. Por otro lado, la superficie mundial de arándanos por su parte ha aumentado considerablemente con 93 mil 500 hectáreas cultivadas, duplicando la superficie total, respecto al año 2017. Estados Unidos, es el mayor productor del mundo (37 mil 231 ha), aumentando la superficie -desde el 2005 al 2017- de manera constante a tasas de expansión del 7,3 por ciento, cultivando más de 15 mil nuevas hectáreas. China en tanto ha aumentado su superficie en un sorprendente 4 mil 500 por ciento en los últimos 6 años (12 mil 140 hectáreas). América Latina y Europa han aumentado su superficie en un 140% con 18 mil y 14 mil hectáreas, respectivamente, en relación con el año 2017

3.3.1.2. Participación de producción mundial

Figura Nº 15: Participación de producción mundial del arándano

Del grafico expuesto se puede concluir lo siguiente:

- Estados unidos: 53% de la producción mundial

- América del Sur: 19% de la producción mundial
- Asia: 16% de la producción mundial
- África: 0.11 % de la producción mundial
- Europa 10% de la producción mundial
- Asia: 16% de la producción mundial

3.3.1.3. Calendario mundial de producción

Así mismo la producción de arándanos alrededor del mundo se da por periodos estacionarios según los hemisferios los cuales de detallan a continuación:

El hemisferio sur, en el mes de septiembre se inicia la cosecha en las zonas de clima cálido, como son Uruguay y Argentina, cuya producción se prolonga de septiembre a noviembre, para continuar con Chile, Australia, Nueva Zelanda y África del Sur, que cubren el período de noviembre a abril, fundamentalmente

Cuando la temporada está llegando a su fin en este hemisferio, se inician en el hemisferio norte las cosechas tempranas en las zonas cálidas de Marruecos en África (febrero-abril), Huelva (España) en Europa (marzo-junio) y en algunos Estados del sur de EEUU, como Florida, Georgia, California etc. (marzo-junio)

Se continúa con la cosecha de verano a otoño en la cornisa Cantábrica (España), centro-norte Portugal, Francia, Italia, Alemania, Polonia etc., durante los meses de junio a octubre. De igual forma, en esta misma época, se produce en numerosas zonas de América del norte y Canadá, como Maine, New Jersey, Michigan, Oregón, Columbia Británica:

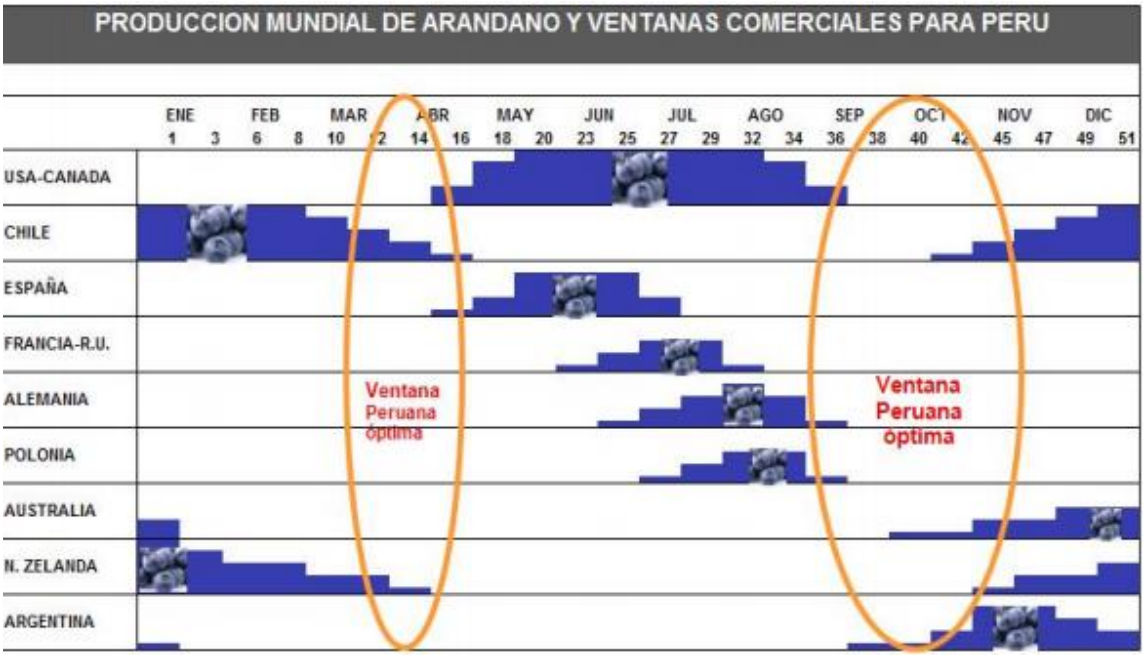


Figura 16. Calendario mundial de producción y ventanas comerciales

En el Perú, dada la diversidad de climas existentes se puede producir arándanos durante todo el año, sin embargo, el grueso de la producción anual se centra entre los meses de setiembre a noviembre de cada año, pero se viene observando importantes volúmenes de producción en los siguientes meses hasta el mes de enero del siguiente año. Esta situación nos muestra una producción estacional que se encuentra orientada especialmente al mercado europeo y norteamericano, lo cual es un punto fundamente en las relaciones comerciales para la satisfacción de la excesiva demanda del arándano

En el Perú, dada la diversidad de climas existentes se puede producir arándanos durante todo el año, sin embargo el grueso de la producción anual se centra entre los meses de setiembre a noviembre de cada año, pero se viene observando importantes volúmenes de producción en los siguientes meses hasta el mes de enero del siguiente año. Esta situación nos muestra una producción estacional que se encuentra orientada especialmente al mercado europeo y norteamericano, lo cual es un punto fundamente en las relaciones comerciales para

la satisfacción de la excesiva demanda del arándano

Figura 17. Calendario de producción Perú

3.3.1.4. Producción en Estados Unidos

Debido a la gran demanda y consumo del arándano en estados unidos, es que el productor tiene mucho apoyo, para lo cual identificaremos 2 grandes niveles.

A nivel de gobierno: asociaciones de productores de berries se encontraron diversas iniciativas según estado, como California Blueberry Commission, Georgia Blueberries, North American Raspberry & Blackberry Association, North America Blue Berry Council, International Raspberry Association y National Berry Crops Initiative, las cuales tienen en común los siguientes objetivos

- Promover una producción sustentable en el largo plazo, incluyendo agua, energía, nutrientes y suelo a través de prácticas como conservación de agua y suelo, uso eficiente de nutrientes y Manejo Integrado de Plagas
- Mejorar la eficiencia y rentabilidad de la producción de berries, incluyendo esfuerzos de eficiencia de mano de obra, cosecha mecánica, mejorar el control de plagas (plaguicidas de menor riesgo, prácticas culturales, mejorar el

entendimiento de la biología de plagas, mejorar la utilización de métodos de control de plagas conocidos, nutrición de plantas, tecnologías de riego, métodos y prácticas culturales y mejoras en cultivos

A nivel de nivel privado: El principal y más grande actor es Fall Creek y el Consejo de arándanos de Highbush de Estados Unidos, empresas enfocadas en la genética del arándano, plantas y apoyo al productor proveídos a los principales productores de arándanos del mundo. Así mismo poseen un equipo global de los mejores criadores, investigadores, propagadores y profesionales de viveros, técnicos de apoyo a los cultivadores, ventas y expertos en servicio al cliente y mucho mas. Finalmente tienen como misión servir y apoyar a la industria del arándano, ayudando a asegurar que los cultivadores maximicen el éxito a través de su entrega de genética y plantas, conocimiento técnico e inteligencia de mercado global.

A continuación, se detalla el top 10 de los estados productores de arándanos en Estados Unidos (2018):

1. Washington: 96.1 Millones de libras anuales / 43.60 Millones de kilogramos anuales
2. Georgia: 92 Millones de libras anuales / 41.73 Millones de kilogramos anuales
3. Michigan: 92 Millones de libras anuales / 41.73 Millones de kilogramos anuales
4. Oregon: 86.1 Millones de libras anuales / 39.1 Millones de kilogramos anuales
5. New Jersey: 56.7 Millones de libras anuales / 25.72 Millones de kilogramos anuales
6. California: 53.5 Millones de libras anuales / 24.28 Millones de kilogramos

anuales

7. Carolina del Norte: 48.5 Millones de libras anuales / 22 Millones de kilogramos anuales
8. Florida: 16 Millones de libras anuales / 7.26 Millones de kilogramos anuales
9. Mississippi: 8.5 Millones de libras anuales / 3.9 Millones de kilogramos anuales
10. New York: 1.6 Millones de libras anuales / 0.73 Millones de kilogramos anuales

3.3.1.5. Producción y Exportación en Perú

Considerado el frutal más rentable del mundo, los arándanos forman parte de la poderosa categoría de las super frutas. En el Perú se iniciaron los primeros estudios experimentales hace menos de una década. En el 2004, bajo un proyecto de cooperación con la unión europea se realiza el estudio de zonificación agraria de cultivos, a fin de contar con una herramienta que permita tomar decisiones de orientación sobre la ubicación geográfica de las zonas potenciales para el desarrollo de los cultivos de arándano.

En dicho estudio se identificaron a Cajamarca y otras zonas similares del país como ámbitos potenciales que reúnen de acuerdo con la zonificación realizada, las condiciones para la producción comercial de arándanos con fines de exportación, por lo que sugerían adoptar la tecnología productiva apropiada para la obtención de cosechas rentables y competitivas. En ese sentido, se prioriza su cultivo en la sierra, muy en especial en el norte del país, teniendo en consideración las características agroclimáticas como vientas, periodos de heladas o frio, suelo, etc.

Así mismo, en el mismo año (2004) también ingresaron los primeros plantones de arándanos de alta calidad genética del vivero Fall Creek de Oregón (USA), al 2006 ya se habían establecido los requisitos fitosanitarios para la importación de arándanos procedentes

de Argentina y los protocolos de importación procedentes de Chile, siendo esta ultima la de mayor trascendencia.

Por otro lado, según la Asociación Regional de Exportadores de Lambayeque, el cultivo de arándanos requiere de suelos ácidos, con una altura de 1000 hasta los 2500 metros sobre el nivel del mar, a estas alturas y en términos de calidad de fruta, la producción se situaría en condiciones similares a las de Chile. Contrariando lo indicado por la asociación mencionada, en el estudio presentado bajo el proyecto de cooperación con la Unión Europea, señala que en el Perú se puede cultivar desde los 3000 metros sobre el nivel del mar, lo cual amplia las zonas con mayor potencial para la cosecha de los arándanos. Lo cual fue certificado mediante un estudio por especialistas del sector privado en la materia, donde se deduce que este cultivo puede desarrollarse óptimamente en la sierra, costa y en la ceja de selva.

Figura 18. Mapa de regiones productoras de arándano en Perú

La primera plantación de la que se tiene registro es en Arequipa, en el 2008 se inició con 10 ha y 100 000 plantas. La mayoría colapsó al poco tiempo de plantada, según lo

manifestado por el Ing. José Francisco Unzueta, gerente de Blueberries Perú.

En cuanto a la producción nacional por regiones, cabe precisar que la mayor parte de ésta se encuentra concentrada en la región La Libertad, que representa aproximadamente un 90% del total producido y exportado por el país, a lo cual le siguen Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, Lima y Lambayeque.

A partir del 2008, se empiezo a plantar un creciente número de hectáreas de arándanos; en ese sentido, al año 2012 ya se tenían sembradas 400 hectáreas de arándanos y ésta aumenta en 385% respecto al 2014, cuando se estima una extensión plantada de 1 940 hectáreas. Para el 2015 el número de áreas sembradas se calcula en 2 500 hectáreas (+ 29% respecto 2014) y para el 2016 todas las estimaciones apuntan a una cifra record de 3200 hectares sembradas (+28% con relación al 2015). Lo cual refleja la enorme expectativa que este cultivo ha generado en el país y que demuestra el crecimiento promedio anual de las áreas sembradas en un 68%.

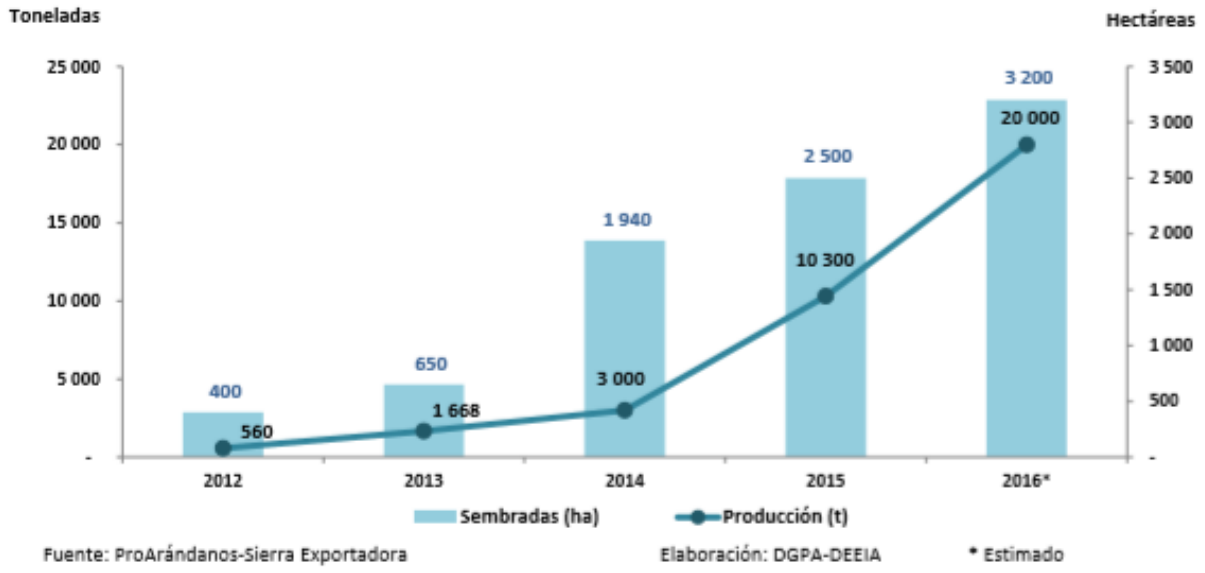


Figura 19. Producción del arándano peruano a lo largo del tiempo.

Cabe resaltar que la producción de arándanos en los últimos cinco años sobrepaso la proyección estimada, teniendo un crecimiento exponencial, lo cual se ve reflejado en el

periodo 2018 la producción nacional de arándano alcanzó las 94,805 toneladas, es decir nueve veces más respecto al año 2015 y 81% más respecto al año 2017, asi mismo se exportaron 73,903 toneladas de arándanos por un valor FOB de 555 millones de dólares, cifra mayor en 54% respecto al 2017 y en el periodo enero-octubre de 2019, las exportaciones de arándano a los mercados internacionales llegaron a los 538 millones de dólares, con la colocación de 73,866 toneladas. Convirtiéndonos en el segundo exportador de arándanos a Estados unidos, por debajo de Chile.

El arándano peruano tiene una gran oportunidad en el exterior en los meses de setiembre y octubre, cuando acaba la producción de EE. UU. y todavía no empieza la de Chile y Argentina (ventana estacional), a pesar de que es un cultivo relativamente nuevo en Perú, pero eso no impidió su crecimiento explosivo en los últimos años al punto que nuestro país podría convertirse en el primer exportador mundial en el 2020, superando a Chile que actualmente es el proveedor más importante, estimó la Asociación de Exportadores (Adex).

El 2018 las exportaciones mundiales reflejaron a Chile fue el principal proveedor con US$ 647, 384, 000, seguido de Perú con US$ 554, 011, 915. Sin embargo, la tasa de crecimiento anual 2014-2018 del país del sur es de 3 %; mientras que la de Perú es de 104 %, por otro lado, de acuerdo con las estimaciones del portal de agrodata, en la campaña en curso los envíos peruanos crecerían 35%, con respecto a la anterior, con lo cual ascenderían a 100,000 o 105,000 toneladas aproximadamente. Dicho volumen equivaldría a US$ 650 o US$750 millones en envíos, por lo que se estima que el próximo año nuestro país se convertirá en el primer proveedor mundial de esa fruta

MES	2,019			2,018		
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	59,102,687	10,304,373	5.74	28,735,655	5,080,968	5.66
FEBRERO	17,644,044	3,023,103	5.84	14,149,194	2,420,125	5.85
MARZO	6,110,777	996,485	6.13	5,816,998	884,619	6.58
ABRIL	850,732	183,002	4.65	538,264	75,003	7.18
MAYO	205,633	62,267	3.30	432,869	46,844	9.24
JUNIO	2,332,079	347,467	6.71	802,889	51,174	11.78
JULIO	12,083,312	2,018,916	5.99	9,030,033	1,252,425	7.21
AGOSTO	74,357,397	10,006,300	7.43	48,129,998	6,137,444	7.84
SEPTIEMBRE	157,240,116	19,594,079	8.02	111,939,693	12,986,003	8.62
OCTUBRE	213,982,392	30,746,707	6.96	170,811,956	21,011,066	8.13
NOVIEMBRE	172,756,838	27,657,464	6.25	93,131,517	13,125,816	7.10
DICIEMBRE	91,107,309	16,553,504	5.50	70,692,849	10,704,920	6.60
TOTALES	**807,773,316**	**121,493,667**	**6.65**	**554,011,915**	**73,776,407**	**7.51**
PROMEDIO MES	**67,314,443**	**10,124,472**		**46,167,660**	**6,148,034**	
%CREC. PROM.	**46%**	**65%**	**-11%**	**56%**	**72%**	**-10%**

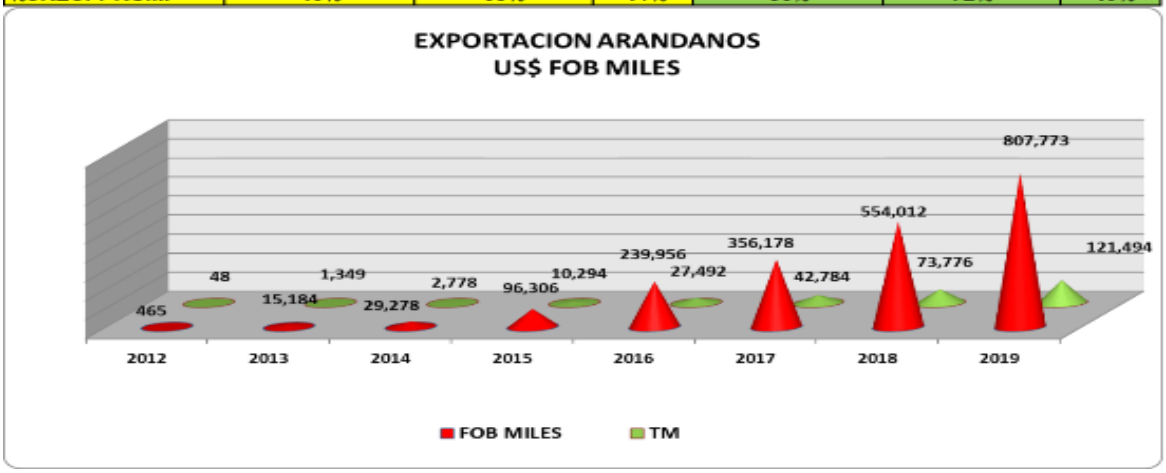


Figura 20. Exportaciones peruanas de arándano 2018-2019.

Empresa	%Var 19-18	%Part. 19
CAMPOSOL S.A.	5%	22%
	48%	12%
HORTIFRUT-TAL S.A.C.	16%	8%
AGRICOLA SANTA AZUL S.A.C	71%	6%
AGROVISION PERU S.A.C.	185%	6%
AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	117%	5%
HFE BERRIES PERU S.A.C.	38%	5%
COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	221%	5%
HASS PERU S.A.	50%	4%
Otras Empresas (61)	--	22%

Figura 21. Principales empresas exportadoras de arándano

3.3.2. Análisis de la demanda

A través del tiempo el comportamiento de las importaciones mundiales de arándanos ha sido consistente, con una tasa de crecimiento promedio anual de 14%, esto nos muestra una mayor rapidez en la evolución de las exportaciones mundiales debido a la mayor presión de la demanda mundial por este fruto. El incremento sistemático de la demanda por berries en general se ha visto favorecida por la conciencia de salud cada vez más presente en las decisiones de consumo. En el 2008 el volumen mundial importado fue de 148 mil toneladas, pero en el 2015 el volumen importado ha registrado las 369 mil toneladas, así mismo se proyectó que la curva ascendente siga al ritmo de un incremento del 17% anual hasta el año 2022.

En cuanto a las importaciones que realiza Estados Unidos durante el año, estás son marcadamente estacionales, es decir la producción de dicho país cubre su demanda interna entre los meses de marzo, abril, mayo y parte de junio, abastecidas con las cosechas del norte de los Estados Unidos y entre los meses de junio, julio y agosto, setiembre, cubiertas parcialmente con las cosechas del sur de los Estados Unidos, porque la otra parte es cubierta con importaciones que vienen del Canadá (julio-setiembre) incluso en mayores volúmenes entre los meses de octubre y noviembre. Por otro lado, importaciones parciales ya ingresan desde noviembre de Chile, alcanzando los volúmenes más importantes entre los meses de enero y febrero, incluso hasta el mes de marzo. México también abastece, aunque en menores volúmenes, en los mismos meses que Chile, aunque se alarga su período de abastecimiento hasta el mes de junio

3.3.2.1. Participación de consumo mundial

Figura 22: Participación de consumo de arándano a nivel mundial.

Del grafico expuesto se puede concluir lo siguiente:

- Estados unidos consume el 77% de la producción mundial
- Europa consume el 19% de la producción mundial
- Asia consume el 4% de la producción mundial

Los Estados Unidos es el segundo país más grande (en extensión) de América, después de Canadá, y el tercero del mundo después de Rusia y Canadá, tiene una extensión de 9.629.091 km2 y se ubica en el centro de Norteamérica, limitando por el norte con Canadá, oeste por el Océano Pacífico, por el este por el Océano Atlántico y por el sur con México. Cabe resaltar, respecto a la evolución de importaciones de arándanos congelados, Estados Unidos es el país que más ha importado de esta baya a nivel mundial durante el periodo 2008 - 2010 según informa FAOSTAT en el 2013. Las importaciones norteamericanas han sobrepasado el doble de toneladas adquiridas, de 54,022 toneladas en el 2003 a 148,517 toneladas en 2012, que con respecto a las importaciones de arándanos congelados tanto silvestres como cultivados en el 2003 alcanzaban las 30,000 toneladas a diferencia de 2012 que tuvo un crecimiento de 76% en esos últimos años, llegando a las 53,000 toneladas anuales.

del reporte actualizado de la importación de arándanos de estados unidos, podemos evidenciar que la demanda creció de una manera exponencial, siendo al 2019 un total de 252,332 mil toneladas, del cual el Perú ocupa el según lugar por debajo de Canadá y habiendo Superado a Chile

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América
Producto: 081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos

Tabla | Gráfico | Mapa | Empresas | Licitaciones públicas | Datos IED | Datos arancelarios | Normas voluntarias

Descargar : | Período (número de columnas) : 5 por página | líneas por página : Por defecto (25 por página)

Bilateral a 8 dígitos	Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
		Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas▼
	Mundo	187.103	211.741	194.074	252.127	252.332
⊞	Canadá	105.676	99.332	80.462	104.303	74.450
⊞	Perú	5.234	14.626	18.926	37.168	68.680
⊞	Chile	54.391	69.945	59.982	68.472	60.501
⊞	México	11.377	15.781	24.167	32.403	41.242
⊞	Argentina	9.497	11.038	9.925	8.975	6.807

Figura 23: Importaciones de arándano de Estados Unidos (TN)

Aunque el Perú ocupa el segundo lugar en proveedores de arándano a los Estados Unidos, ocupa el primer lugar en cuanto al valor FOB, superando a grandes abastecedores como Chile, Canadá, Argentina y México. Esto debido a que cada vez el arándano Peruano tiene mayor demanda y el consumidor está dispuesto a pagar un precio más alto por los arándanos de origen peruano

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América
Producto: 081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos

Unidad : miles Dólar Americano

Tabla | Gráfico | Mapa | Empresas | Licitaciones públicas | Datos IED | Datos arancelarios | Normas voluntarias

Descargar : | Período (número de columnas) : 5 por página | líneas por página : Por defecto (25 por página)

Bilateral a 8 dígitos	Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019▼
	Mundo	796.378	982.893	969.199	1.247.218	1.362.161
⊞	Perú	57.120	144.411	171.903	307.273	518.618
⊞	Chile	322.895	405.034	324.532	394.646	345.590
⊞	México	139.190	150.587	224.106	296.040	299.347
⊞	Canadá	178.772	162.441	160.623	177.720	153.262
⊞	Argentina	88.840	109.544	82.477	65.509	41.016
⊞	Uruguay	8.669	9.828	5.382	5.777	3.795

Figura 24: Importaciones de arándano de Estados Unidos (Fob)

3.3.2.2. Estimación de la demanda

El consejo de Arándano Highbush de Estados Unidos (USHBC), en base a los datos recopilados anualmente de la producción nacional, estimo que la producción para el ejercicio fiscal 2017 seria 340,000.00 Toneladas métricas, así mismo indica que solo el 10% de la producción nacional es exportado.

California, Texas, New York, Florida, and Illinois, respectivamente, son los principales destinos para la exportación de arándanos. Estos 5 estados representan el 36.88 % del total de arándanos frescos consumidos en el país (US Food Market Estimator 2017). California es el mayor consumidor de arándanos con 7,531 toneladas (12.16%), seguido por Texas con 4,925 toneladas (7.95%); New York con 3,977 toneladas (6.42%); Florida con 3,759 toneladas (6.07%); e Illinois con 2,646 toneladas (4.27%)

Teniendo en consideración los datos de importaciones de arándanos de Estados Unidos a lo largo de los últimos 10 años, se divisa que la tendencia del comportamiento es de carácter creciente, sin embargo en el año 2017 vemos un comportamiento atípico, con un considerable disminución de toneladas importadas, por lo cual los datos de dicho año no serán considerados para la estimación de la demanda, así mismo para pronosticar las importaciones de los próximos 5 años se aplicara el promedio porcentual de crecimiento del sector en los últimos 2 años.

Las principales causas del comportamiento atípico son:

- Fenómeno del niño costero, lluvias, deslizamientos de rocas, desborde de ríos, principalmente a la zona norte del país, pero también a países como ecuador, Colombia y argentina
- En chile ocurrió el más grande incendio forestal en la historia del país, quemándose 162,000 hectáreas de cultivos agrícolas y pastizales, así como

también bosques y selva nativa, sumando un total de 254,000 hectáreas

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América
Producto: 081040 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos

Tabla | Gráfico | Mapa | Empresas | Licitaciones públicas | Datos IED | Datos arancelarios | Normas voluntarias

Descargar : Período (número de columnas) : 10 por página líneas por página : Por defecto (25 por página)

1 2

Bilateral a 8 dígitos	Exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
		Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
	Mundo	110.866	124.888	156.692	164.777	164.728	187.103	211.741	194.074	252.127	252.332

Figura 25: Importaciones de arándano de Estados Unidos (2010-2019)

Se evidencia que Perú tiene un porcentaje de participación del 38% del total de arándanos importados por Estados Unidos

Comercio actual y potencial entre Estados Unidos de América y Perú en 2019
Producto: 081090 Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...

Tabla | Gráfico | Mapa | Empresas | Datos I

Descargar : Seleccione sus indicadores

SA8	Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Perú							Perú exporta hacia el mundo							Estados Unic		
			Valor 2019, en miles US$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2015-2019, %, p.a.	Participación en las importaciones de Estados Unidos de América , %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Estados Unidos de América	Cantidad importada en 2019	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)		Valor 2019, en miles US$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2015-2019, %, p.a.	Participación en las exportaciones mundiales, %	Cantidad importada en 2019	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)		Valor 2019, en miles US$	Tasa de crecimient anual en valor entre 2015-2019 %, p.a.
⊞	081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	518.618	68	38	0	68.680		7.551		809.619	67	22	122.449		6.612		1.362.161	1

Figura 26: Importaciones de arándano desde Perú

.

Para estimar las importaciones de arando de Estados Unidos en los ejercicios fiscales 2021, 2022, 2023 , 2024 y 2025 se deberá determinar el crecimiento porcentual de las importaciones de arándano de USA, de los ejercicios fiscales pasados

2016	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
211,714.00	252,127.00	252,332.00	276,517.76	303,021.71	332,066.03	363,894.22	398,773.11	436,995.10
CREDIMIENTO (%)	19%	0.08%	9.58%	9.58%	9.58%	9.58%	9.58%	
CRECIMEIENTO PROMEDIO (%)		9.58%						

Figura 27: Proyección de importaciones

Tabla Nº 5: Proyección de la Demanda

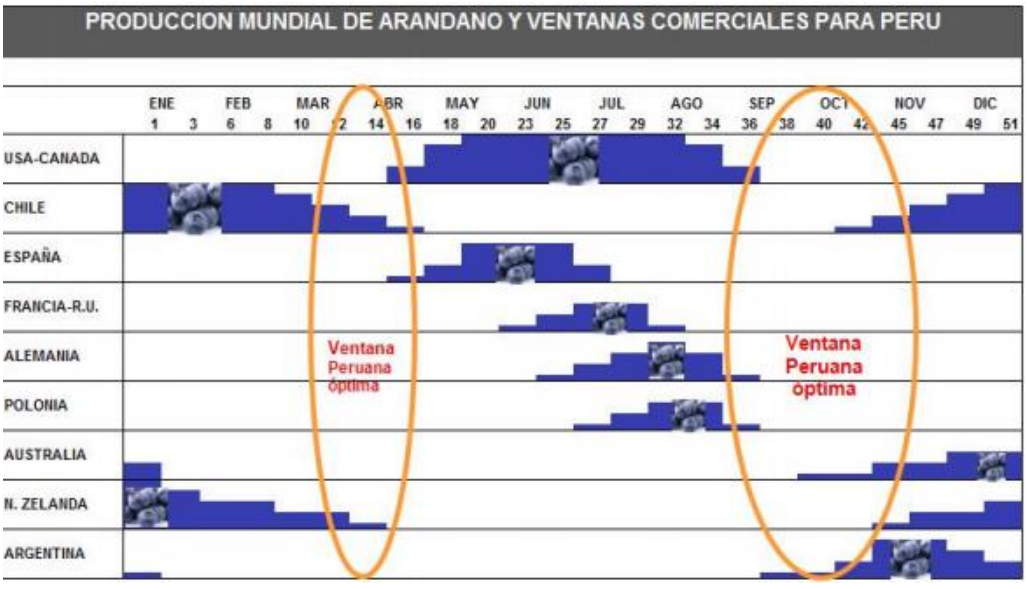
D	=	(IMP + (PN)) * CTI
D	=	((238,734 * 38%)*8%) + (340,000-34,000)) * 4.27%
D	=	315,211.86 * 4.27%
D	=	13,459 toneladas
Donde:		
D	=	Demanda estimada para el 2021
IMP	=	(Demanda estimada anual * porcentaje peruano de participación)* porcentaje estimado de participación de la empresa
PN	=	producción nacional anual -10% destinado a exportación
CTI	=	porcentaje del consumo del estado de Illinois

La demanda destinada para el ejercicio fiscal 2021 para el consumo de arándanos en el estado de Illinois (Mercado objetivo), es de 13, 459 toneladas

2021	2022	2023	2024	2025
13,459	13,497	13,538	13,583	13,633

Figura Nº 28: Proyección de la Demanda

Por otro lado, para efectos de precisar la demanda de forma mensual para el ejercicio fiscal 2021, se deberá tener en consideración que la cosecha de arándanos a nivel mundial es estacionaria, por lo cual este factor es clave para la asignación de pesos porcentuales según la cantidad de países productos de arándano según los diferentes meses del año



En complemento al parrafo precedente, se desagrega la demanda mensual para el ejercicio fiscal 2021, con un total de 13 palets al año, siendo los meses en verde de demanda alta, los meses en amarillo de demanda relativamente baja y los meses en rojo de demanda baja, por otro lado cabe resaltar que no habran exportaciones en los meses de Abril, Junio, Julio, Octubre y Diciembre

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PRORRATEO	3.75%	3.75%	20%	20%	1.25%	1.25%	1.25%	1.25%	20%	20%	3.75%	3.75%	100%
KG	504.71	504.71	2691.80	2691.80	168.24	168.24	168.24	168.24	2691.80	2691.80	504.71	504.71	13459
(1120KG x PALET)	0.45063616	0.45063616	2.40339286	2.40339286	0.15021205	0.15021205	0.15021205	0.15021205	2.40339286	2.40339286	0.45063616	0.45063616	
		1.09872768	0.69533482	0.29194196	0.14172991	0.99151786	0.84130580	0.69109375	0.28770089	0.88430804	0.43367187	-0.01696429	
N° PALLET	2	2	2	0	1	0	0	2	3	0	1	0	13

Figura Nº 29: Proyección de la Demanda mensual 2021

3.3.2.3. Precio del arándano congelado

Durante la campaña 2019/20, tres destinos concentraron más del 85% de las exportaciones peruanas de arándano: EE UU (55% de participación), los Países Bajos (24%) y China (11%).

Durante la campaña de exportación 2019/2020 Estados Unidos fue el principal mercado para el arándano (55% de participación) y recibió 63,214 toneladas, valorizadas en US$ 416.8 millones. Solo en este país, en comparación con la campaña anterior (2017/2018), los envíos se incrementaron en 35%, en volumen, y en 46%, en valor. No obstante, debido a la mayor disponibilidad del producto, el precio alcanzado por la fruta fue el más bajo en toda su historia: US$ 6.59/kg, un 5% inferior al registrado en la campaña 2018/19.

En este país, el Perú se posicionó como su segundo proveedor de fruta, con un 33% de participación en volumen. El principal proveedor es su vecino Canadá, con 44% de participación, y un poco más atrás del Perú se situó su otro vecino, México, con 10%. Respecto a los precios, la fruta peruana fue la más cotizada, alcanzando un precio 31% más alto que el canadiense y 21% mayor al mexicano. Es raro que no salga Chile mencionado.

Lo es porque la temporada de Chile no se ha acabado. Pero se podría hacer una mención de ello y que lo que exportó en 2018/19 fueron 60,995 toneladas. Lo que lo sitúa muy cerca de Perú. Eso, claro, hasta ver los datos definitivos de Chile.

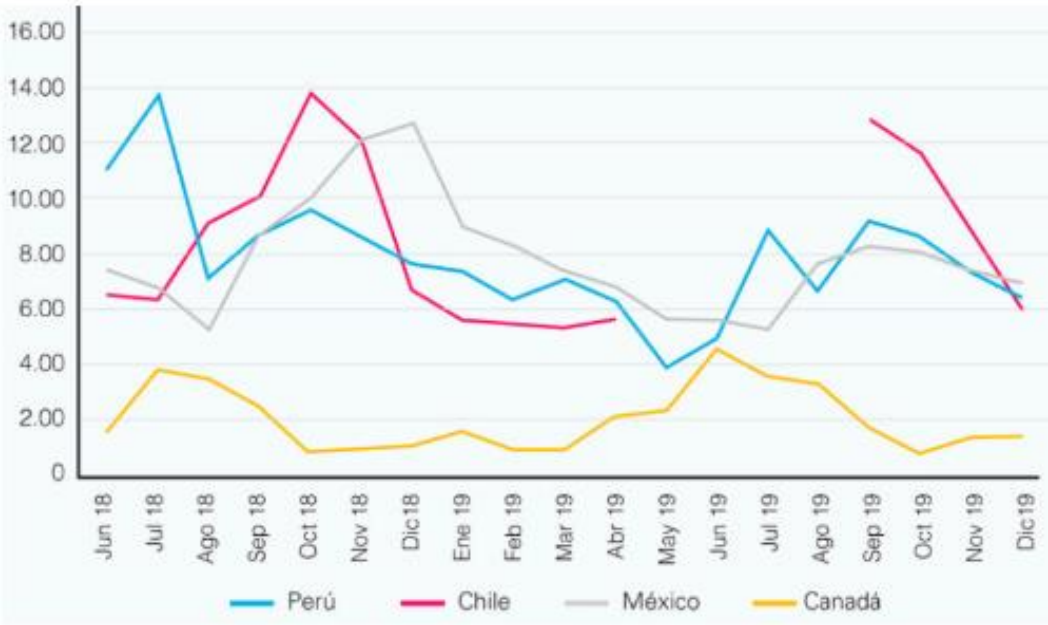


Figura Nº 30: Precio del arándano (2018-2019)

A pesar de los increíbles resultados de las exportaciones peruanas, es claro que el rápido y elevado incremento de la oferta de arándanos nacionales está ocasionando un reajuste de los precios en casi todos los mercados a los que llega.

En líneas generales, los precios del arándano peruano son menores en comparación a la anterior campaña. Los reajustes ocurrieron durante las semanas 20 del 2019 a la 7 del 2020, fechas que coinciden con los mayores volúmenes exportados. La semana 26 fue la más crítica de la campaña reciente, puesto que el precio del arándano sufrió su mayor depreciación con respecto al año anterior: su valor cayó en 31%. La caída precipitada fue producto del incremento de los envíos para adelantar la campaña a mayo y junio.

A medida que los envíos se estabilizaron en los habituales, la brecha de precio con respecto a la campaña previa se empezó a reducir. Esto se hizo más evidente desde la semana 32. Sin embargo, durante el resto de la campaña siguió mostrando una diferencia de US$

1.00/kg. Curiosamente, desde la primera campaña peruana la mayor producción que introdujo al mercado global ha empujado a la baja en alrededor de US$1.00/kg.

De otro lado, ampliar el pico de la campaña a seis semanas permitió estabilizar los precios en ese lapso. Entre la semana 42 y la 48 los precios se mantuvieron entre US$ 6.10 y US$ 6.50/kg. Una tendencia constante que contribuyó a que las exportaciones alcancen un mayor valor.

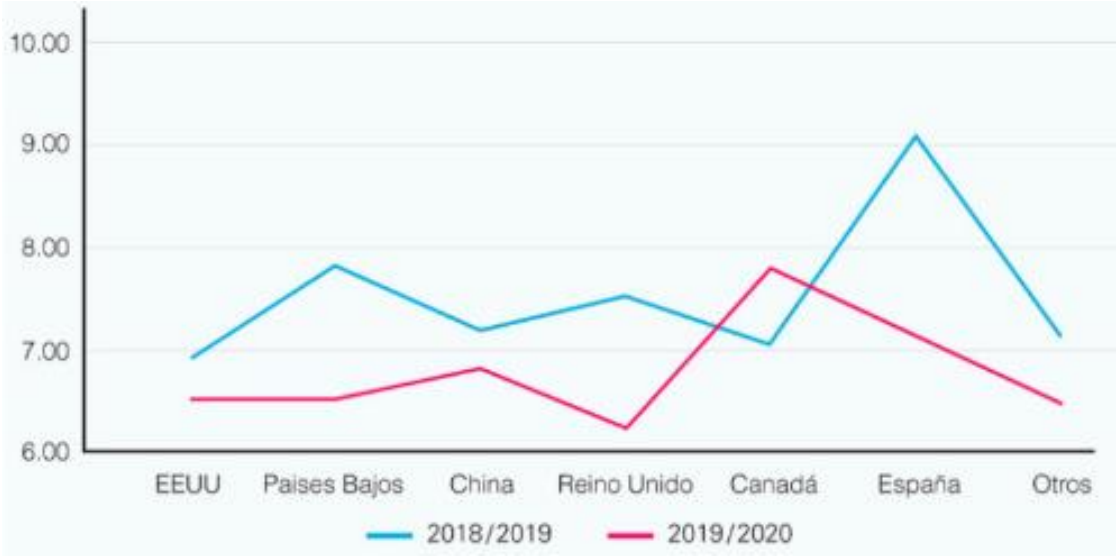


Figura Nº 31: Comparativo de precios del arándano (2018-2019).

Por lo mismo que las expectativas sobre las exportaciones del arándano peruano son altas, es necesario para las empresas evitar el riesgo de la concentración de envíos a un solo mercado, pues volverán a inundarlo y ocasionarán una fuerte disminución de los precios.

Quizá el hecho más relevante de la campaña 2019/20 fue la elevada oferta peruana en EE UU, donde el Perú fue el segundo proveedor, luego de Canadá. En este mercado, el incremento de las exportaciones peruanas afectó los precios, especialmente en el mes de octubre, que coincide con los mayores envíos de la fruta a ese destino. El resultado se dio a pesar de que Canadá y Chile disminuyeron su oferta en 28% y 12%, respectivamente. Claramente, el Perú se ha convertido en un actor relevante del mercado, capaz de tener un fuerte impacto en los precios del mismo.

La mayor oferta peruana no solo afectó los precios de sus productos, sino que golpeó también a los precios del arándano chileno y del mexicano. En el caso de Chile, el precio del arándano sufrió una caída de 7%, mientras que, en el caso de México se redujo en 3%. Canadá fue uno de los pocos proveedores que no fue afectado por la oferta peruana, debido a que sus precios son los más bajos del mercado (US$ 2.06/kg). Es más, el precio del producto canadiense tuvo un crecimiento de 21% respecto al periodo anterior

3.3.2.4. Acuerdo de Promoción Comercial

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EE.UU. se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entro vigencia el 1 de Febrero de 2009.

En este acuerdo se negociaron los siguientes capítulos: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Contratación Pública, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Servicios financieros, Políticas de Competencia, Telecomunicaciones, Comercio Electrónico, Derechos de Propiedad Intelectual, Laboral, Medio Ambiente, Transparencia, Fortalecimiento de Capacidades Comerciales, Solución de Controversia

A partir de 2009, el APC vigente entre el Perú y los EE.UU. ha empezado ya a permitirnos potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio, con expectativas de comercio nunca antes experimentadas, teniendo de forma consolidada un acceso perenne a mercados muy grandes

El principal beneficio para la exportación de arándanos es el 0% para el Ad Valorem (impuesto a la importación), para acogerse a tal beneficio se deberá contar con el certificado de origen, certificado el cual demuestra que el producto a exportar es producido en su totalidad en territorio peruano, a continuación, la precisión para el Certificado de origen.

- Certificado de origen necesario para embarques mayores a $ 1,500.00 dólares

americanos en valor CIF

- El certificado de Origen puede ser emitido por productor y/o exportador
- Certificado de Origen "blanket" valido para múltiples embarques, siempre y cuando el exportador, importador y mercancía sean idénticos
- Deberá guardar por un periodo de 5 años los documentos sustentatorios del certificado de origen: la adquisición, los costos, el valor y el pago por la mercancía exportada; la adquisición, los costos, el valor y el pago de todos los materiales
- Se podrá acoger posteriormente al acuerdo promocional comercial hasta por el periodo máximo de 1 años, solicitando la devolución del ad Valorem pagado.

<table>
<tr><td>United States - Peru Trade Promotion Agreement
CERTIFICATE OF ORIGIN
(Instructions on reverse, according to US-Peru TPA Implementation instructions)</td><td colspan="2">Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos
CERTIFICADO DE ORIGEN
(Instrucciones al reverso, según instrucciones para la implementación del APC Perú- EE.UU)</td></tr>
<tr><td>1. Importer´s legal name, address, telephone and e-mail:
Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del importador</td><td colspan="2">2. Exporter´s legal name, address, telephone and e-mail:
Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del exportador:</td></tr>
<tr><td>3. Producer´s legal name, address, telephone and e-mail:
Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del productor:</td><td colspan="2">4. Blanket Period: / Periodo que cubre:
From: / Desde:

To: / Hasta:</td></tr>
<tr><td colspan="3">5. Description of good: / Descripción de la Mercancía:</td></tr>
<tr><td colspan="3">6. Tariff Classification: / Clasificación Arancelaria:</td></tr>
<tr><td colspan="3">7. Preference Criterion: / Criterio preferencial:</td></tr>
<tr><td colspan="3">8. Invoice Number: / Número de la Factura</td></tr>
<tr><td colspan="3">9. Country of Origin: / País de Origen</td></tr>
<tr><td>I certify that:
- The information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document;
- I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this certification, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that could affect the accuracy or validity of this certification;
- The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the United States-Peru Trade Promotion Agreement. There has been no further production or any other operation outside the territories of the parties, other than unloading, reloading, or any other operations necessary to preserve the good, and goods have remained under customs control;
- This certification consists of _____ pages, including all attachments.</td><td colspan="2">Yo certifico que:
- La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o con relación al presente documento;
- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente certificación, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo;
- Las mercancías son originarias del territorio de una o ambas Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos. No ha habido otro procesamiento ulterior o ninguna otra operación fuera de los territorios de las Partes, con excepción de la descarga, recarga o cualquier otra operación necesaria para mantener la mercancía en buenas condiciones, y las mercancías han permanecido bajo control aduanero;
- Esta certificación se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.</td></tr>
<tr><td>Authorized Signature: / Firma autorizada:</td><td colspan="2">Enterprise: / Empresa:</td></tr>
<tr><td>Name: / Nombre:</td><td colspan="2">Title: / Cargo:</td></tr>
<tr><td>Date: / Fecha:</td><td>Telephone: / Teléfono:</td><td>Fax: / Fax:</td></tr>
<tr><td colspan="3">11. Remarks: / Observaciones:</td></tr>
</table>

Figura Nº 32: Certificado de Origen

3.3.2.5. Requisitos de Acceso al Mercado

La normativa relacionada con la importación de productos agrícolas frescos (arándanos) no se encuentra centralizada, sino que existen diferentes agencias y departamentos del gobierno de Estados Unidos y de Perú que son los responsables de definir y hacer cumplir los diferentes requisitos según el tipo de producto.

ORGANSIMOS NACIONALES:

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGRARIA (SENASA): Regula las normas y recomendaciones de organismos internacionales, para la suscripción de protocolos y convenios con organismos de sanidad agraria de otros países, abriendo mercados para la exportación de productos agropecuarios. Además, es el organismo que inspecciona, verifica y otorga la certificación fitosanitaria y zoosanitaria, diagnostica, identifica y provee controladores biológicos, registra y fiscaliza los plaguicidas, semillas y viveros; de igual manera, los medicamentos veterinarios, alimentos para animales, a los importadores, fabricantes, puntos de venta y profesionales encargados y emite licencias de internamiento de productos agropecuarios.

Todas las plantas de producción y las empacadoras deberán contar con un permiso y certificado Fitosanitario emitido por parte de SENASA, el cual certifica que las plantas y productos vegetales han sido inspeccionados y son considerados libres de plagas, enfermedades, plagas cuarentenarias y otras plagas perjudiciales.

En caso de que el producto llegue a los EE.UU. sin el certificado Fitosanitario de Perú, este embarque tiene dos opciones: re-exportarlo o destrucción

Se deberá tramitar ante SENASA la certificación fitosanitaria para el lote a exportación de arándanos, con dicha certificación se sustenta que el arándano está libre de plagas, insectos, enfermedades. Sin dicha certificación la mercancía no podrá ser embarcada.

ORGANISMOS EN ESTADOS UNIDOS:

ADINISTRACION DE ALIMENTOS Y MEDICAMENTOS (FDA): es la entidad encargada de establecer y verificar el cumplimiento de regulaciones para garantizar la seguridad, de los alimentos, medicamentos y cosméticos que se consumen en los Estados Unidos. Los productos importados regulados por la FDA están sujetos a inspección en la fecha de su entrada a la Aduana estadounidense; aquellos que no se encuentren conforme a la ley y 10 reglamentos estarán sujetos a regularización o reexportación voluntaria (sólo en caso de incumplimiento de regulaciones de clasificación, documentación, empaque o etiquetado) o a destrucción en caso se determine que constituyen una amenaza para la salud de los consumidores.

Todos los productos que entran a los Estados Unidos están obligados a cumplir con la Ley contra el Bioterrorismo la cual se encuentra destinada a proteger la producción, distribución y venta de alimentos de origen norteamericano e importado, en contra de posibles atentados terroristas, siguiendo la siguiente secuencia.

a) Registro de instalaciones alimenticias: Las instalaciones donde se fabriquen, procesen, envasen o almacenen alimentos para consumo humano o animal que serán comercializados dentro de los Estados Unidos deberán registrarse ante la FDA. El registro de la instalación ante la FDA, debe ser efectuada por el propietario, operador o agente a cargo de una instalación que fabrica, procesa, envasa, o almacena alimentos que serán consumidos en los Estados Unidos, o un individuo autorizado.

El registro y las actualizaciones se hacen de forma gratuita a través de la página Web de la FDA, se deberá consignar la siguiente información Nombre de la instalación, dirección, número de teléfonos correo electrónico, nombre, dirección, teléfono y correo electrónico del propietario, operador o agente a cargo de la instalación. Así mismo una instalación extranjera deberá asignar un agente en Estados Unidos. Este agente puede ser cualquier persona que resida en Estados unidos o mantenga una actividad comercial permanente en este país. El

agente en Estados Unidos actúa como un enlace entre la FDA y la instalación para comunicaciones de rutina y en caso de emergencia.

b) Notificación previa de alimentos importados: La Ley contra el Bioterrorismo exige que la FDA reciba notificación previa de los alimentos importados a los EE.UU. a partir de diciembre de 2003. Buena parte de la información requerida por la notificación previa es usualmente proporcionada por los importadores o brokers al servicio de Aduanas de los EE.UU. (Bureau of Customs and Border Protection-CBP). Sin embrago, la ley exige que esta información sea proporcionada también a la FDA por adelantado, antes del arribo de los alimentos a los Estados Unidos. La FDA usará esta información para revisar, evaluar y juzgar la información antes de que el alimento arribe a puerto estadounidense La notificación previa puede ser emitida por cualquier individuo con conocimiento de la información requerida, incluido, pero no limitado a, brokers, importadores y agentes en Estados Unidos

c) Establecimiento y mantenimiento de registros: Las personas que manufacturen procesen, empaqueten, transporten, distribuyan, reciban, almacenen o importen alimentos deberán crear y mantener los registros que determine la FDA como necesarios para identificar la fuente inmediata de origen y el destinatario inmediato de los alimentos

d) Detención administrativa: La FDA está autorizada a detener de manera inmediata alimentos cuando considere que existe una evidencia o información creíble de que los alimentos constituyen una amenaza seria a la salud o la vida de las personas o animales

Las dos primeras normativas son de cumplimiento obligatorio para toda exportación de alimentos y bebidas a los Estados Unidos, tanto frescos como procesados.

Límites Máximos de Residuos: Para el acceso de un alimento a los Estados Unidos, se tiene que tomar en cuenta la Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Raticidas (Federal Insecticide, Fungicide, and Rodenticide Act-FIFRA) que exige a la EPA (Environmental

Protection Agency) que todos los plaguicidas utilizados en los Estados Unidos sean registrados y que se establezcan medidas de tolerancia seguras para los residuos químicos que puedan encontrarse en los alimentos domésticos e importados.

La FDA controla y verifica el cumplimiento de las tolerancias establecidas por la EPA en los embarques de productos exportados a Estados Unidos, el no cumplimiento de los LMR puede llevar a detención de los lotes e impedimento de su comercialización, por lo que es muy importante que los productores agrarios, además de tener conocimiento de los LMR, velen por el uso racional de los plaguicidas en el campo, mediante estrategias de control como el Manejo Integrado de Plagas, implementación de Buenas Prácticas Agrícolas y análisis de residuos en las cosechas.

Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales (APHIS); Organismo encargado de velar por la sanidad agraria regulando el ingreso de vegetales, frutas frescas, animales en pie y derivados de los Estados Unidos

En el caso de que el producto requiera de un tratamiento específico, se deberá cumplir estrictamente el tratamiento requerido por el APHIS. Los tratamientos cuarentenarios son los procedimientos establecidos en el marco de un protocolo fitosanitario para matar, inactivar o eliminar las plagas que pudieran afectar la sanidad agraria del país de destino de la exportación.

Algunos de los tratamientos cuarentenarios requeridos para la exportación de frutas y hortalizas frescas a Estados Unidos son:

- Tratamiento hidrotérmico o inmersión en agua caliente
- Tratamiento en frío
- Tratamiento de fumigación con Bromuro de Metilo

Agricultural Marketing Service (AMS): Se refieren a los requisitos que tienen que cumplir todo producto fresco para ser puesto al punto de venta y llegue al consumidor final. En pocas palabras se refiere a las condiciones generales que deben de tener los envases, el embalaje, el marcado y etiquetado, la forma de ser transportado y almacenado el producto, así como el cumplimiento de las órdenes de comercialización y la ley del bioterrorismo.

Envase: El envase de los productos agrícolas frescos pueden ser cajas, cajones, bandeja de cartón y madera. Estos materiales deben ser nuevos, limpios y el envasado debe realizarse en condiciones higiénicas tales que impidan la contaminación del producto.

Además, los envases deben ser resistentes ante la manipulación brusca durante la carga y descarga, la compresión causada por el peso de otros contenedores colocados encima, los golpes y vibraciones durante el transporte. Se emplea el Codificador Universal de Productos (UPC o código de barras), el cual consiste en un código de dígitos que presentan información específica del productor (empacador o embarcador) y del producto (tipo de producto, tamaño de empaque, variedad, cantidad, etc.) que funcionan para el control rápido de inventario.

Pallets: El pallet es una base inferior, construida en madera lo suficientemente resistente para soportar la carga, posee separaciones entre las tablas que permiten la circulación del aire. Teniendo en cuenta los estándares establecidos por EE.UU., se recomienda el uso de palletes con dimensiones de 120 x 100 cm.

Embalaje de madera: Todos los embalajes de madera deben contar con un sello que certifique que ha recibido tratamiento térmico o de fumigación contra plagas mediante Bromuro de Metilo. Este sello es otorgado por SENASA en base al cumplimiento de las Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias – NIMF (o International Standards for Phytosanitary Measures – ISPM), específicamente de la NIMF 15 “Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional” (o ISPM 15 “Guidelines for Regulating Wood Packaging Material in International Trade”). Más adelante se detalla los requisitos de embalajes de madera.

Marcado y etiquetado: Se debe de cumplir con las Reglas Obligatorias de Etiquetado de País de Origen, mejor conocidas como "COOL" por sus siglas en inglés (Country of Origin Labeling), que entró en vigencia el 30 de setiembre del 2008, que aplican a los productos agrícolas perecibles. Estas reglas establecen que los minoristas (retailers) de EE.UU que facturan a partir de US$ 230,000 al año, deben dar a conocer a sus clientes, de manera clara y visible en el punto de venta, el país de procedencia de dichos productos con el fin de que tengan la oportunidad de elegir entre un producto y otro.

En ese sentido, el importador americano puede solicitar al exportador peruano que proporcione la información sobre el país de origen, ya sea en el mismo producto, en el contenedor de embarque o en algún documento que acompañe el producto hasta el consumidor

3.3.2.6. Efectos del Covid-19 en la demanda.

La pandemia del coronavirus (covid-19) ha creado una gran cantidad de desafíos para la industria del arándano de América del Norte a medida que se prepara la cosecha nacional incluidas graves problemas tanto en la oferta como la demanda.

Principalmente los problemas son de carácter laboral y logístico que ha tenido que enfrentar la cadena de suministro; ya que todos se han visto afectados a lo largo de la cadena de suministro en esencial los productores, sin embargo, se nota una gran empatía y unificación de esfuerzos para mantener la industria.

Cuando la propagación del Covid-19 se convirtió en una preocupación relevante a principios de marzo, antes de que los estados en Estados Unidos empiecen la política de cierre, surgieron las complejidades correspondientes a la mano de obra y cadena logística, así como también la inestabilidad del mercado debido a las compras generalizadas por el pánico.

Si bien la perdida casi total de los canales de servicio de alimentos no ha sido tan perjudicial para los arándanos como para otros productos agrícolas, ha significado un aumento en el destino de la fruta para el comercio minorita, comercial el cual ha visto nuevas restricciones que limitan las ventas.

Estas restricciones a menudo incluyen un número menor de personal, pasillos unidireccionales y un limite sobre cuantas personas pueden ingresar a la tienda a la vez. Para ejemplificar Walmart anuncio que sus tiendas ahora permitirán no más de cinco clientes por cada 1,000 pies cuadrados, aproximadamente estaría perdiendo el 20% de capacidad de la tienda.

A estas restricciones se suman factores importantes como el comportamiento del consumidor, el cual tiene grandes cambios como los que se detalla a continuación:

- Menor tráfico en tiendas
- Se incrementó la velocidad de compra
- Principal determinante de cadena de suministro es el propio consumidor
- Compras realizadas con lista de artículos, están dejando de lado las compras impulsivas para productos frescos de alto valor

Por otro lado, con respecto a la oferta de los arándanos, Las nuevas regulaciones implementadas en muchos estados de los Estados unidos con respecto al manejo de la fuerza laboral, practicamente han inundado a las compañías con reglas, estas políticas de distanciamiento social han dado como resultado menos recolectores en las granjas y menos trabajadores en las empaquetadoras, menos transportistas, mayor tiempo en el proceso de comercialización, en conclusión una ralentización en la cadena logística a nivel internacional

Pese a las dificultades, también se observa un crecimiento importante en la dinámica del mercado, el aumento colosal en las ventas del arándano congelado en marzo. Las ventas aumentaron en un 79% y 116% en los últimos meses respectivamente con respecto al año anterior.

3.4. Estrategia de Ventas y Distribución

3.4.1. Estrategia De Segmentación:

La segmentación de mercado es el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización. AMA (American Marketing Asociation)

El propósito de dicho análisis de mercado es identificar oportunidades comerciales en los mercados extranjeros que sean atractivos y obtener la información suficiente con el fin de determinar la fórmula de comercialización para tales productos en los mercados identificados.

Para tal efecto se determinará el nicho de mercado considerando una o más de las siguientes variables.

- Demografía: sexo, edad, ingresos, religión, educación, nacionalidad
- Geografía: País, región, estado, ciudad, etc
- Conducta: estatus socioeconómico, frecuencia de uso
- Psicográfica: estilo de vida, características de la personalidad

Para determinar cuáles son las variables más adecuadas a utilizar en el proceso, primero analizaremos brevemente las características del arándano orgánico congelado.

"Los arándanos son frutos del bosque que contienen muy pocos azúcares, y son ricos en antioxidantes y flavonoides, en el caso del arándano congelado los valores nutricionales se mantienen con el beneficio de poder lograr su periodo de vida, lo cual facilita el almacenamiento.

El valor nutricional del arándano, según la estandarización de la Food and Drug Administración (FDA) de los Estados Unidos, indica que esta fruta es bajo y libre de grasas y sodio, libre de colesterol y rico en fibras, refrescante, tónico, astringente, diurético y con

vitamina C.; además de ácido hipúrico, lo que determina que sea una fruta con muchas características deseables desde el punto de vista alimenticio. Los mismos contienen grandes dosis de fibra y bajo azúcar. Esta medida se refiere a la habilidad de del cuerpo para absorber los antioxidantes que se encuentran naturalmente en los arándanos".

Teniendo en consideración que el consumo del arándano repercute directamente de forma beneficiosa para la salud, independientemente de la edad, estatus socioeconómico, personalidad y/u otro factor que no sea manejado por el determinador del nicho objetivo, quedan eliminas todas las variables previamente mencionadas excepto la variable geográfica.

La variable geográfica será usada estrictamente por un análisis producción – demanda (numeral 3.2.1. segmentación de mercado), mas no por alguna restricción al consumo del arándano orgánica congelado según la geografía del nicho objetivo.

Por consiguiente, se determina que el nicho objetivo del arándano orgánico congelado, serán las personas de 18 a 70 años del estado de Illinois Estados Unidos

3.4.2. Estrategia De Posicionamiento

El arándano tiene muchos beneficios nutricionales y sobre todo su presentación en congelados que permite su almacenamiento y preserva sus beneficios nutricionales hasta en 24 meses, la estrategia de posicionamiento es ofrecer el arándano congelado de mejor sabor, al mejor precio y en 2 tipos de presentaciones para que el consumidor pueda elegir, según la necesidad del momento.

Se ha identificado que existen tres oportunidades de consumo: consumo individual, grupal y familiar. Sin embargo, con la finalidad de tener un grado de "exclusividad" solo se ofrecerán 2 presentaciones, las cuales se presentan a continuación

- 200 gr. de contenido, para consumo individual en cualquier momento del día, con la facilidad de poder llevarlo a donde el desee, tipo snack

- 500 gr. de contenido, medida exacta como para preparar aperitivos y para consumo en grupos e ideal para pequeñas reuniones.

3.4.3. Estrategia De Distribucion

En el mercado norteamericano las campañas se han desarrollado a través de diversas estrategias, abordando programas dirigidos a consumidores, foodservice, retailers y mayoristas. El gran consumo de arándanos congelados en los operadores mencionados ha aumentado, y se espera que estima que la curva ascendente de la demanda continué esa trayectoria.

Self-distributing retailers: Son los grandes minoristas como que cuentan con sus propios centros de distribución. Los fabricantes entregan directamente a estos centros, Este sistema representa aproximadamente el 34 % de los centros de distribución en los EE.UU

Gourmet Stores: Son establecimientos minoristas que venden productos agroalimentarios de alta calidad a un precio elevado. Este tipo de establecimiento sería una buena opción para la venta al consumidor de los arándanos por ser un producto apreciado por los estadounidenses

Food distributors Son las empresas de servicios que compran productos de un fabricante o de otro distribuidor para vender o distribuir los productos a los minoristas.

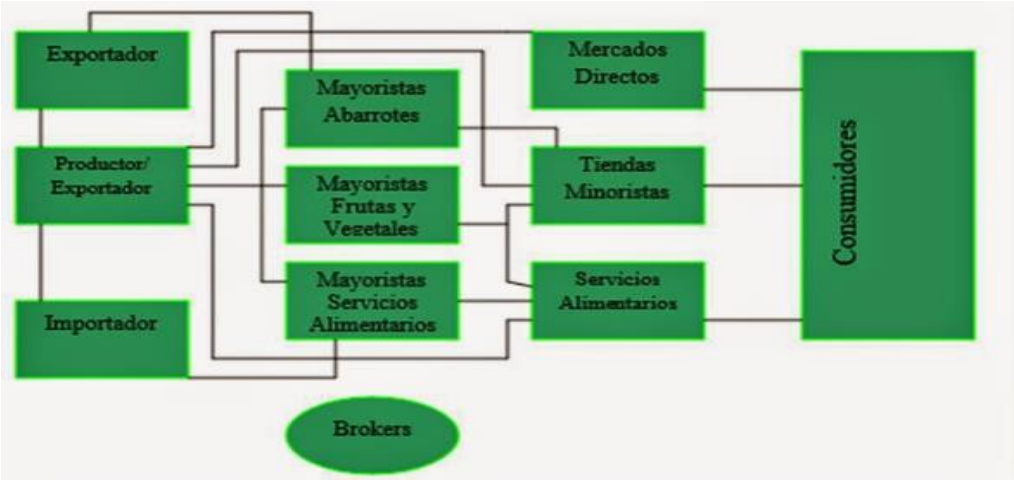


Figura Nº 33: Canales de Distribución

A continuación, se detallan los principales centros de distribución en los cuales se pondrán el producto para la venta.

DISTRIBUIDORES DE ALIMENTOS PROCESADOS Y NATURALES.

- General Mills: Use especializa en la producción y comercialización de alimentos procesados y frescos, variedad de marcas a nivel internacional

- Robinson Fresh: Es una de las empresas de productos frescos mas grandes del mundo, cuenta con líneas de frutas y vegetales convenciones y orgánicos.

- Del Monte: Empresa distribuidora de productos frescos y procesas.

- Alpine Fresh: Empresa distribuidora y empacadora de frutos y hortalizas frescas.

- Team produce: Gran importador de espárragos, palta, berries y otros productos frescos, principalmente procedentes de América Central y Sur.

MINORISTAS

- Walmart: Supercenter nacional de artículos de decuentos, mayor cadena minorista del mundo

- Albertson: Cadena de supermercados convencionales a nivel nacional

- Aldi: Supermercado de surtido limitado con grandes descuentos

- Kroger: Cadena de supermercados convencionales a nivel nacional

GOURMET MARKETS

- Whole Foods: Cadena nacional de supermercados especializados en productos naturales y orgánicos

Trader Joe´s: Cadena nacional de supermercados especializados en productos naturales y organicos.

AGENTES "BROKERS":

Dan servicio por lo regular a pequeños y medianos productores, aunque en ocasiones también proporcionan servicio a grandes productores. Venden a comisión y no toman posesión de los productos que representan, por lo regular no los almacenan ni los manejan físicamente. El "broker" cobra una comisión sobre las ventas realizadas que por lo regular

se encuentra en el rango de entre el 3% y el 5%. La ventaja de contratar a un broker" es que estos cuentan con canales de distribución abiertos al representar también a otras compañías. Esta opción es apropiada sobre todo en aquellos casos en que la empresa únicamente requiere comercializar un producto en particular

PRINCIPALES BROKERS DE ALIMENTOS DE USA:

- Tierra Pacific: Distribuidor de alimentos y productos, distribuye a entidades educativas y medicas.
- US Foods: Distribuye alimentos a cadena de restaurantes.
- Gordon Food Service: Distribuidor de alimentos y productos, distribuye a entidades educativas, médicas, mayoristas y minoristas.
- Performance Food Group: Distribuidor de alimentos y productos, distribuye a entidades educativas y médicas, así como también a cadenas de restaurantes
- Food service of America: Distribuidor de alimentos que cubre las zonas del medio oeste, Alaska, y Hawai, su principal mercado son los hospitales y trade show.
- Reinhart Food of America: Distribuidor de productos alimenticios, que surten la cadena de suministro de restaurantes principalmente.
- Sysco: Distribuidor de alimentos y productos no alimentarios, distribuye a cadenas de restaurantes e independientes, como a entidades educativas y médicas
-
- Mclane Company, Inc.: Empresa de distribución de comestibles y alimentos en tiendas de conveniencia, autoservicios, farmacias y cadenas de restaurantes
- US Foods, Inc: Empresa líder en la distribución en el sector de alimentos en Estados, vende productos importados y nacionales
- C&S Wholesale Grocers, In: Empresa importadora y distribuidora de productos alimenticios como mayorista a los supermercados
- Associated Wholesale Grocers, Inc: Segunda empresa más importante mayorista de comestibles en Estados Unidos, distribuye sus productos en diferentes sectores de la cadena de suministro.

Teniendo en consideración que nuestro mercado objetivo es Illinois y Gordon food service tiene como mercado de distribución Illinos, además cuenta con centros propios de distribución en Georgia y Carolina del Norte (Estados contiguos a Illinos) se ha visto por conveniente trabajar con dicho bróker para la distribución de nuestro producto

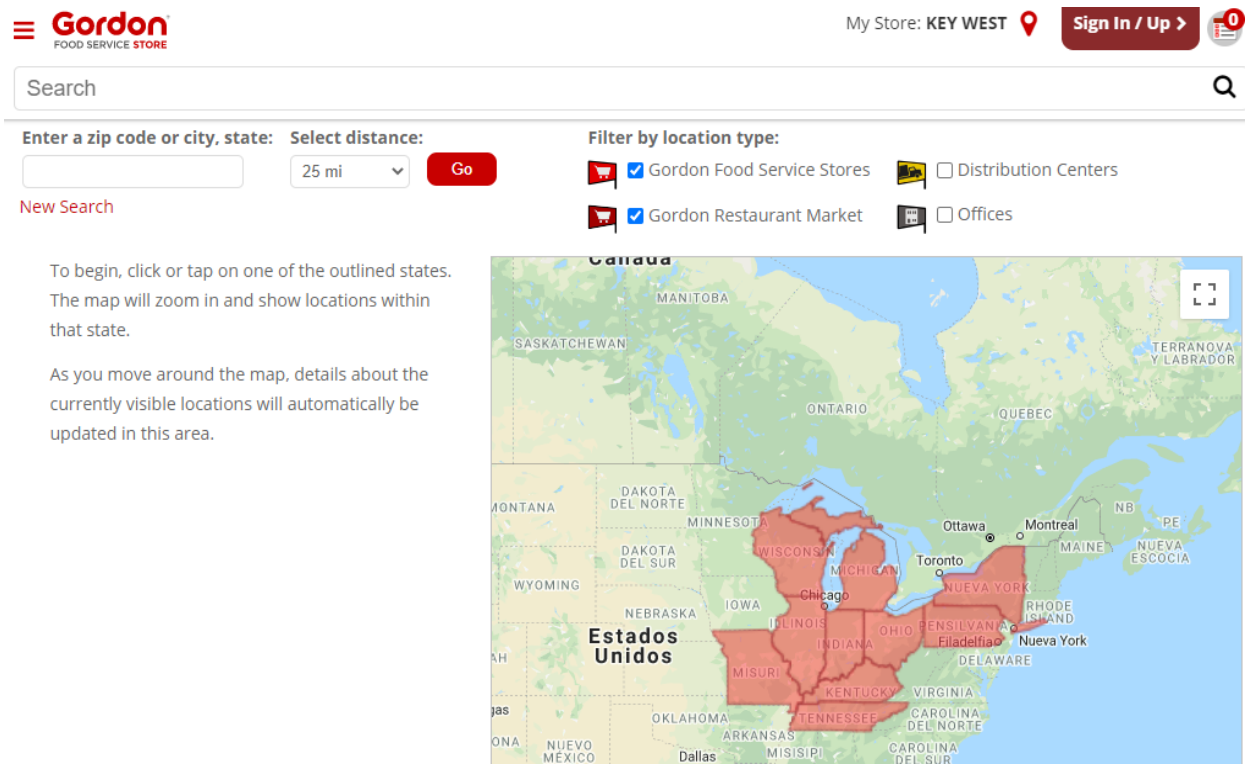


Figura Nº 34: Mercado del Broker Gordon Food

3.4.4. Estrategia De Promoción

Arandanos´ fresh S.A.C, la marca de la empresa se encuentra en español y en inglés, de esta forma introducimos el nombre del arándano a su idioma natal con el distintivo español de origen peruano. Finalmente, la Traducción “la frescura del arándano” con este nombre de buen sonido, corto y en su idioma natal, aseguramos que sea llamativo para el consumidor y para el segmento objetivo.

Debido al conocimiento a nivel mundial de las propiedades del arándano y sobre todo en su presentación congelado que permite su almacenamiento y preserva sus beneficios nutricionales hasta en 24 meses, no es necesario darle gran publicidad al producto, ya que valga la redundancia no es un producto innovador, ya que como se ha mencionado en el presente plan de marketing, USA es el principal consumidor y productor de arandanos.

Para iniciar con dar a conocerse la marca y posicionamiento en el mercado objetivo, será de sumamente fundamental establecer relaciones comerciales con los diferentes operadores de comercio exterior que estarán presentes en el “XIX SEMINARIO

INTERNACIONAL BLUEBERRIES" el cual tendrá sede en Lima el 13 de Agosto del 2020.

Figura Nº 35: Seminario Internacional

Luego de haber establecido relaciones comerciales con los operadores internacionales, se extenderá la red de contactos con las cuales iniciaran las actividades de publicidades por redes sociales (Facebook e Instagram) y también por la página web de "Arandanous´ Fresh", únicamente se iniciará la interacción con el posible consumidor para dar conocimiento de la marca, presentación del producto y posibles promociones de inserción del producto al mercado. Las actividades mencionadas con anterioridad serán llevadas a cabo durante el periodo de Noviembre a Diciembre.

Cuando el producto sea comercializado en el mercado objetivo (Enero) y se empiece la venta del producto por los canales de distribución seleccionados (mayoristas, minoristas, gourmet stores y food distribuitors), así como también de manera directa, mediante redes sociales y pagina web de la empresa (únicamente en los cuales se harán sorteos, descuentos, promociones, premios como tomatodos, tuppers, zip-pak, termos, etc), lo anterior con la finalidad de incentivar el canal de venta directa

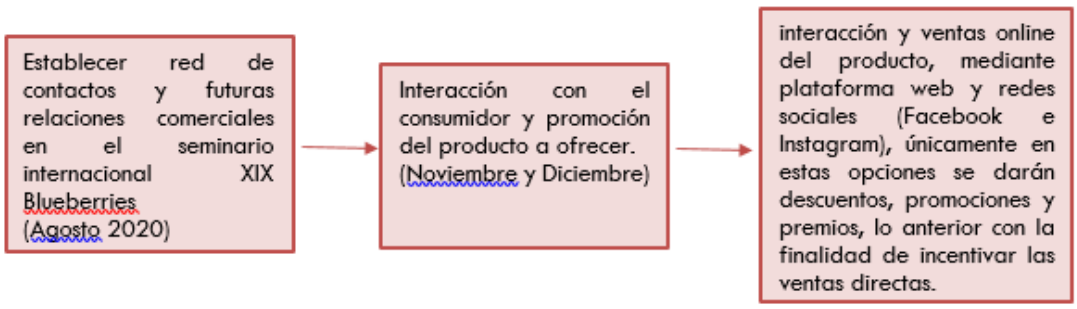


Figura Nº 36: Estrategia de Promocion

3.4.5. Tamaño de planta, factores condicionantes:

No aplica, ya que el arándano será comprado del valle de Viru – en el Campamento San José de la Cooperativa Agraria Buena Vista Agrícola y el procedimiento de congelado, envasad

CAPÍTULO 4: PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL

El objetivo del presente capitulo es establecer algunos aspectos del ámbito internacional los cuales ayudara a la empresa a fijar el precio del producto en base a la competencia internacional y a los costos del producto. También se determinará los riesgos, costos y responsabilidades por cada operador de la cadena de distribución física internacional.

4.1. Envases, empaques y embalajes

4.1.1. Envase

empleo. Asimismo, se caracteriza por individualizar, dosificar, conservar, presentar y describir unilateralmente a los productos, pudiendo estar confeccionando con uno o más materiales distintos simultáneamente

Las bolsas doypack tienen la particularidad de pararse sobre sí misma. Esto nos da la ventaja de poder exhibir mejor el producto, almacenarlo sin necesidad de un contenedor extra y facilidad de uso para el consumidor final. Esto debido a que, posee zipper re-sellable (cierre), el cual permite abrir y cerrar cuantas veces el cliente desee. Esto suele ser muy

popular ya que se acomoda a las necesidades del consumidor final. Siendo el empaque no solo seguro al proteger el producto a la hora de ser abierto, sino también al no tener que buscar un nuevo contenedor, así mismo este envase es especial para empacar alimentos frescos, congelados y procesados tales como salsas, productos deshidratados, alimentos procesados, encurtidos, café, pulpas de frutas, jugos, snacks, embutidos, quesos, entre otros.

El polietileno, en todas sus formas, debido a sus propiedades, resultan plenamente adecuados para utilizaciones en envase y embalaje. Ante todo, ofrecen una buena protección contra la humedad y el agua (dependiendo de la densidad utilizada). El Polietileno es fácil de sellar en caliente y conserva su flexibilidad a temperaturas muy bajas. Puede emplearse en congelación profunda, a temperaturas inferiores a -50 grados centígrados. Específicamente, el polietileno de baja densidad (PEBD) es el tipo de Polietileno más utilizado en el envasado, sobre todo para la producción de bolsas. El PEBD está formada por diversos materiales que contienen agentes antiresbalantes, según las exigencias que requiera el embalaje de acuerdo a la estabilidad en la estiba.

De lo expuesto en los párrafos precedentes se puede concluir que el envase para el arándano congelado será en bolsa de polietileno de baja densidad doypack con zipper. A continuación, se detalla las medidas para cada presentación del producto:

- Presentación de 500GR: 0.15 mts largo x 0.10 mts ancho x 0.05 mts alto
- Presentación de 200GR: 0.15 mts largo x 0.10 mts ancho x 0.02 mts alto

Figura Nº 37: Envase

4.1.2. Empaque

Para que el producto se encuentre protegido durante el proceso de carga, descarga, transporte y almacenamiento, el empaque a utilizar serán las cajas de cartón corrugado de cara doble, cajas las se utilizan para embalajes de gran resistencia en particular para exportación por su resistencia a la humedad.

La principal fuente para la fabricación de la pasta de papel utilizada en el cartón es la madera que constituye, con gran ventaja, la principal materia prima utilizada. También se emplean papeles usados, desechos de desperdicios textiles, diversos vegetales y, en especial, paja de cereales, bambú y caña de azúcar. Una de las causas de mal desempeño de las cajas de cartón corrugado proviene de un pegamento deficiente de los papales. El silicato de sodio, utilizado como principal adhesivo en la industria del cartón corrugado, ha sido casi totalmente sustituido en la actualidad por diversos tipos de almidón, en especial del maíz. Se agregan al pegamento algunos productos químicos destinados a aumentar su resistencia a la humedad en condiciones tropicales. Así mismo principalmente se usan para los siguientes productos: Frutas, aceite comestible, calzado, jabones galletas/barquillo, fideos, cerámicos, licores, fósforo, lácteos, confecciones, cerveza, conserva de pescado, medicinas, helados, snacks. A continuación, se detallan las principales ventajas:

- De fácil manipuleo
- Resistente a golpes, choques y vibraciones
- De fácil pegamento para rótulos
- Material de fácil impresión para rótulos
- Ideal para productos congelados

Figura Nº 38: Cqjq de Carton corrugado

Medidas de la caja de cartón corrugado de cara doble:

- Largo: 0.30 mts
- Ancho: 0.25 mts
- Alto: 0.20 mts

4.1.3. Embalaje

Es cualquier medio material para proteger una mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento. Está conformado por materiales manufacturados a través de métodos aplicados, generalmente con medios mecánicos, que tienden a lograr la protección en la distribución de mercancías a largas distancias protegiéndolas de los riesgos de la carga, transporte, descarga de los cambios climáticos, bacteriológicos, biológicos en general e incluso contra el hurto, asimismo evita mermas, derrames y en definitiva averías con lo cual beneficia no sólo al vendedor y al comprador, sino también al asegurador y transportista.

Plástico para Paletizar - (Stretch Film): está formada por Polietileno de baja densidad, así como también por diversos materiales que contienen agentes anti-resbalantes, según las exigencias que requiere el embalaje asegurando la estabilidad en la estiba. En

síntesis, esta película extensible de 20 micras, de poco volumen y de muy bajo costo, es el material óptimo para embalaje resistente y flexible, sirviendo de revestimiento de papeles y cartones solidos ofreciendo buena protección contra la humedad, es por esto que, debido a sus propiedades, resultan plenamente adecuados para utilizaciones de embalaje para exportación.

Ventajas:

- Resistencia a la tensión
- Resistencia al rasgado
- Resistencia al impacto
- Resistencia a la humedad

Figura Nº 39: Stretch Film

zunchos de plástico: Tiras de plástico resistentes regulables con grapas, principalmente utilizado para embalajes en general, tales como pallets, cajas, cajas de plástico para transporte de mercancías.

Características:

- Aporta estabilidad en el transporte de mercancías
- Absorbe una gran fuerza de choque
- Da fácil uso

- Resistente a la humedad y a las altas temperaturas

Figura Nº 40: Zunchos de plástico

Pallet: Los pallets de plástico son de plástico reciclado, son muy duraderos y estadísticamente pueden aguantar más de 100 viajes, resistentes a altas y bajas temperaturas. Así mismo teniendo debido a la característica del material están exentos de inspecciones biológicas ya que son fácilmente desinfectables y no necesitan de algún procedimiento en específico como es el caso de los pallets de madera, lo anterior es normativa para el mercado destino (Estados Unidos) según lo establecido por la APHIS (Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales); Organismo encargado de velar por la sanidad agraria regulando el ingreso de vegetales, frutas frescas, animales y derivados a los Estados Unidos. Así mismo dicho organismo señala que Teniendo en consideración los estándares establecidos., se deberá usar los palletes con dimensiones de 120 x 100 cm (Pallet americano), así mismo el pallet de plástico es el tipo de paleta requerido en sistemas modernos de automatización en la cadena logística.

Tratamientos solicitados únicamente al pallet de madera.

- Tratamiento térmico: en el cual el centro de la madera alcance una temperatura mínima de 56ºC durante un período de al menos 30 minutos

- Tratamiento de fumigación con Bromuro de Metilo: durante un período mínimo de 16 horas y a la dosis que se especifica en las normas

Figura Nº 41: Pallet de Plastico Americano

- Altura: 0.10 mts
- Largo: 1.20 mts
- Ancho: 1.00 mts
- Resistencia: 1500KG

En conclusión, el embalaje a usar serán cajas de cartón corrugado de cara doble con revestimiento de strech film de 20 micras con zunchos de plástico y grapas en pallets americanos de plástico

Figura Nº 42: Embalaje referencial

4.2. Diseño del Rotulado y Marcado

El marcado y rotulado de los empaques ayuda a identificar los productos facilitando su manejo y ubicación en el momento de ser monitoreados. Se realiza mediante impresión directa rótulos adhesivos stickers o caligrafía manual en un costado visible del empaque

4.2.1. Diseño del rotulado

El rotulado de los productos exportados a los Estados Unidos está bajo la supervisión de 2 organismos que son netamente complementarios y no excluyentes.

Se debe de cumplir con las Reglas Obligatorias de Etiquetado de País de Origen, mejor conocidas como "COOL" por sus siglas en inglés (Country of Origin Labeling), que aplican a los productos agrícolas perecibles. Estas reglas establecen que los minoristas (retailers) de EE.UU que facturan a partir de US$ 230,000 al año, deben dar a conocer a sus clientes, de manera clara y visible en el punto de venta, el país de procedencia de dichos productos con el fin de que tengan la oportunidad de elegir entre un producto y otro, normativa aprobada por el Food Safety and Inspection Service (FSIS).

En ese sentido, el importador americano puede solicitar al exportador peruano que proporcione la información sobre el país de origen, ya sea en el mismo producto, en el contenedor de embarque o en algún documento que acompañe el producto hasta el consumidor.

La FDA (Food and Drug Administration) aplica la normativa de rotulado establecida por la Federal Food, Drug and Cosmetic Act (Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos), que establece requisitos para los alimentos preparados y envasados para la venta al público. La ley exige que cada alimento elaborado contenga un doble etiquetado en idioma español (opción) e ingles: etiquetado general (general food labeling) y etiquetado nutricional (nutrition facts) y adicionalmente un código de barras con los datos del producto; sin embargo, existen disposiciones especiales relacionadas con la

declaratoria de alergenos en la etiqueta y los ácidos grasos trans (en inglés, trans fatty acids, TFA).

Expuesto lo anterior en el rotulado del envase deberá figurar la siguiente información:

- **Nombre del alimento**: El nombre prescrito por la legislación nacional, tal como se declara en la etiqueta es "arándanos" además, deberán figurar el término "congelados". En el caso de la empresa será “Frozen Blueberries”
- **Pais de Origen**: Peru
- **Contenido neto:** Deberá declararse el contenido neto en unidades del sistema métrico. “NET WT 7.05 OZ, (200g)” y “NET WT 17.64 OZ, (500g)”
- **Nombre y dirección:** Deberá indicarse el nombre y la dirección del comercializador del alimento. “Arandanous´ Fresh ubicado en Calle 8 de Octubre Cuadra 4 (417) – Lambayeque – Lambayeque - Peru” / “Arandanous´ Fresh located in 8th October Street – block 4 (417) –Lambayeque – Lambayeque - Peru”
- **Codificador Universal de Productos (UPC o código de barras):** El código de barras debe tener información tales como: empacador o embarcador, tipo de producto, tamaño de empaque, variedad, lote, cantidad y otra información solicitada por el importador, distribuidor o vendedor.
- **Valor nutricional:** Los valores de la etiqueta nutricional deben corresponder a la cantidad contenida en el empaque

NUTRICIONAL INFORMATION IN 100G or 3.53ONZ

Componentes / Components	Cantidad / Quantity
Agua / Water	84.21gr / 2.97 oz
Calorías / Calories	60 Kcal / 132.28 Lcal
Grasa / Grease	0.33gr / 0.01 oz
Proteina / Protein	0.74gr / 0.03 oz
Hidratos de Carbono / Carbohyfrates	14.49gr / 0.51 oz
Fibra / Fiber	2.4gr / 0.09 oz
Potasio / Potassium	88mg / 3.10 oz
Sodio / Sodium	1mg / 0.04 oz
Fosforo / Match	12mg / 0.42 oz
Calcio / Calcium	12mg / 0.42 oz
Cobre / Cooper	0.06mg / 0.01 oz
Magnesio / Magnesium	6mg / 0.21 oz
Maganeso / Maganese	0.34mg / 0.01 oz
Hierro / Iron	1mg / 0.04 oz
Zinc / Zinc	0.16mg / 0.01 oz
Selenio / Selenium	0.10mg / 0.01 oz
Vitamina C / Vitamin C	13mg / 0.46 oz
Vitamina B1 (Tiamina) / Vitamin B1 (Thiamiine)	0.04mg / 0.01 oz
Vitamina B2 (Riboflavina) / Vitamin B2(Riboflavin)	0.04mg / 0.01 oz
Niacina / Niacin	0.42mg / 0.02 oz
Folacina / Folacin	6 mg / 0.21 oz
Vitamina B6 / Vitamin B6	0.05mg / 0.01 oz
Vitamina A / Vitamin A	54 IU
Vitamina E / Vitamin B6	0.57mg / 0.02 oz

4.2.2. Diseño del marcado

Los embalajes de expedición llevan frecuentemente prescripciones de manipulación, transporte y almacenamiento indicado en el idioma de origen. Aunque ellas pueden, hasta cierto punto, salvaguardar la expedición, son sin embargo, de poco valor para las mercancías expedidas hacia o por países en los que se habla otro idioma, y sin ningún valor cuando el personal encargado de la manipulación es analfabeta.

Motivo por el cual, fueron desarrollados por la ISO (ISO 780:1983) como un conjunto de símbolos usados para el marcado de ítems por transportar (excepto las mercancías peligrosas). De esta manera se resuelven los problemas planteados por la diferencia de lenguas y el analfabetismo

Agricultural Marketing Service (AMS): Se refieren a los requisitos que tienen que cumplir todo producto fresco para ser puesto al punto de venta y llegue al consumidor final tales como los envases, el embalaje, el marcado y etiquetado, la forma de ser transportado y almacenado el producto, así como el cumplimiento de las órdenes de comercialización y la

ley del bioterrorismo.

La señalización o símbolos pictóricos ofrecen en estos casos la única posibilidad de transmitir las intenciones del exportador

- Color de los símbolos figurarán en una etiqueta o podrán ser pintados directamente sobre el embalaje y de negro. Si el color del embalaje es tal que el color negro no resalte claramente, debe proveerse un fondo de un color que ofrezca un contraste apropiado, preferentemente blanco
- Las medidas de los símbolos pueden ser 100 mm, 150 mm, 200 mm. Para embalajes de varios metros cúbicos podrán utilizarse símbolos de mayor tamaño

Para la exportación de arándanos congelados, se usarán los siguientes pictogramas en el empaque:

- **Frágil:** manéjese con cuidado. Los embalajes estándar para productos frágiles, deben llevar este símbolo impreso en las caras del embalaje, lo anterior con la finalidad de evitar el maltrato del arándano, teniendo en consideración que si bien es cierto la presentación congelada del arándano tiene una mayor resistencia al manipuleo, el arándano es una de las frutas más sensibles a los golpes y manipuleo

Figura Nº 43: Pictograma Fragil

- **Mantener temperatura:** Las indicaciones apropiadas para el producto durante el transporte y el almacenaje deben darse evitando el uso de términos generales, tales como “Manténgase frío” debe evitarse, dada su imprecisión.

Por lo cual se usará el siguiente pictograma haciendo referencia a la temperatura óptima para asegurar la vida útil del arándano congelado “-18ºC a -20ºC”

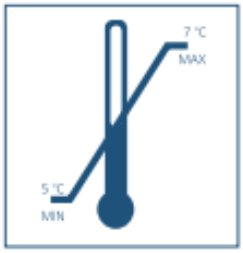


Figura Nº 44: Pictograma Mantener Temperatura

- **Proteger de la humedad:** Si bien es cierto la caja de cartón corrugado es resistente a la humedad, es preferible no exponer dicho embalaje a tiempos prolongados o temperaturas demasiado húmedas ya que pueden dañar el embalaje

Figura Nº 45: Proteger de la Humedad

- **Codificador Universal de Productos (UPC o código de barras:** Solicitado por la Agricultural Marketing Service (AMS), Organismo Norteamericano que regula las condiciones generales que deben de tener los envases, el embalaje, el marcado y etiquetado, la forma de ser transportado y almacenado el producto, así como el cumplimiento de las órdenes de comercialización y la ley del bioterrorismo. El código de barras debe tener información tales como: empacador o embarcador, tipo de producto, tamaño de empaque, variedad, cantidad, etc

Figura Nº 46: Codificador Universal de Productos

4.3. Unitarizacion y Cubicaje de la Carga

La paletización, o sistema de manipulación de mercancías agrupadas sobre paletas (pallets) que constituyen unidades de carga, ha influido notablemente en las características de los embalajes. Antes de generalizarse el empleo de paletas y plataformas de carga para el transporte y manipulación de mercancías, las características del embalaje venían sólo impuestas por las condiciones del producto a transportar o la práctica más o menos generalizada de agrupar las mercancías.

Ventajas:

- Aumento de productos almacenados para un área determinada por mejor utilización del espacio del piso y el espacio vertical o aéreo
- Ahorro en costo de manipuleo en alrededor de 40 a 45%
- Eliminación de pérdidas por roturas y daños
- Los accidentes personales se reducen al sustituir el manipuleo y carga manual por manipuleo mecánico
- Facilita el control de inventario en almacenamiento
- Reduce costo en etiquetado al necesitarse una a dos etiquetas por carga paletizada en lugar de una etiqueta por cada unidad individual
- Reducción de los tiempos totales de carga, descarga y distribución
- Mejor protección contra robos

Contenedor: Los contenedores Reefer o refrigerados son utilizados para el transporte de mercancías que requieren condiciones de temperatura controlada en tránsito, tales como fruta, verduras, productos lácteos y carne.

Están equipados con una unidad de refrigeración que se conecta a la red eléctrica del barco, de las terminales portuarias y de los camiones. Disponen de un disco de control de temperatura que reflejará la temperatura del contenedor desde que la mercancía es cargada en almacén de origen hasta su llegada al almacén de destino.

Procedimiento de Unitarizacion de carga: Para el procedimiento de unitarización de la carga, se deberá tener en consideración las medidas del envase, embalaje, pallet y del contenedor

Medidas del envase:

- Presentación de 500GR: 0.15 mts largo x 0.10 mts ancho x 0.02 mts alto
- Presentación de 200GR: 0.15 mts largo x 0.10 mts ancho x 0.05 mts alto

Medida del empaque

- Caja de carton corrugado: 0.30 mts largo x 0.25 mts ancho x 0.20 mts alto

Medidas del CONTENEDOR REEFER 20FT

Tabla Nº 6: Medidas contener Reefer 20FT

Tara	Capacidad de Carga	Capacidad Cubica	Longitud Interna	Ancho Interno	Altura Interna
4,850 kg	29,150 kg	67 m3	11.57 m	2.27 m	2.55 m
10, 695.3 lbs	64, 275.8 lbs	2, 365.1 cu ft	38 ft	7.4 ft	8.4 ft

Tabla Nº 7: Unitarizacion de la carga

ELEMENTOS DE UNITARIZACION	MEDIDAS		
	LARGO	ANCHO	ALTO
ENVASE (200GR)	0.12.5 mts	0.10 mts	0.02 mts
ENVASE (500GR)	0.12.5 mts	0.10 mts	0.05 mts
CAJA DE CARTON CORRUGADO	0.30 mts	0.25 mts	0. 20 mts
PALLET	1.20 mt	1.00 mt	0.10 mt
CONTEDOR	11.57 mts	2.27 mts	2.55 mts
ENVASE A CAJAS			
PRODUCTO	MEDIDAS DE CAJA /MEDIDAS DEL ENVASE		
	LARGO	ANCHO	ALTO
	0.30 / 0.10	0.25 / 0.125	0.20 / 0.02
200GR	3	2	10
5 ENVASES POR PISO Y UN TOTAL DE 10 PISOS			
10,000 GR = 10 KILOS POR CAJA EN PRDUCTOS DE 200 GR - 50 ENVASES POR CAJA			
PRODUCTO	0.30 / 0.10	0.25 / 0.125	0.20 / 0.05
500GR	3	2	4
5 ENVASES POR PISO Y UN TOTAL DE 4 PISOS			
10,000 GR = 10 KILOS POR CAJA EN PRDUCTOS DE 500 GR - 20 ENVASES POR CAJA			
CAJAS A PALET			
ELEMENTO A UNITARIZAR	MEDIDAS DEL PALET /MEDIDAS DE LA CAJA		
	LARGO	ANCHO	ALTO
	1.20 / 0.30	1.00 / 0.25	NO APLICA
CAJAS POR PISO	4	4	
16 CAJAS POR PISO			
800 ENVASES POR PISO EN PRODUCTO DE 200 GR - 160KG POR PISO			
320 ENVASES POR PISO EN PRODUCTO DE 500 GR - 160KG POR PISO			
ALTURA DE PISOS DEL PALET SEGÚN EL CONTENEDOR			
(ALTURA DEL CONTENEDOR - ALTURA DEL PALLET - ESPACIO LIBRE ENTRE CARGA Y CONTENEDOR) / ALTURA DE LA CAJA			
(2.55 - 0-10 - 0.30) /0.30	=	7.166666667	
7 PISOS COMO MAXIMO			
1120 KG POR PALET - 112 CAJAS CON 5600 PRODUCTOS DE 200GR COMO MAXIMO			
1120 KG POR PALET - 112 CAJAS CON 2240 PRODUCTOS DE 500GR COMO MAXIMO			
EL PALET TIENE UNA RESISTENCIA DE 1500KG, ESTA DENTRO DE LA UNITARIZACION			

4.4. Cadena de DFI de Exportación

La Distribución Física Internacional (DFI) es el proceso logístico para transportar el producto adecuado en la cantidad requerida al lugar acordado y al menor costo total, para satisfacer las necesidades del consumidor en el mercado internacional justo a tiempo y con calidad total. Tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para llevar la cantidad correcta de producto desde su origen al lugar adecuado, en el tiempo necesario y al mínimo costo posible, compatible con la estrategia de servicio requerida.

Figura Nº 47: Diagrama Distribución Física Internacional

a) Compra de Arándanos:

El Arándano es una fruta muy delicada, por lo que requiere al menos 2.5 veces más mano de obra de cosecha que cual otro producto agrícola, motivo por el cual requiere de mano de obra especializada para cada proceso desde la preparación del terreno hasta el mantenimiento del cultivo. En particular, el viento es un factor importante a tomar en cuenta ya que afecta el crecimiento de las plantas especialmente cuando son pequeñas, por otro lado el arándano no es muy exigente en nutrientes, incluso son sensibles a los excesos. En general, los suelos tienen que ser muy sueltos, mantener la humedad, pero no debe acumular agua, ya que son muy sensibles tanto al déficit como al exceso de agua

El aspecto sanitario de la planta también merece una atención especial. Hay plagas y enfermedades que atacan el cultivo y que pueden producir un nivel de daño importante tanto en la cantidad como en la calidad de la fruta. El uso de herbicidas para controlar las malezas debe ser realizado con mucha precaución porque el arándano es sensible a la mayoría de los principios activos y el daño puede ser irreversible provocando la muerte de la planta

b) **Verificación de Calibrado:**

Se trata de revisar la selección de la fruta que se inició en el campo, para ajustarla a los requisitos mínimos de sanidad y calidad exigidos por los compradores y consumidores finales y separar aquellas que van para el mercado de fruta fresca (Exportación) de las que van para el Mercado local. Para el caso del Arándano, el tamaño de las bayas, consistencia, color y sanidad, son los factores que más se tienen en cuenta al momento de evaluar la calidad de la fruta, labor que se realiza normalmente en forma manual y visual. Dentro de este proceso también se encuentra la limpieza, cuya función es eliminar del producto todo tipo de material extraño que desmejore la presentación, la calidad o altere el peso y el volumen real del arándano.

Teniendo en consideración el conocimiento, equipamiento, recursos humanos y presupuesto elevados, Arandanos´ Fresh adquirirá los arándanos, con la finalidad de simplificar costos, procesos y poder centrar nuestros esfuerzos en el marketing y publicidad. En cuanto a la producción nacional por regiones, cabe precisar que la mayor parte de ésta se encuentra concentrada en la región La Libertad, que representa aproximadamente un 90% del total producido y exportado por el país, a lo cual le siguen Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, Lima y Lambayeque.

El arándano resto será el arándano que utilizaremos para la comercialización. El arándano resto es el arándano que no cumple con el aspecto “optimo” para la exportación de

arándano fresco, no que dicho arándano sea la merma o sobra, simplemente es el arándano que cuenta con daños mínimos o el color no es tan vivaz como lo establece la demanda.

Teniendo en consideración que para el arándano congelado dichas características no son fundamentales, aprovecharemos el menor costo de ese arándano para ser comercializado.

Expuesto lo anterior teniendo en consideración que a mayor oferta menor precio, hemos decidido adquirir los arándanos del valle de Viru – en el Campamento San José de la Cooperativa Agraria Buena Vista

c) **Proceso de congelado:**

Los métodos convencionales de enfriamiento de los arándanos son 2, HPSF (High Pressure Shift Freezing), que destaca por generar un congelamiento volumétrico de muy alta velocidad y también mediante cámaras frigoríficas convencionales a -20°C y -80°C, los cuales presentan los principales desafíos: superficie agrietada y quemada en algunos arándanos. Esto puede ocurrir cuando el tiempo de congelación es demasiado o muy agresivo (baja temperatura en periodos de tiempo muy cortos), por otro lado, al ser congelados en grupo corre el riesgo que se peguen entre si y exceso de volumen por el agua.

En contraste al párrafo precedente, el proceso IQF (Individual Quick Freezing) es el óptimo para congelamiento de frutas tan sensibles como el arándano, el congelamiento individual del arándano garantiza que el producto una vez que se haya descongelado conserve toda la textura, sabor y valor nutritivo originales de un producto fresco, el resultado son unos arándanos con una buena separación, aspecto y volumen natural y sin excesos de agua

d) **Envasado:**

Una vez que el arándano ha sido congelada, se coloca dentro de una balanza agrupando en 4.4 onzas (200 gr) y 4.6 onzas (500gr), Luego la medida se deposita dentro de

cada presentación de la bolsa doy pack de polietileno con zipper retirando el exceso de aire de la bolsa para evitar que los arándanos se puedan quemar por el grado de por congelamiento, así mismo deberá será etiquetado según la normativa establecida por la Food Safety and Inspection Service (FSIS) y Food and Drug Administration (FDA), las bolsas deberán estar etiquetadas con la fecha de congelación teniendo en consideración que la fecha de vida útil es de 24 meses computados a partir de la fecha de congelación

e) **Embalaje y Paletizado:**

En cajas de cartón corrugado cara doble, con pictogramas y forrado con strecth film de 20 micras, paletizado en 16 cajas por piso, 7 pisos con sunchos y grapas de plástico.

f) **Mantenimiento de cadena de frio:**

Como ya se había mencionado, los arándanos congelados tienen vida útil y almacenamiento de 24 meses a partir de la fecha de empaque en envase sellado. Luego de haber sido congelados, deben mantenerse en ambiente congelado (cadena de frío de -18ºC a -20ºC) para evitar el cambio de temperaturas y por ende reducir el periodo de vida útil del producto. Así mismo, la cadena en frío es una medida obligatoria para exportar a EE.UU, lo anterior con la finalidad de descarta la presencia de plagas como trips, cochinilla, polilla y cualquiera de las especies de mosca de la fruta.

Teniendo en consideración el conocimiento, equipamiento, recursos humanos y presupuesto elevados, para todo el procedimiento de preparación de los arándanos congelados para la comercialización, desde el procedimiento de congelado IQF hasta el mantenimiento de temperatura, Arandanos´ Fresh tecerizara todo el procedimiento a la empresa Agricola Zeit Organish, que es una empresa autorizada por SENASA para los procesos de envasado, embalado, congelado y paletizado, así como también para usar su

local como lugar de inspección para SENASA y ADUANAS.

g) Coordinación con la Agencia de aduanas y Naviera

Teniendo en consideración que el bróker "Gordon Food Service Store" será nuestro bróker autorizado, por ende, distribuirá nuestros productos y sus centros de distribución más cercano al mercado objetivo ILLINOIS se encuentran ubicadas en Georgia y Carolina del Norte, se ha visto por conveniente pactar el incoterm FOB PAITA – SAVANNAH, por lo cual nosotros embarcaremos la mercancía en la naviera Hapag Lloyd, la cual cuenta con embarques con destino a SAVANNAH. Una vez con los documentos de pre embarcado el palet, se coordinará con la agencia de aduanas para que proceda con la declaración de mercancías y será llevado al almacén aduanero para que pase las inspecciones correspondientes de SENASA.

Por lo expuesto en el párrafo precedente, nosotros tendremos que darle seguimiento, tramitar documentación y responsabilidad únicamente hasta que la mercancía este embarcada en el puerto de origen.

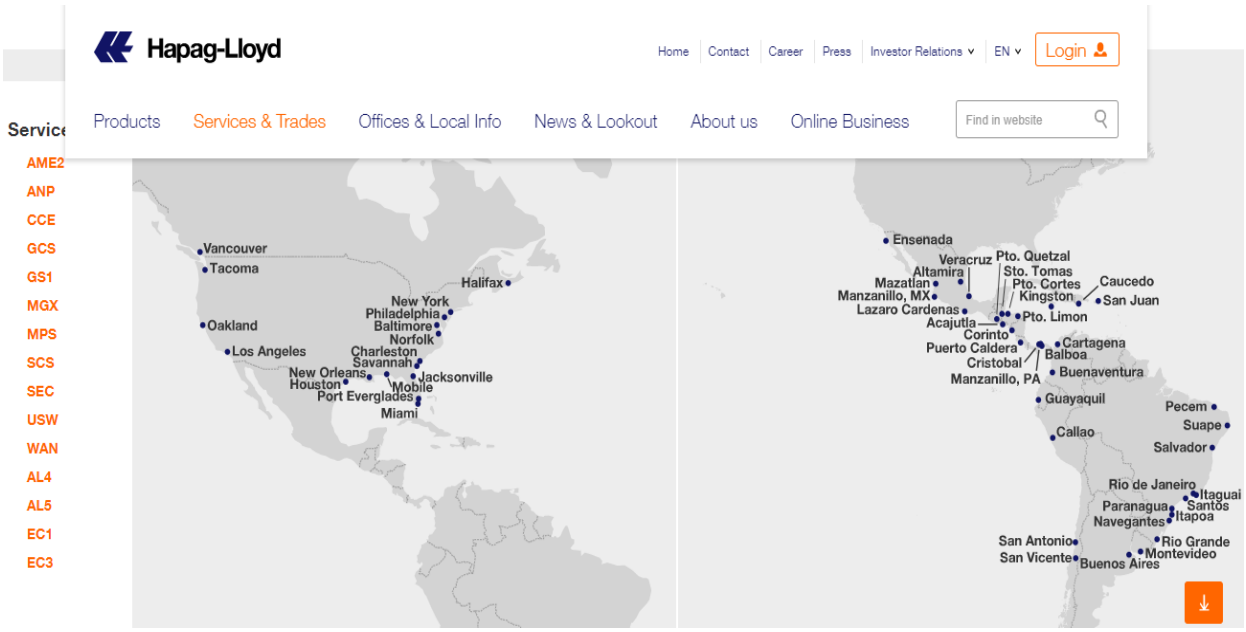


Figura Nº 48: Mapa Hapag Lloyd

Líneas Navieras

Las *líneas navieras* son personas que por sí (o por medio de otra que actúe en su nombre o representación) celebran un contrato de transporte marítimo de mercancías con un usuario. En la actualidad por los Terminales Portuarios de Callao y Paita reciben diferentes navieras (Tabla 32)

Tabla 32 - Líneas Navieras por Terminales Portuarios

DPW (Callao)	APMT (Callao)	Euroandino (Paita)
CCNI	Maersk	CCNI
Hapag Lloyd Corporation	CCNI	Mediterranean Shipping Company
Mediterranean Shipping Company	Mediterranean Shipping Company	Hapag Lloyd Corporation
Cosco Container Lines	Cosco Container Lines	CSVA
Hamburg Sud Liner Services	Nippon Yusei Kaisha	Mitsui OSK Lines
Kawasaki Kisen Kaisu	CSVA	APL Line
Nippon Yusei Kaisha	Mitsui OSK Lines	CMA CMG
CSVA	Evergreen	Dole Ocean Cargo Express
Evergreen	CMA CMG	Hamburg Sud Liner Services
Mitsui OSK Lines	Seabord Marine	Maersk
CMA CMG	Pacific International Lines	Seabord Marine
Hyundau Merchant Marine	Interocean	Seatrade Middle East Maritime
APL Line	Trinity	Kawasaki Kisen Kaisu
Kien Hung Shipping	Wallenius Wilhelmsen Logistics	Nippon Yusei Kaisha
Dole Ocean Cargo Express	Wan Hai Lines	
Seatrade Middle East Maritime		

Fuente: Elaboración Banco Mundial basado en entrevistas con DPW, APMT, TPE.

Figura Nº 49: Rutas Hapag Lloyd

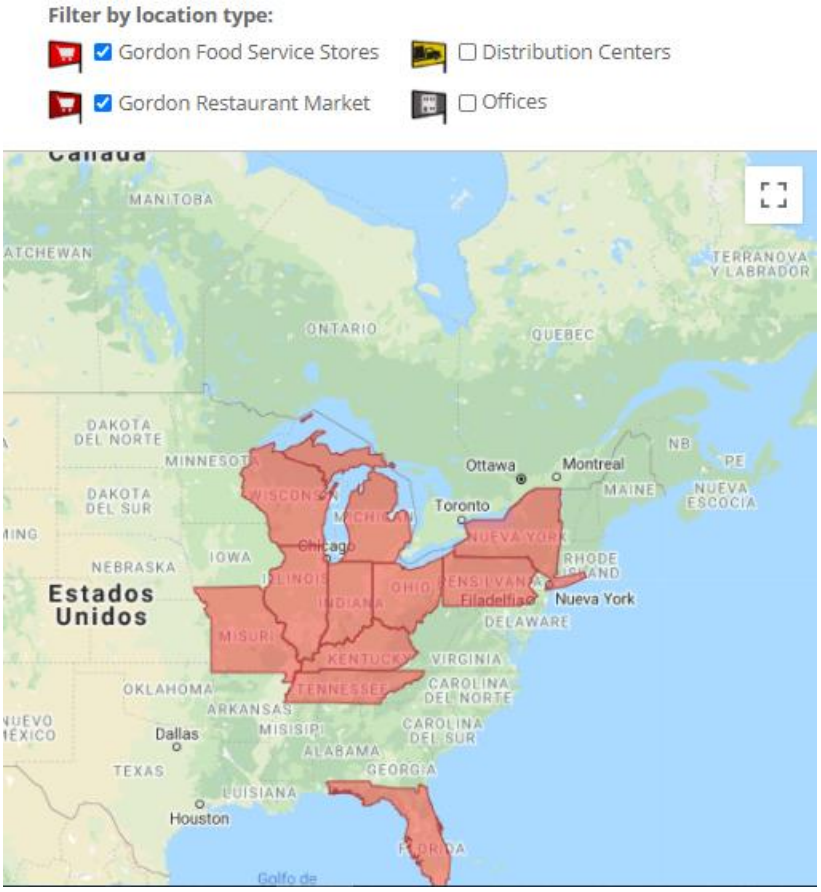


Figura Nº 50: Mercado de venta Gordon Foods

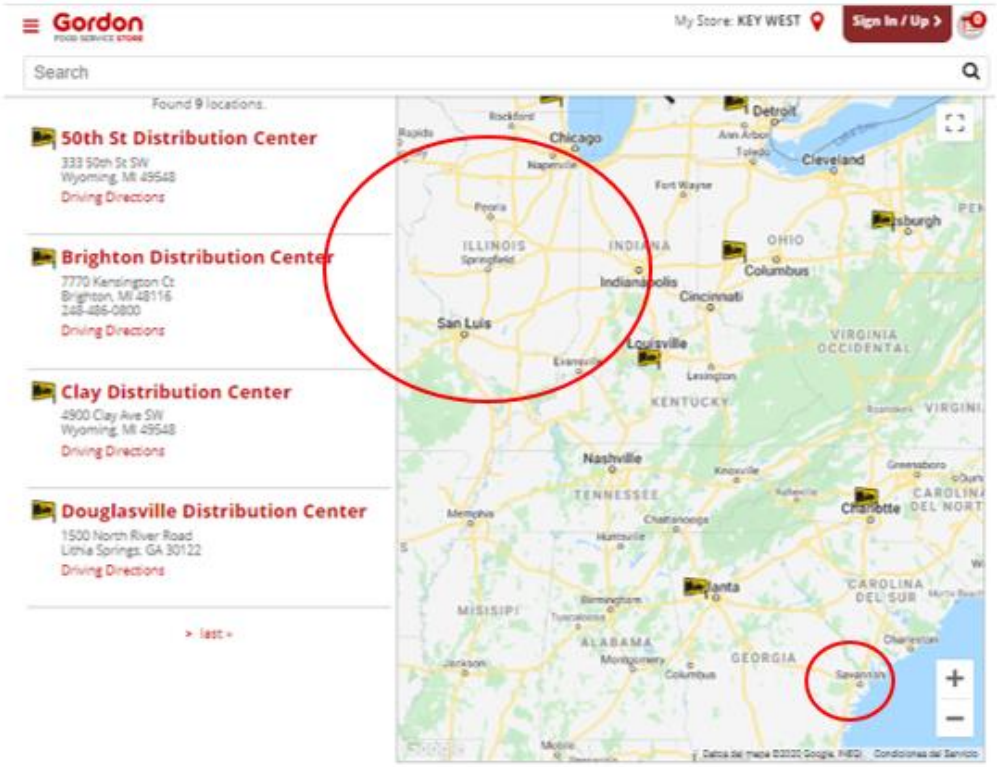


Figura Nº 51: Centros de distribucion Gordon Foods

4.5 Seguros de las mercancías:

Los incoterms son una serie de normas aceptadas y reconocimiento internacional que establecen los derechos y obligaciones de comprador y vendedor en los intercambios comerciales que indican las condiciones de VENTA. Desde su creación los incoterms se revisan periódicamente para adaptarse a realidad del momento y a los cambios que experimenta el comercio internacional.

Desde el 1 de enero de 2020 todas las importaciones y exportaciones se regulan por los nuevos incoterms 2020

Teniendo en consideración que los arándanos congelados serán exportados bajo el INCOTERM FOB 2020 – los costos y riesgos por parte del exportador quedan en el puerto de embarque PAITA, quedando libre del pago del flete y seguro, ya que este podrá o no ser asegurado por el importador, por lo cual no aplica considerarlo en el presente numeral

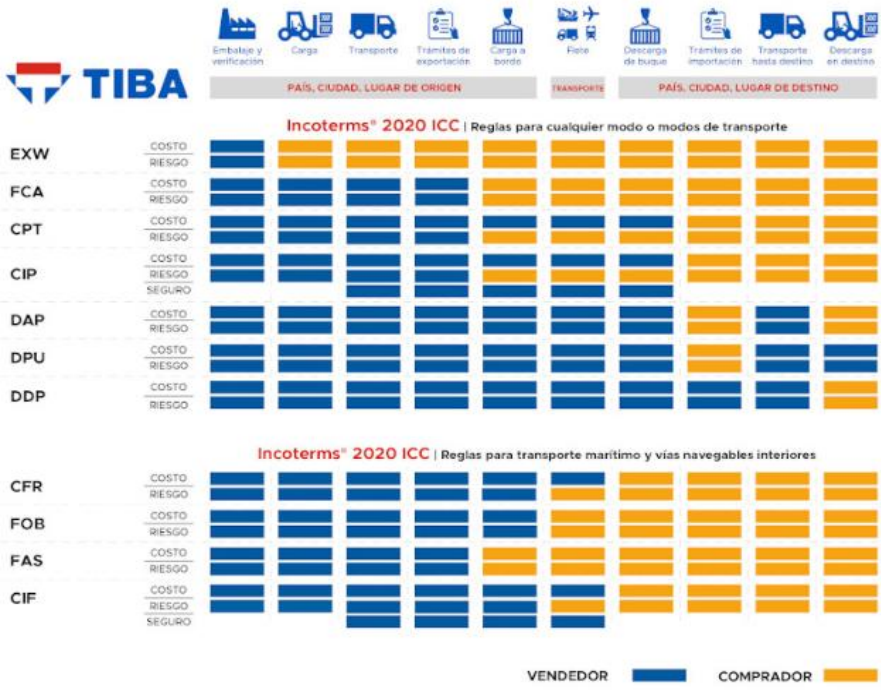


Figura Nº 52: Incoterms - 2020

CAPÍTULO 5: PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

El objetivo del presente capitulo es establecer algunos aspectos del ámbito internacional los cuales ayudara a la empresa a fijar el precio del producto en base a la competencia internacional y a los costos del producto. También se establecerá el contrato a utilizar con los distribuidores y el incoterm con el cual se iniciarán las negociaciones. Por último, se analiza cual es la mejor opción y método de pago para efectuar las transacciones internacionales y evaluando que régimen aduanero será el más oportuno para la exportación del producto a ofertar

5.1. Fijación de precios

La fijación de precios para los arándanos congelados será determinada bajo cada presentación (200gr y 500gr) en dólares americanos, dado que es la unidad de medida universal que se ha venido utilizando en el mercado a lo largo del tiempo en el ámbito del comercio internacional. En base a lo expuesto y con el objetivo de determinar el precio adecuado, se analizará el costo y gastos del producto, los precios de la competencia y finalmente la metodología de la fijación de precio

5.1.1. Costos y precio

De la formulación de costeo correspondiente a la producción y puesta del arándano congelado embarcados en el puerto de Paita (INCOTERM FOB – 2020) y de la determinación del precio de venta con la finalidad de solventar todos los costos y obtener margen de utilidad, se han determinado los siguientes componentes:

Datos de costeo	producto 200gr	producto 500gr	Total
Matera prima (Arandano)	S/ 5.00 x kilo		
Flete terrestre (Viru a Lambayeque)	S/300.00		
Congelado (IQF)	S/3,000.00		
kilos	640	480	1120
unidades	3200	960	4160
cajas	64	48	112
Costos de produccion unitario			
	producto 200gr	producto 500gr	**Total**
materia prima (Arandano)	3200	2400	**5600**
Flete terrestre de compra a congelado	171.4285714	128.5714286	**300**
congelado (IQF)	2857.142857	2142.857143	**3000**
			8900
Costo de comercializacion y distribucion	unitario	cantidad	**Total**
Etiquetado y Embalaje	0.2	4160	832
Unitarizacion	250	1	250
			1082

Figura Nº 53: Costos variables de producción y comercializacion

Costos de Exportacion			
Embarque mercancia LCL			**Total**
Doc Fee (Agente maritimo)			**402.5**
THC (Terminal Handling Charges) - Naviera			**350**
Gastos Administativos (Agente maritimo)			**70**
			822.5
Agencia de Aduanas			
Comision Agencia de Aduanas			**700**
Tranporte a Puerto			**350**
Gastos operativos			**105**
			1155
Otros			
Certificado de Origen			**175**
SENASA			**157.5**
			332.5
Costos financieros (Cobranza documentaria)			
Por Gestion de Cobranza (0.25% FOB o minimo $90)			315
Mensaje Swift			77
Portes			42
			434

Figura Nº 54: Costos variables de exportación

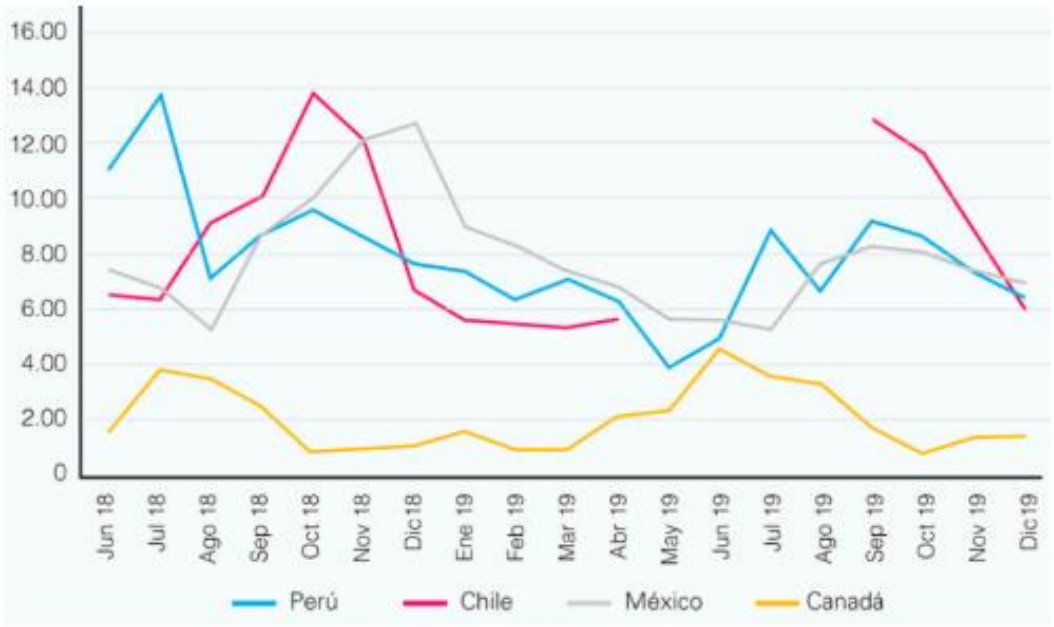
Gastos Administrativos			
Alquiler + Servicios+Planilla			**7059**

Figura Nº 55: Costos fijos

PRECIO DE VENTA						
Productos	**Peso %**	**Costo Total FOB $**	**Costo Unit. FOB $**	**Margen de Ganancia**	**Precio Unit. FOB $**	**PrecioTotal FOB con IGV $**
200gr	69.98%	3,956.09	1.23627895	25%	1.5	$4,800.00
500gr	52.49%	2,967.07	3.09069737	15%	3.5	$3,360.00
		5,652.86				$8,160.00

Figura Nº 56: Precio de venta final

Para para evaluar si el precio unitario determinado está dentro acorde al mercado, según el portal de Red Agricola a continuación se detallan los precios a lo largo del año, con lo cual se realizara un promedio para identificar si estamos dentro del rango de mercado.



Enero 2019: $ 7.80, Febrero 2019: $6.30, Marzo 2019: $6.50, Abril 2019: $6.20, Mayo 2019: $3.90, Junio 2019: $4.40, Julio 2019: $8.40, Agosto 2019: $6.20, Setiembre 2019: $8.80, Octubre 2019: $8.20, Noviembre 2019: $6.30, Diciembre 2019: $6.20

Precio Promedio: $ 6.6/kg

Del costeo formulado en el numeral precedente, obtenemos lo siguiente:

Presentación 200GR: $ 1.5 Presentación 500GR: $ 3.5

5.1.2. Cotización Internacional

Arandano´s Fresh
8 Octubre street - 4 block
Lambayeque - Lambayeque - Peru

QUOTATION

Dear, Gordon Food Service
Thanks for your information requerimient about our blueberry!

Our blueberries are cultivated, processed and packed by companies autorized by FDA (Food and Drug Administration)

Arandanos´ Fresh freeze blueberries by the IQF process (Individual Quick Freezing), this procedure avoid the excess of water and grouping of frozen blueberries, instead of that, ensures the individuality of the blueberries frozen, the good appearance.

The product has 24 months of useful life counting from the packaging in temperatures from -18°C to -20°C. Packed in doypack bags with zipper

Description of Goods	**FOB 2020 (PAITA - SAVANNAH) Price**
Arandano Azul Congelado 200GR o 7.05 OZ	$1.50
Arandano Azul Congelado 500GR o 17.64 OZ	$3.50

(Referential Image)

Hope we can close bussiness soon!

Thanks & Best Regards	E-mail:	arandanosfresh@gamil.com
Daniel Baquijano	Phone	511-557-1981
Arandano´s Fresh	Adress	8 Octubre street - 4 block - Lambayeque - Peru

Figura Nº 57: Cotizacion Internacional

5.2 Contrato de Venta Internacional

A continuación, se adjuntan los datos, características y condiciones fundamentales para poder celebrar el contrato con el distribuidor Gordon Food Service.

Tabla Nº 8: Datos para elaborar el contrato de Compra Venta Internacional

<table>
<tr><th>Aspectos de la Compra Venta Internacional</th><th>Información del Plan de Negocios</th></tr>
<tr><td>1. Las Partes</td><td>Exportador
Arandano´s Fresh
Calle 8 de Octubre cuadra 4
Lambayeque – Lambayeque - Peru
Telefono: 511 – 557 - 1981
Consignatario
Gordon Food Service
1300 Gezon Pkwy SW
Teléfono: 616 - 530 – 7000</td></tr>
<tr><td>2. La Vigencia del contrato</td><td>Fecha inicio: 01 Enero del 2021
Fecha Termino: 01 Enero del 2022</td></tr>
<tr><td>3. La Mercancía</td><td>Arándanos Azules orgánicos congelados
<table>
<tr><td>Tipo de Arándano</td><td>Arándano Orgánico Azul</td></tr>
<tr><td>Presentación</td><td>Congelado en cantidades de 7.05 OZ, (200g) y “NET WT 17.64 OZ, (500g)</td></tr>
<tr><td>Vida Útil</td><td>24 meses a partir de la fecha del envasado en temperaturas de -18°C a -20°C</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>4. La Cantidad</td><td>Presentación de 200gr o 7.05 OZ : 3200
Presentación de 500gr o 17.64 OZ : 960</td></tr>
<tr><td>5. El Envase</td><td>Bolsas Doy Pack (Polietileno de baja densidad) con Zipper</td></tr>
<tr><td>6. El Embalaje</td><td>Cajas de cartón de doble cara forrado con stretch film de 20 micras</td></tr>
<tr><td>7. El Transporte</td><td>Medio de transporte marítimo</td></tr>
<tr><td>8. La Fecha Máxima de Embarque</td><td>Pedido máximo 10 Octubre, embarque máximo 25 Noviembre, Llegada a USA 01 Enero.</td></tr>
<tr><td>9. Lugar de Entrega</td><td>Embarcado en Puerto de Paita</td></tr>
<tr><td>10. El Incoterm</td><td>FOB (Versión 2020) PAITA - SAVANNAH</td></tr>
<tr><td>11. El Seguro</td><td>A consideración de Gordon Food Service</td></tr>
<tr><td>12. Los Gastos</td><td>
<table>
<tr><td>Lugar de entrega</td><td>A bordo del buque en el puerto de salida</td></tr>
<tr><td>Transmision del riesgo</td><td>A bordo del buque en el puerto de salida</td></tr>
<tr><td>Distribucion de gastos:</td><td></td></tr>
<tr><td>Verificacion de peso, calidad o medida</td><td>VENDEDOR</td></tr>
<tr><td>Envases y embalajes</td><td>VENDEDOR</td></tr>
<tr><td>Carga en los locales del vendedor</td><td>VENDEDOR</td></tr>
<tr><td>Transporte y seguro hasta el puerto de salida</td><td>VENDEDOR</td></tr>
<tr><td>Descarga en el puerto de salida</td><td>VENDEDOR</td></tr>
<tr><td>Retrasos en la carga</td><td>VENDEDOR</td></tr>
<tr><td>Carga en el punto de salida</td><td>VENDEDOR</td></tr>
<tr><td>Retrasos del buque</td><td>COMPRADOR</td></tr>
<tr><td>Transporte principal (maritimo)</td><td>COMPRADOR</td></tr>
<tr><td>Seguro de transporte principal</td><td>COMPRADOR</td></tr>
<tr><td>Descarga en el puerto de destino</td><td>COMPRADOR</td></tr>
<tr><td>Transporte y seguro hasta almacen del comprador</td><td>COMPRADOR</td></tr>
<tr><td>Descarga en los locales del comprador</td><td>COMPRADOR</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

13. La Transmisión de los Riegos	El riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmitirá al comprador cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque del puerto de embarque.
14. Moneda de Transacción	Dólares americanos
15. Precio	$1.5 dólares americanos por unidad de 200GR o 7.05 OZ $3.5 dólares americanos por unidad de 500GR o 17.64 OZ términos FOB Puerto Paita.
16. Forma de Pago	60% Adelanto – 40% cobranza documentaria documentos a la vista
17. Medio de Pago	Cobranza Documentaria
18. La Documentación	• Factura Comercial • Lista de Empaque • Conocimiento de Embarque • Certificado de origen • Certificación SENASA
19. Lugar de Fabricación	Perú
20. Solución de controversias	Arbitraje (Cámara de Comercio Internacional de Paris)

COMMERCIAL INVOICE

Exporter: Arandano´s Fresh Calle 8 de Octubre Cuadra 4 Lambayeque - Lambayeque - Peru Teléfono: 511-5571981			**Invoice No. & Date:** EXP 010/01-2020 10-AUG-2020				
			Buyers Order No. & Date: IMP200 01-AUG-2020		**Proforma**		
			Other reference (s):		**Bill of Lading No. & Date:**		
Consignee: Gordon Food Service 1300 Gezon Pkwy SW - Wyoming, MI 49509 - Michigan P.0810.40.00.00			**Buyer (If other than consignee):**				
Pre-carriage By SEA	**Place of Reciept** EMBARKED IN PORT OF ORIGIN (PAITA)		**Country of origin** PERU		**Country of destination** UNITED STATES		
			Payment Terms: DOCUMENTARY COLLECTION 100% at view of documents				
Sea Details	**Port of Loading** PAITA						
Port of Discharge SAVANNAH	**Final Destination** USA						
Boxes Marks Container No.	**Numbering of the boxes**	**Number of Boxes**	**Description of Goods**	**Quantity**	**Presentation**	**FOB Price USD**	**Total FOB USD**
Arandano´s Fresh	1 to 64	64	Arandano Azul Congelado 200GR o 7.05 OZ En bolsas Doy pack con Zipper	3,200	Units	1.50	4,800.00
	65 to 112	48	Arandano Azul Congelado 500GR o 17.64 OZ En bolsas Doy pack con Zipper	960	Units	3.50	3,360.00
		112			**TOTAL FOB**		**8,160.00**

AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Ten thousand One Hundered Ninety Two and 00/100 dolars

Manufacturer:	Arandano´s Fresh			Freight	
Total Net Wt:	1.22 TON	Total Shipper:	112	Insurance	
Total Gross Wt:		Total CBM:		**TOTAL FOB**	**8,160.00**

WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN

WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT

Figura Nº 58: Factura

5.3 Elección y aplicación del Incoterm:

Teniendo en consideración que nuestro mercado objetivo es Illinois y nuestro bróker maneja la distribución en dicho estado cuenta con centros de distribución en Carolina del Norte y Georgia, se ha visto por conveniente enviar la mercancía via marítima al puerto de SAVANNAH, puerto más cercano a los locales de distribución de Gordon Food Service y por ende cercanos a Illinois. Así mismo con la finalidad de reducir costos de flete y seguro de mercancía, tramites y responsabilidades pactaremos el incoterm FOB PAITA – SAVANNAH (versión 2020)

5.4 Determinación del medio de pago y cobro

En la modalidad de cobranza documentaria de documentos a la vista, los bancos comerciales no tienen más responsabilidad que seguir las instrucciones de cobro dadas por el exportador (ordenante) al momento de presentar los documentos de embarque para ser entregados al importador (girador), siempre y cuando ele exportador cumpla las condiciones preestablecidas. En esta modalidad, los gastos por concepto de comisiones bancarias son sustancialmente inferiores a la modalidad de carta de crédito

Del costeo elaborado, la venta FOB asciende al monto de $ 8, 160.00, teniendo en consideración el monto y que es el primer trato comercial con el bróker, se optara por la modalidad de cobranza documentaria, siendo la más segura y menos costosa dada las características ya mencionadas.

Para tal efecto se detalla las partes involucradas:

- **El ordenante:** Habitualmente el exportador, quien entrega al banco comercial los documentos y las instrucciones sobre su manejo. **(Arandano´s Fresh)**
- **El remitente:** Banco comercial que recibe del exportador documentos de embarque e instrumentos de cobro **(Banco de crédito del Perú)**

- **El banco presentador o cobrador:** Corresponsal del banco remitente, habitualmente en el país del comprador, encargado de la entrega física de los documentos enviados por el banco del exportador **(Bank of America Financial Center)**
- **El girador:** El importador, en su calidad de receptor de los documentos, siempre que cumpla con la condición de la cobranza (aceptación de documentos con compromiso de **pago (Gordon Food Service)**

5.5 Elección del régimen de exportación

Del costeo elaborado se concluye que el valor FOB de exportación a declarar ante aduanas por la exportación de arándanos congelados es mayor a $ 5,000.00 por lo que se realizara el régimen de exportación definitiva mediante una agencia de aduanas.

En cuanto a los beneficios del exportador no nos acogeremos a la devolución del IGV a favor del exportador, puesto que el IGV pagado por los servicios y materia en territorio nacional será agregado al precio de venta de exportación

5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

Así mismo, teniendo en consideración la disposición de SENASA con la finalidad de mantener la cadena de frio para los productos perecibles y seguir con la normativa de la FDA (Food and Drug Administration) de la obligatoriedad de la cadena de frio para productos perecibles. Se ha dispuesto el almacén de algunas empresas empaquetadoras como lugar de inspección para posteriormente ser embarcadas directamente al puerto.

En Lambayeque, las plantas empacadoras autorizadas por SENASA que realizan este tipo de procedimiento son: Agrovisión, Complejo Agroindustrial Beta SAC y Agrícola Zeit Organish. En éstas, Senasa supervisa el tratamiento empezando con la inspección del estado fitosanitario de los berries antes de ser sometidos al tratamiento en frío, luego constata la temperatura de la fruta previa y, finalmente, verifica los ambientes y condiciones del contenedor donde se cargan los palets de arándanos.

Expuesto los párrafos precedentes se concluye que la exportación definitiva será mediante la modalidad directa, la cual llegará directamente al puerto y ya no habrá necesidad de llegar a un deposito temporal

5.7 Gestión de las operaciones de Exportación

Figura Nº 59: Gestión de operaciones de Exportacion

5.8 Gestión de las operaciones de producción del bien

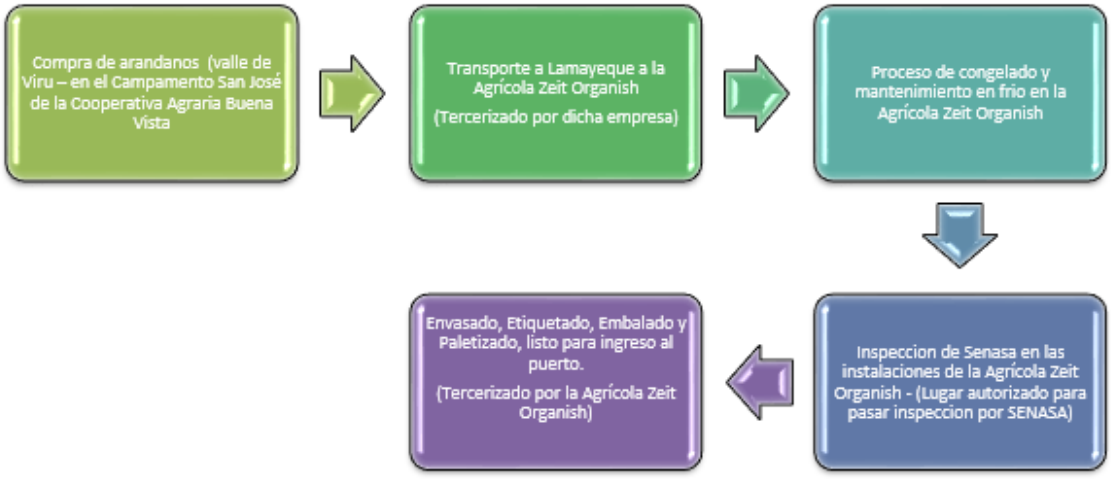


Figura Nº 60: Gestión de operaciones de Producción

CAPÍTULO 6: PLAN FINANCIERO

En función al dimensionamiento de la capacidad productiva de bienes o servicios del proyecto se deberá determinar cuáles son los bienes de capital que se requieren para cumplir con la producción que se ofertara al mercado de consumo, así como el dinero en efectivo inicial para empezar la producción.

Así mismo se determinará los montos de dinero que se requieren para la elaboración de la producción que se determinó, así como los ingresos por la venta de esos productos que serán ofertados al mercado de consumo preparándose los aspectos que se consideran en los estados financieros

Además, se tendrá que fundamentar la ejecución del proyecto mediante la determinación de los parámetros de medición que justifica la inversión y el beneficio que pudiese determinarse desde el punto de vista económico, financiero y social

6.1. Inversión Fija:

La inversión fija del proyecto, son bienes tangibles e intangibles necesarios para la administración del proyecto con vida útil mayor de 1 año, la misma que se desglosa en Activos Tangibles e Activos intangible. Dicha inversión asciende a un monto de S/ 22,111.40

6.1.1. Activos tangibles

La inversión tangible son bienes adquiridos con la finalidad de ser usados en la administración de la empresa con vida útil estimada mayor a 1 año, monto el cual asciende a S/ 15,000.00, asi mismo tiene depreciación anual de S/3,000.00.

Tabla Nº 9: Activos Tangibles

N°	INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOLES	Vida Util	Depreciación anual
	Activos tangibles			**S/15,000.00**		
	Equipos informaticos (4 laptops)	S/8,474.58	S/1,525.42	S/10,000.00	5	S/2,000.00
	impresora multifuncional	S/1,694.92	S/305.08	S/2,000.00	5	S/400.00
	muebleria	S/2,542.37	S/457.63	S/3,000.00	5	S/600.00

6.1.2. Activos intangibles

Por su naturaleza son bienes de naturaleza inmaterial que no se pueden tocar, ver, medir. Por lo general, estos activos se utilizan para la constitución de la empresa y la creación de valor intangible como el logo, registro de marca y página WEB con un monto ascendente a S/ 7,111.40, el periodo de vida es mayor a 1 año y cuenta con una amortización anual de S/ 1698.88

Tabla Nº 10: Activos Intangibles

N°	INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOLES	Vida Util	Depreciación anual
	Intangibles			**S/7,111.40**		
						Amortizacion anual
	Constitucion legal y formalizacion	S/338.98	S/61.02	S/400.00	5	S/80.00
	Licencias municipal - indeterminado pero actualizada según el periodo d senasa	S/421.19	S/75.81	S/497.00	5	S/99.40
	Registro de marca en USA- $ 924	S/2,740.68	S/493.32	S/3,234.00	10	S/323.40
	Licencia SENASA - (22.8 % UIT) - inspecciones inopinada	S/830.85	S/149.55	S/980.40	5	S/196.08
	Plataforma de ventas digital	S/1,694.92	S/305.08	S/2,000.00	2	S/1,000.00

6.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo del proyecto son los costos fijos y variables para iniciar las operaciones propias del negocio, cuenta con una reducción del mismo debido a la forma de pago de las exportaciones (60% de adelanto y 40% cobranza documentaria a la vista de documentos), arrojando como resultado final S/12,824.01

Tabla Nº 11: Capital de Trabajo

N°	INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOLES
	Capital de trabajo			**S/12,824.01**
	Caja minima			S/8,175.00
	utiles de oficina	S/423.73	S/76.27	S/500.00
	alquiler			S/1,000.00
	servicios	S/423.73	S/76.27	S/500.00
	Cuentas por cobrar (60% adelanto)			S/17,136.00
	costo de venta	S/16,766.96	S/3,018.05	S/19,785.01

6.3. Inversión Total

Para que Arandanos` Fresh comience sus actividades comerciales y pueda poner en marcha el plan de negocio debe considerar una inversión en la cual pueda cubrir los activos fijos de la oficina administrativa, los activos intangibles de la empresa y, por último, los costos que incurren en el capital de trabajo los cuales suman un total de $ 34,935.41. Estos costos tienen que soportar a la empresa hasta que pueda recibir las primeras cobranzas obtenidos por los ingresos de las ventas.

Tabla Nº 12: Inversión Total

N°	INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOLES	Vida Util	Depreciación anual
	Activos tangibles			**S/15,000.00**		
	Equipos informaticos (4 laptops)	S/8,474.58	S/1,525.42	S/10,000.00	5	S/2,000.00
	impresora multifuncional	S/1,694.92	S/305.08	S/2,000.00	5	S/400.00
	muebleria	S/2,542.37	S/457.63	S/3,000.00	5	S/600.00
	Intangibles			**S/7,111.40**		
						Amortizacion anual
	Constitucion legal y formalizacion	S/338.98	S/61.02	S/400.00	5	S/80.00
	Licencias municipal - indeterminado pero actualizada según el periodo d senasa	S/421.19	S/75.81	S/497.00	5	S/99.40
	Registro de marca en USA- $ 924	S/2,740.68	S/493.32	S/3,234.00	10	S/323.40
	Licencia SENASA - (22.8 % UIT) - inspecciones inopinada	S/830.85	S/149.55	S/980.40	5	S/196.08
	Plataforma de ventas digital	S/1,694.92	S/305.08	S/2,000.00	2	S/1,000.00
	Capital de trabajo			**S/12,824.01**		
	Caja minima			S/8,175.00		
	utiles de oficina	S/423.73	S/76.27	S/500.00		
	alquiler			S/1,000.00		
	servicios	S/423.73	S/76.27	S/500.00		
	Cuentas por cobrar (60% adelanto)			S/17,136.00		
	costo de venta	S/16,766.96	S/3,018.05	S/19,785.01		
	INVERSION TOTAL			**S/34,935.41**		

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

El financiamiento será mediante el Scotiabank, teniendo en consideración que las entidades financieras que no son propiamente bancos, como financieras y/o cajas, dan una tasa de interés muy alta a cambio de una baja rigurosidad en la evaluación del solicitante.

Si bien es cierto los bancos dan menor tasa de interés, pero la evaluación para acceder al crédito bancario es mucha más rigurosa, al ser una Sociedad Anónima Cerrada, los accionistas legalmente no responderán frente al excedente de la deuda con patrimonio

personal, pero frente al banco los 3 accionistas seremos garantes en partes iguales del crédito solicitado en caso el proyecto no pueda responder por si solo.

Tabla 13: Inversión y Financiamiento

Capital Propio (Socios)	57%	S/ 19,935.41		
Capital Financiada	43%	S/ 15,000.00		
Total		S/ 34,935.41		

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

El financiamiento será mediante el banco Scotiabank, a un plazo de 1 año, mediante el motodo de amortización francés, es decir cuotas iguales a lo largo del tiempo. Con una tasa de interés del 1.10% mensual.

Tabla 14: Condiciones de financiamiento

FINANCIAMIENTO CON TERCEROS

TIPO DE FINANCIAMIENTO	(LINEA DE CREDITO DE CAPITAL DE TRABAJO O PRESTAMO A LARGO PLAZO)
TASA DE INTERES ANUAL	**14%**
IMPORTE A FINANCIAR	S/15,000.00
MESES DE GRACIA	0
tasa de interes mensual	1.10%
facor de recuperacion de capital	

MES	SALDO PENDIEN	INTERES	CAPITAL	CUOTA MENSUAL
enero	S/15,000.00	S/164.68	-S/1,176.31	-S/1,340.99
febrero	S/13,823.69	151.7682946	-S/1,189.22	-S/1,340.99
marzo	S/12,634.47	138.7120237	-S/1,202.28	-S/1,340.99
abril	S/11,432.20	125.51241	-S/1,215.48	-S/1,340.99
mayo	S/10,216.72	112.1678796	-S/1,228.82	-S/1,340.99
junio	S/8,987.90	98.67684167	-S/1,242.31	-S/1,340.99
julio	S/7,745.59	85.0376876	-S/1,255.95	-S/1,340.99
agosto	S/6,489.64	71.24879127	-S/1,269.74	-S/1,340.99
setiembre	S/5,219.90	57.30850869	-S/1,283.68	-S/1,340.99
octubre	S/3,936.22	43.21517781	-S/1,297.77	-S/1,340.99
noviembre	S/2,638.45	28.96711834	-S/1,312.02	-S/1,340.99
diciembre	S/1,326.43	14.56263153	-S/1,326.43	-S/1,340.99

6.6. Presupuesto de costos

Los costos que se muestran a continuación obedecen a los costos variables de producción para 1 pallet de exportación puesto en puerto de embarque y se ha prevista

exportar 13 pallets al año, así mismo cada pallet contiene.

- 3200 productos de 200gr
- 960 productos de 500gr

Tabla 15: Costos Variables

1 COSTOS VARIABLES **MONEDA SOLES** TIPO DE CAMBIO 3.5 MERO DE PALETS 13

CONCEPTO DE COSTEO (POR PALET)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL POR EXPORTACION	IGV	COSTO TOTAL POR EXPORTACION + IGV	COSTO ANUAL
MATERIA PRIMA	KILOS	1120	S/4.24	S/4,745.76	S/854.24	S/5,600.00	S/72,800.00
FLETE TERRESTRE	SERVICIO	1	S/254.24	S/254.24	S/45.76	S/300.00	S/3,900.00
PROCEDIMIENTO DE CONGELADO	SERVICIO	1120	S/2.27	S/2,542.37	S/457.63	S/3,000.00	S/39,000.00
ETIQUETADO Y EMBALADO	UNIDADES	4160	S/0.17	S/705.08	S/126.92	S/832.00	S/10,816.00
UNITARIZACION	SERVICIO	1	S/211.86	S/211.86	S/38.14	S/250.00	S/3,250.00
COSTOS DE EXPORTACION	SERVICIO	1	S/1,966.86	S/1,966.86	S/354.04	S/2,320.90	S/30,171.70
COSTOS FINANCIEROS	SERVICIO	1	S/367.80	S/367.80	S/66.20	S/434.00	S/5,642.00
TOTAL					**S/1,942.92**	**S/12,736.90**	**S/165,579.70**

Los costos que se reflejan a continuación obedecen a la planilla de Arandanos´ Fresh, de la cual se detalla a continuación:

- Gerente General: S/3,000.00
- Gerente de Finanzas: S/ 1,500.00
- Gerente de Comercio Exterior: S/ 1,500.00
- Gerente de Marketing: S/ 1,500.00

Tabla 16: Planilla

2 COSTOS INDIRECTOS Y MONEDA **SOLES**

1) COSTOS DEL PERSONAL

CONCEPTO	SUELDO BRUTO	COSTO EMPRESA				TOTAL MENSUAL	Sueldo percibido Mensual
		ESSALUD	VACACIONES	CTS	GRATIFICACION		
ENERO	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
FEBRERO	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
MARZO	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
ABRIL	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
MAYO	S/ 7,500.00	S/ 675.00		S/ 2,500.00		S/ 10,675.00	S/ 10,000.00
JUNIO	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
JULIO	S/ 7,500.00	S/ 675.00			S/ 3,750.00	S/ 11,925.00	S/ 11,250.00
AGOSTO	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
SETIEMBRE	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
OCTUBRE	S/ 7,500.00	S/ 675.00		S/ 2,500.00		S/ 10,675.00	S/ 10,000.00
NOVIEMBRE	S/ 7,500.00	S/ 675.00				S/ 8,175.00	S/ 7,500.00
DICIEMBRE	S/ 7,500.00	S/ 675.00	S/ 3,750.00		S/ 3,750.00	S/ 15,675.00	S/ 15,000.00
					TOTAL	S/ 114,350.00	

Por último, mediante el presente grafico se detalla los costos fijos del proyecto

Tabla 17: Gastos Administrativos

2) GASTOS ADMINISTRATIVOS

	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET)	SI	S/423.73	S/76.27	S/500.00	S/1,500.00	S/6,000.00
UTILES DE OFICINA	SI	S/35.31	S/6.36	S/41.67	S/125.00	S/500.00
DEPRECIACION	NO	S/250.00		S/250.00		S/3,000.00
AMORTIZACION DE INTANGIBLES	NO	S/141.57		S/141.57		S/1,698.88

Tabla 18: Gastos de Local

3) GASTOS DE DEL LOCAL

	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
ALQUILER	NO	S/1,000.00		S/1,000.00	S/3,000.00	S/12,000.00

Tabla 19: Gastos Financieros

4) GASTOS FINANCIEROS

	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
INTERESES POR PRESTA	NO	S/164.68		S/164.68		S/1,091.86
	NO	S/151.77		S/151.77		
	NO	S/138.71		S/138.71		
	NO	S/125.51		S/125.51		
	NO	S/112.17		S/112.17		
	NO	S/98.68		S/98.68		
	NO	S/85.04		S/85.04		
	NO	S/71.25		S/71.25		
	NO	S/57.31		S/57.31		
	NO	S/43.22		S/43.22		
	NO	S/28.97		S/28.97		
	NO	S/14.56		S/14.56		

6.7. Punto de Equilibrio

Mediante el siguiente grafico se ha determinado las cantidades mínimas de venta al año para cada producto (200gr y 500gr) con la finalidad que el proyecto no genere ganancias ni perdidas, se debe tener en consideración.

- Presentación de 200gr: 33,042 unidades, siendo la cantidad estimada de ventas al año 41,600
- Presentación de 200gr: 9,913 unidades, siendo la cantidad estimada de ventas al año 12,480

Tabla 20: Punto de Equilibrio

T.C = 3.5

PRODUCTO	UNIDADES ESPERADAS DE VENTA	PONDERACION	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO	SUMA MC PONDERAD	COSTO FIJO	PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL	PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO
A	41600	0.769230769	S/5.25	S/2.80	S/2.45	3.104230769	S/ 133,341.91	42954.8954	33,042
B	12480	0.230769231	S/12.25	S/6.97	S/5.29				9,913

P.UNITARIO	200 gr	$1.50
	500 gr	$3.50

6.8. Tributación a la exportación

Teniendo en consideración que la exportación no está afecta a impuestos, el exportador tiene la potestad de acogerse al "beneficio al exportador", siempre y cuando no haya considerado el IGV en el precio de venta.

Arandanos´ Fresh está considerando el IGV en el precio de venta, por lo cual no se acogerá al "beneficio al exportador

6.9. Presupuesto de ingresos

Mediante el presente grafico se detalla el presupuesto de ingresos correspondientes al ejercicio fiscal 2021. (Tipo de Cambio 3.5)

Tabla 21: Presupuesto de Ingresos Mensual

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	Año 1											
			MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
PALETS	13 PALET	$8,160.00	2	2	2	0	1	0	0	2	3	0	1	0
A - 200GR	38400	$1.50	6400	6400	6400	0	3200	0	0	6400	9600	0	3200	0
B - 500GR	11520	$3.50	1920	1920	1920	0	960	0	0	1920	2880	0	960	0
		DEMANDA $	$16,320.00	$16,320.00	$16,320.00	$0.00	$8,160.00	$0.00	$0.00	$16,320.00	$24,480.00	$0.00	$8,160.00	$0.00
		DEMANDA S/	S/57,120.00	S/57,120.00	S/57,120.00	S/0.00	S/28,560.00	S/0.00	S/0.00	S/57,120.00	S/85,680.00	S/0.00	S/28,560.00	S/0.00

Mediante el presente grafico se detalla el presupuesto de ingresos correspondientes a los ejercicios fiscales del 2021 al 2025

Tabla 22: Presupuesto de Ingresos Anual

PRESUPUESTO DE VENTAS

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
PALETS	13 PALET	$8,160.00	13	13	13	13	13
A - 200GR	38400	$1.50	41600	41600	41600	41600	41600
B - 500GR	11520	$3.50	12480	12480	12480	12480	12480
		DEMANDA $	$106,080.00	$106,080.00	$106,080.00	$106,080.00	$106,080.00
		DEMANDA S/	S/371,280.00	S/371,280.00	S/371,280.00	S/371,280.00	S/371,280.00

Por otro lado, teniendo en consideración que la forma de pago el 60% adelanto y 40% cobranza documentaria a la vista de documentos, se detalla el presupuesto de cobranzas para el ejercicio fiscal 2021 (año 1)

Tabla 23: Presupuesto de Cobranzas

PRESUPUESTO DE COBRANZA ADELANTO 60% SALDO 40%

	Año 1											
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS S/	S/57,120.00	S/57,120.00	S/57,120.00	S/0.00	S/28,560.00	S/0.00	S/0.00	S/57,120.00	S/85,680.00	S/0.00	S/28,560.00	S/0.00
VENTA ADELANTO (60%)	S/34,272.00	S/34,272.00	S/34,272.00	S/0.00	S/17,136.00	S/0.00	S/0.00	S/34,272.00	S/51,408.00	S/0.00	S/17,136.00	S/0.00
VENTA SALDO (40%)	0	S/22,848.00	S/22,848.00	S/22,848.00	S/0.00	S/11,424.00	S/0.00	S/0.00	S/22,848.00	S/34,272.00	S/0.00	S/11,424.00
	S/34,272.00	S/57,120.00	S/57,120.00	S/22,848.00	S/17,136.00	S/11,424.00	S/0.00	S/34,272.00	S/74,256.00	S/34,272.00	S/17,136.00	S/11,424.00

6.10. Presupuesto de Egresos

A continuación, se detalla el presupuesto de los egresos totales para los diferentes ejercicios fiscales.

Tabla 24: Presupuesto de Egresos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	S/8,698.82	S/64,101.18	S/72,800.00	S/72,800.00	S/72,800.00	S/72,800.00
FLETE TERRESTRE	S/466.01	S/3,433.99	S/3,900.00	S/3,900.00	S/3,900.00	S/3,900.00
PROCEDIMIENTO DE CONGELADO	S/4,660.08	S/34,339.92	S/39,000.00	S/39,000.00	S/39,000.00	S/39,000.00
ETIQUETADO Y EMBALADO	S/1,292.40	S/9,523.60	S/10,816.00	S/10,816.00	S/10,816.00	S/10,816.00
UNITARIZACION	S/388.34	S/2,861.66	S/3,250.00	S/3,250.00	S/3,250.00	S/3,250.00
COSTOS DE EXPORTACION	S/3,605.20	S/26,566.50	S/30,171.70	S/30,171.70	S/30,171.70	S/30,171.70
COSTOS FINANCIEROS	S/674.16	S/4,967.84	S/5,642.00	S/5,642.00	S/5,642.00	S/5,642.00
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET)	S/500.00	S/5,500.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00
UTILES DE OFICINA	S/500.00		S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00
ALQUILER	S/1,000.00	S/11,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00
PLANILLA	S/8,175.00	S/106,175.00	S/114,350.00	S/114,350.00	S/114,350.00	S/114,350.00
INTERES POR PRESTAMO		S/1,091.86				

6.11. Flujo de caja proyectado

A continuación, se detalla los movimientos de ingresos y gastos totales en los diferentes ejercicios fiscales.

Tabla 25: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBRANZAS	S/17,136.00	S/354,144.00	S/371,280.00	S/371,280.00	S/371,280.00	S/371,280.00
MATERIA PRIMA	S/8,698.82	S/64,101.18	S/72,800.00	S/72,800.00	S/72,800.00	S/72,800.00
FLETE TERRESTRE	S/466.01	S/3,433.99	S/3,900.00	S/3,900.00	S/3,900.00	S/3,900.00
PROCEDIMIENTO DE CONGELADO	S/4,660.08	S/34,339.92	S/39,000.00	S/39,000.00	S/39,000.00	S/39,000.00
ETIQUETADO Y EMBALADO	S/1,292.40	S/9,523.60	S/10,816.00	S/10,816.00	S/10,816.00	S/10,816.00
UNITARIZACION	S/388.34	S/2,861.66	S/3,250.00	S/3,250.00	S/3,250.00	S/3,250.00
COSTOS DE EXPORTACION	S/3,605.20	S/26,566.50	S/30,171.70	S/30,171.70	S/30,171.70	S/30,171.70
COSTOS FINANCIEROS	S/674.16	S/4,967.84	S/5,642.00	S/5,642.00	S/5,642.00	S/5,642.00
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET)	S/500.00	S/5,500.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00
UTILES DE OFICINA	S/500.00		S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00
ALQUILER	S/1,000.00	S/11,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00	S/12,000.00
PLANILLA	S/8,175.00	S/106,175.00	S/114,350.00	S/114,350.00	S/114,350.00	S/114,350.00
INTERES POR PRESTAMO		S/1,091.86				
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**-S/12,824.01**	**S/84,582.45**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	S/15,000.00					
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	S/7,111.40					
FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-S/22,111.40	S/0.00	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	**-S/34,935.41**	**S/84,582.45**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**
PRESTAMOS BANCARIOS		S/15,000.00				
DEVOLUCION DEL CAPITAL		S/15,000.00				
PAGO DE INTERESES		S/1,091.86				
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**-S/34,935.41**	**S/83,490.59**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**	**S/72,850.30**

6.12. Estado de Ganancias y Perdidas

Mediante el presente se detalla el porcentaje rentabilidad y la utilidad neta para cada ejercicio fiscal

Tabla 26: Estado de Ganancias y Perdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	S/ 371,280.00	S/ 371,280.00	S/ 371,280.00	S/ 371,280.00	S/ 371,280.00
COSTO DE VENTAS	S/ 165,579.70	S/ 165,579.70	S/ 165,579.70	S/ 165,579.70	S/ 165,579.70
UTILIDAD BRUTA	**S/ 205,700.30**	**S/ 205,700.30**	**S/ 205,700.30**	**S/ 205,700.30**	**S/ 205,700.30**
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 119,048.88	S/ 119,048.88	S/ 119,048.88	S/ 119,048.88	S/ 119,048.88
UTILIDAD OPERATIVA	**S/ 86,651.42**	**S/ 86,651.42**	**S/ 86,651.42**	**S/ 86,651.42**	**S/ 86,651.42**
INTERESES	-1,091.86				
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	**S/ 85,559.56**	**S/ 86,651.42**	**S/ 86,651.42**	**S/ 86,651.42**	**S/ 86,651.42**
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	S/ 8,555.96	S/ 8,665.14	S/ 8,665.14	S/ 8,665.14	S/ 8,665.14
UTILIDAD NETA	**S/ 77,003.60**	**S/ 77,986.28**	**S/ 77,986.28**	**S/ 77,986.28**	**S/ 77,986.28**
RENTABILIDAD	**21%**	**21%**	**21%**	**21%**	**21%**

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1 Evaluación Económica

De la evaluación complementaria correspondiente del estado de ganancias y pérdidas, tenemos que el valor actualizado neto es mayor a 0 y el TIR es mayor al COK, el presente proyecto resulta viable

Tabla 27: Evaluación Financiera

VAN ECONOMICO	**S/.112,767.05**
TIR ECONOMICO	**231%**

Tabla 28: Formulación COK

FORMULACION COK

TASA LIBRE DE RIESGO	0.65%
RENTABILIDAD PROMEDIO DEL MERCADO	50%
BETA DEL MERCADO	0.87
TASA DE RIESGO PAIS	1.41%
COK	45.0%

6.13.2 Evaluación Financiera

De la evaluación complementaria correspondiente del estado de ganancias y pérdidas, tenemos que el valor actualizado neto es mayor a 0 y el TIR es mayor al COK, el presente proyecto resulta viable

Tabla 29: Evaluación Económica

VAN FINANCIERO	**S/.112,131.63**
TIR FINANCIERO	**229%**

FORMULACION COK

TASA LIBRE DE RIESGO	0.65%
RENTABILIDAD PROMEDIO DEL MERCADO	50%
BETA DEL MERCADO	0.87
TASA DE RIESGO PAIS	1.41%
COK	45.0%

6.13.3 Evaluación Social

Teniendo en consideración el core business del proyecto, comercialización de arándanos congelados, se concluye que tendrá un impacto social positivo ya que generará puestos de trabajo y utilidad para los productores agrícolas de la zona del norte del país.

6.13.4 Impacto Ambiental

Debido a que el proyecto no incluye construcción, ni procedimientos propios de la operación que atenten contra el medio ambiente, no aplica dicha evaluación

6.14. Evaluación de costo oportunidad de capital de trabajo

El costo de oportunidad de capital del proyecto es del 45%, frente al 310% del TIR económico, por lo cual el presente proyecto se considera viable

Tabla 30: COK

COK (COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL	45%
TASA DE INTERES BANCARIA	14%
% APORTE PROPIO	57%
% TERCEROS	43%
WACC - TASA DE DESCUENTO	31.1%
FORMULACION COK	
TASA LIBRE DE RIESGO	0.65%
RENTABILIDAD PROMEDIO DEL MERCADO	50%
BETA DEL MERCADO	0.87
TASA DE RIESGO PAIS	1.41%
COK	45.0%

6.15. Cuadro de riesgo tipo de cambio

Tabla 31: Desviación Estándar

Jul-20	3.516
Jul-19	3.287
Jul-18	3.2647
Jul-17	3.1649
Jul-16	3.2672
DESVIACION ESTANDAR	0.116102482

Tabla 32: Riesgo por Tipo de Cambio

CUADRO DE RIESGO TIPO DE CAMBIO		0.116102482 DESVIACION ESTANDAR	
	3.38	3.5	3.62
	TIPO DE CAMBIO MAS BAJO	TIPO DE CAMBIO ACTUAL ESPERADO	TIPO DE CAMBIO MAS ALTO
VENTAS	S/358,550.40	S/371,280.00	S/384,009.60
UTILIDAD NETA	S/65,556.94	S/77,003.60	S/88,450.26
VAN ECONOMICO	S/102,764.33	S/112,767.05	S/154,526.60
VAN FINANCIERO	S/102,091.46	S/112,131.63	S/153,852.10
TIR ECONOMICA	257%	231%	362%
TIR FINANCIERA	253%	229%	358%

Se hizo un análisis de sensibilidad en base al tipo de cambio, para lo cual se tiene en consideración 3 posibles escenarios.

6.16. Conclusiones

- El arándano congelado es un producto que está generando una alta rentabilidad a las empresas que lo están comercializando, se sabe que está teniendo gran crecimiento de consumo a nivel mundial, esto se debe a las grandes propiedades nutritivas y el sabor propio de la baya
- Arandanos´ Fresh ha identificado una oportunidad de negocio para la comercialización de arándano congelado, este modelo de negocio se desarrollará en base a la comercialización de arándanos resto, que por sus características fisicas es rechazado para ser vendido como frescos a otros países
- se identificó que la cosecha de arándano y los procesos para su comercialización requieren de una alta inversión, largo tiempo de espera y conocimiento técnico altamente especializado, por lo que en el presente plan plantea aprovechar la tercerización, por ende centraremos recursos en el marketing mix.
- El mercado objetivo al cual vamos a introducir el producto es Illinois -

Estados Unidos, estado el cual es uno de los 5 primeros consumidores (4.27%) a nivel mundial de esta baya, de esta forma se evitará los grandes comercializadores de arándanos, los cuales apuntan a mercados mucho más grandes como California, Texas y Nueva York

- Se plantea satisfacer la necesidad de 2 diferentes hábitos de consumo (snack personal y consumo grupal) mediante dos presentaciones, 200gr y 500gr mediante la marca Arandanos´ Fresh
- El presente plan permite realizar las operaciones de forma ligera, con bajos costos fijos y a su vez rentable, requiriendo una inversión de S/ 34,935.41 con financiamiento del 43% por el Scotiabank y el 57% con el aporte de socios
- La evaluación económica del proyecto presenta un análisis de los flujos económicos resulta rentable, generando S/ 112,767.05 de valor actual neto y con un TIR de 231%, el cual representa que el proyecto genera el suficiente valor sobre la inversión

6.17. Recomendaciones

- Para un mayor crecimiento se recomienda ampliar las zonas de recolección de arándano congelado, con este crecimiento Arandanos´ Fresh podrá expandir la segmentación de mercado y cubrir la demanda de más estados en del país objetivo
- Por otro lado, Arandanos´ Fresh deberá planificar asistir a más ferias internacionales y ruedas de negocio para captar y desarrollas contactos con empresa tanto de Estados Unidos como a nivel mundial
- Considerar en un mediano plazo hacer una asociación con pequeños agricultores locales, los cuales puedan producir arándanos a mayor escala con los cuales Arandanos´ Fresh se pueda trabajar como socios estratégico

REFERENCIAS

1) Cámara de Comercio de Lima (2017). Arándanos. Obtenido de https://www.camaralima.org.pe/wp content/uploads/2020/06/Opertunidades-y-retos-en-la-exportaci%C3%B3n-de-ar%C3%A1ndanos.pdf

2) Bevilcqua, R. (2014, 22 de diciembre) 7 sorprendentes beneficios de los arándanos que desconocías. Upsocl. Recuperado de: http://www.upsocl.com/verde/7sorprendentes-beneficios-de-los-arandanos-que-desconocias/

3) Fresh Plaza (2017, 12 de abril). Estados Unidos, el consumo de arándanos continuará en expansión. Icex. Recuperado de: http://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zonacontacto/revista-el-exportador/noticias/NEW2017706163.html

4) Mincetur (2016). Comercio Bilateral Perú – Estados Unidos [archivo PDF]. Recuperado de: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=163&Itemid=182

5) Oficina Comercial de Perú en Miami. Perfil de Mercado de Arándanos en los Estados Unidos de Norteamérica. Siicex (s/f). Recuperado de: http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/679028340radE80FF.pdf

6) US Highbush Blueberry Council (2017, 10 de abril). Blueberry consumption set to continue climbing. Fresh Plaza. Recuperado de: http://www.freshplaza.com/article/173740/Blueberry-consumption-set-tocontinue-climbing

7) PORTALFRUTICOLA. Noticias. Los arándanos cuentan con espacio para

seguir creciendo. Marzo 2014.

8) ASTETE BADILLA, Felipe Evaluación Técnico y Económica de la Producción y Exportación de Arándanos Frescos a Estados Unidos. Universidad de Chile. 2008

9) Miguel Bentin – Pro Arandanos (2014). Arandanos en el Peru Desafios y Perspectivas. Obtenido de https://arandanosperu.pe/2019/08/02/arandanos-peruanos-ya-pasaron-la-barrera-de-las-100-mil-toneladas/

10) Ministerio Agricultura y Riego (2016). El Arandano en el Peru y el Mundo, produccioin, comercio y perspectivas. Obtenido de http://bibliotecavirtual.minagri.gob.pe/index.php/analisis-economicos/boletines/2016/36-el-arandano-en-el-peru-y-el-mundo/file

11) Benavides G. Liliana (2013). Estudio de Pre factibilidad para la producción y comercialización de arándanos en condiciones de valles andinos. Elaborado para Sierra Exportadora

12) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). Guía de envases y embalajes. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/envases%20y%20embalajes.pdf

13) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a Estados Unidos. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf

14) University of Florida (2014). An Overview of US Blueberry Production, trade and consumption, with special reference to Florida. https://edis.ifas.ufl.edu/fe952

15) Instituto de Investigaciones Agropecuarias (2017). Manuel de Manejo Ergonómico del arándano. Obtenido de

https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/manual-arandanos.pdf?sfvrsn=0

16) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016). Plan de Desarrollo de Mercado Estados Unidos. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/plan-de-desarrollo-de-mercado-2/

17) Oficina Comercial de Peru en Miami (2011). Perfil de Mercado de Arandano en los Estados Unidos de Norteamerica. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/679028340radE80FF.pdf

18) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018). Análisis de los Costos Marítimos y Portuarios. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Costos_Portuarios_Maritimos_Peru.pdf

19) Promperu (2015). Guia de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf

20) Hapag Lloyd (2017). Tarifario. Recuperado de https://www.hapag-lloyd.com/es/online-business/quotation/quick_quotes.html?gclid=EAIaIQobChMI_t2KrNul6wIVF4iGCh2DWgKyEAAYASAAEgLqv_D_BwE

21) Adex. Distribución física Internacional de los arándanos para la participación en ferias. Obtenido de: http://www.adexPerú.edu.pe/investigacion/images/titulaciontrabajos/2015/DISTRIBUCI%C3%93N_FISICA_INTERNACIONAL_DE_AR%C3%81NDANOS_

PARA_L
A_PARTICIPACI%C3%93N_EN_FERIAS_INTERNACIONALES.pdf

22) Agrodata (9 de enero del 2016). Arándanos Perú Exportación Diciembre 2016. Obtenido de www.agrodataPerú.com

23) Arándanos Perú. (2014). Arándanos y berries de Perú. Obtenido de http://arándanosPerú.wordpress.com/arándanos/

24) Arándanos de Estados unidos (2013). El toque saludable. Astete Badilla, F. (2008). EVALUACIÓN TÉCNICO Y ECONÓMICA DE LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS FRESCOS A ESTADOS UNIDOS. (Tesis Doctoral). Universidad de Chile. Santiago, Chile. 21 pp.

25) Blueberrycouncil.org. 2013. Where blueberries grow. US Highbush Blueberry Council, Folsom, CA. Obtenido de:http://www.blueberrycouncil.org/blueberry-facts/where-blueberries-grow/

26) CLASE CONTABLE (2011) ¿DENOMINACION O RAZON SOCIAL? Obtenido de: http://aulacontable paccelly.blogspot.pe/2011/01/denominacion-o-razon-social.html

27) El comercio (05 de diciembre 2013). Exportaciones de arándanos. Obtenido de http://elcomercio.pe/economia/Perú

28) Exporta Fácil-Sunat. PASOSPARA INICIAR UN NEGOCIO. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/iniciarNegocio.htm

29) Food and Drug Administration (2013) INSPECTION, COMPLIANCE, ENFORCEMENT, AND CRIMINALINVESTIGATIONS. Obtenido de: http://www.fda.gov/iceci/enforcementactions/warningletters/tobacco/ucm3

21430.htm

30) Frutiland. Proceso del Arándano (2014) Obtenido de: http://www.fruitland.cl/arándano.php

31) Ministerio de Agricultura (2012). Resultados definitivos del IV Censo Nacional Agropecuario. Obtenido de: http://www.minag.gob.pe/portal/download/pdf/especiales/cenagro/resul_finales.pdf

32) Ministerio de Agricultura y Riego. (2016). EL ARÁNDANO en el Perú y el mundo. Producción, Comercio y Perspectivas 2016, 1, 42.

33) Nursey.Inc, F. &. (2010). World Blueberry Update. FallCreek, 11, 12.

34) Portal Frutícola (3 de setiembre de 2012). Arándano: la nueva estrella de la agroexportación Peruana. Obtenido de http://www.portalfruticola.com/2012/09/03/arándano-la-nueva-estrella-de-la-agro- exportacion-Perúana/?país=Perú

35) Red agrícola (2012). Crece el interés por los arándanos Peruanos. Obtenido de http://www.redagricola.com/noticias/Perú/crece-el-interes-por-los-arándanos- Peruanos

36) Sierra Exportadora (2013). Catálogo de Productos: Arándanos. Obtenido de http://www.sierraexportadora.gob.pe/productos/catalogo-de productos/

37) Siicex. (2012) Perfil de Mercados de arándanos. Obtenido de www.siicex.gob.pe/documetosportal

38) Sunarp. Pasos para inscribir a tu empresa (2015) Obtenido de http://www.pqs.pe/emprendimiento/sunarp-pasos-para-inscribir-tu-empresa

39) TradeMap (2013). Estadísticas del comercio Mundial. Obtenido de: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx