



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE ARÁNDANOS
ENDULZADO CON ESTEVIA AL MERCADO DE MIAMI-
ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADO POR
NOELIA NICOLE PALACIOS CARRERA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2021**



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE ARÁNDANOS ENDULZADO CON
ESTEVA AL MERCADO DE MIAMI- ESTADOS UNIDOS

Presentado por:

Bachiller: Noelia Nicole Palacios Carrera

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lima - Perú

2021

Agradecimiento

*Agradezco a Dios por brindarme el Don de la
fortaleza el cual me ha acompañado en el
transcurso del presente trabajo.
Así mismo agradezco a mi familia, amigos,
profesores, compañeros y personas especiales
en los cuales he sentido apoyo constante.*

Índice de Contenido

1.	Estructura General del Plan de Negocio	1
2.	Organización y Aspectos Legales	3
2.2.	Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	5
2.3.	Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	6
2.4.	Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	8
2.5.	Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa, Características.	9
2.6.	Estructura Orgánica.....	10
2.7.	Cuadro de asignación de personal.	16
2.8.	Forma Jurídica Empresarial.....	16
2.9.	Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	20
2.10.	Requisitos y Trámites Municipales	22
2.11.1	Requisitos para la obtención de RUC – Persona Jurídica.	23
2.11.2	Modalidades de Inscripción.....	24
2.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	25
2.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral.	26
2.14.	Modalidades de Contratos Laborales.	29
2.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	32
3.	Plan de Marketing Internacional.....	33
3.1.	Descripción del Producto.....	33

3.1.1	Clasificación Arancelaria	33
3.1.2	Propuesta de Valor.....	34
3.1.3	Ficha Técnica Comercial	37
3.2.	Investigación del Mercado de Objetivo	39
3.2.1	Segmentación de mercado objetivo	40
3.2.2	Tendencias de consumo	45
3.3.	Análisis de la oferta y la demanda	50
3.3.1	Análisis de la Oferta	50
3.3.2	Análisis de la Demanda.....	51
3.4.	Estrategias de Ventas y Distribución	54
3.4.1	Estrategias de Segmentación.....	54
3.4.2	Estrategias de Posicionamiento	55
3.4.3	Estrategias de Distribución.....	56
3.5.	Estrategias de Promoción.....	56
3.6.	Tamaño de planta. Factores condicionantes.	58
4.	Plan de Logística Internacional	59
4.1.	Envases, Empaques y Embalajes	59
4.2.	Diseño del Rotulado y Mercado.....	68
4.2.1	Diseño del Rotulado	68
4.2.2	Diseño del Mercado.....	72

4.3. Unitarización y Cubicaje de la Carga.....	76
4.4. Cadena de DFI de Exportación	82
4.5. Seguro de las Mercancías	92
5. Plan de Comercio Internacional	93
5.1. Fijación de Precios	93
5.1.2 Cotización Internacional	109
5.2. Contrato de Compra Venta Internacional y sus Documentos	112
5.3 Elección y Aplicación del Incoterm	115
5.4. Determinación del Medio de Pago y Cobro	118
5.5. Elección del Régimen de Exportación	124
5.6. Gestión Aduanera del Comercio Internacional	126
5.7. Gestión de las Operaciones de Exportación: Flujo grama.....	129
5.8. Gestión de las Operaciones de Producción del Bien o Servicio a Ejecutar: Flujo Grama.....	130
6. Plan Económico Financiero.....	132
6.1. Inversión Fija	132
6.1.1 Activos Tangibles	132
6.2. Capital de Trabajo	137
6.3. Inversión Total	138
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	139

6.5. Fuentes Financieras y Condiciones de Crédito	140
6.6. Presupuesto de Costos	141
6.7. Punto de Equilibrio	143
6.8. Tributación de la Exportación	145
6.9. Presupuesto de ingresos	146
6.10. Presupuesto de Egresos	147
6.11. Flujo de Caja Proyectado	149
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida	152
6.13. Evaluación de la Inversión.....	153
6.13.1 Evaluación Económica.....	153
6.13.2 Evaluación Financiera.....	154
6.13.3 Evaluación Social.....	155
6.13.4 Impacto Ambiental	155
6.14. Evaluación de Costo Oportunidad del Capital de Trabajo	156
6.15. Cuadro de Riesgo del Tipo de Cambio.....	157
7. Conclusiones y Recomendaciones	158
7.1. Conclusiones	158
7.2. Recomendaciones.....	160
8. Anexo.....	161
9. Bibliografía	174

Índice de Tabla

Tabla 1. Cuadro comparativo del tipo de empresa según Ley MYPE.	10
Tabla 2. Determinación de competencia profesional - Gerente General.....	12
Tabla 3. Determinación de competencia profesional - Gerente de Operaciones. ...	13
Tabla 4. Determinación de competencia profesional - Gerente Comercial.	14
Tabla 5. Asignación de personal.	16
Tabla 6. Tipo de sociedades comerciales.	17
Tabla 7. Componentes de la Tabla	25
Tabla 8. Diferencia de regímenes laborales.....	26
Tabla 9. Tipo de Trabajo Sujeto a Modalidad	30
Tabla 10. Clasificación Arancelaria de la mermelada de arándanos.....	34
Tabla 11. Propuesta de Valor.....	35
Tabla 12. Ficha Comercial de Mermelada de Arándanos	37
Tabla 13. Principales Importadores Mundiales	40
Tabla 14. Criterio de Selección de Mercado	41
Tabla 15. Selección de mercado de Destino.....	42
Tabla 16. Exportaciones de mermelada de Arándanos al mercado de Estados Unidos	42
Tabla 17. Principales Estados con mayor cantidad de habitantes de Estados Unidos	43
Tabla 18. Principales importadores de mermelada de Arándanos por estados	43
Tabla 19. Selección de ciudades de Estados Unidos	44
Tabla 20. Informaciones de la Ciudades Preseleccionadas.....	44

Tabla 21. Características del Estado de Florida.....	45
Tabla 22. Tendencia de Consumo	46
Tabla 23. Principales países exportadores de Mermelada de Arándanos	50
Tabla 24. Importación de Mermelada de Arándanos	51
Tabla 25. Importación de mermelada de Arándanos para un producto exportado por América.....	52
Tabla 26. Demanda Proyectada.....	52
Tabla 27. Demanda Insatisfecha.....	53
Tabla 28. Distribuciones de las áreas	58
Tabla 29. Característica de la Paleta	65
Tabla 30. Etiquetado General	68
Tabla 31. Etiqueta Nutricional	69
Tabla 32. Tipos De Marcas	73
Tabla 33. Mercado de la Carga.....	74
Tabla 34. Medidas de Envase, Empaque y Paleta.....	80
Tabla 35. Criterios de selección de empresas proveedoras	85
Tabla 36. Criterios de selección de empresas proveedoras	86
Tabla 37. Criterios de selección de empresas de Maquila.....	87
Tabla 38. Criterios de Selección de Operador Logístico	90
Tabla 39. Tipos de Póliza.....	92
Tabla 40. Principales Precios por la Partida 2007.99.91.00 (Expresado en Dólares)	99
Tabla 41. Principales Empresas que exportan por la Partida 2007.99.91.00 (Expresado en Dólares)	100

Tabla 42. Costos Directos (Expresado en Dólares)	101
Tabla 43. Costo de Producto Tercerizado (Expresado en Dólares)	102
Tabla 44. Costos de Exportación (Expresado en Dólares)	103
Tabla 45. Costos de Exportación (Expresado en Dólares)	104
Tabla 46. Gastos Fijos (Expresado en Dólares).....	105
Tabla 47. Gastos Administrativos (Expresado en Dólares)	105
Tabla 48. Gastos de Venta (Expresado en Dólares).....	106
Tabla 49. Costos Fijos (Expresado en Dólares).....	107
Tabla 50. Costos Variables (Expresado en Dólares)	108
Tabla 51. Proyección de Costos Variables (Expresado en Dólares).....	108
Tabla 52. Estructura de Precios (Expresado en Dólares)	109
Tabla 53. Comparación de INCOTERMS	115
Tabla 54. Costos por Incoterm	116
Tabla 55. Ventajas y Desventajas de Carta de Crédito.....	122
Tabla 56. Gastos de Carta de Crédito (Expresado en Dólares)	124
Tabla 57. Activos Tangibles	133
Tabla 58. Activos Intangibles	134
Tabla 59. Capital de Trabajo	137
Tabla 60. Inversión Total.....	138
Tabla 61. Inversión y Financiamiento.....	139
Tabla 62. Fuentes Financieras.....	140
Tabla 63. Amortizaciones.....	140
Tabla 64. Costos Directos	142
Tabla 65. Costos Indirectos.....	142

Tabla 66. Costos Totales	143
Tabla 67. Punto de Equilibrio	144
Tabla 68. Tributación de Exportación.....	145
Tabla 69. Ingreso por Ventas	147
Tabla 70. Egresos	148
Tabla 71. Flujo de Caja Proyectado	149
Tabla 72. Estado de Ganancias y Perdidas	152
Tabla 73. Evaluación Economía.....	153
Tabla 74. Evaluación Financiera	154
Tabla 75. Costo de Oportunidad	156

Índice de Imagen

Imagen 1: Consulta Razón Social SUNAT	3
Imagen 2. Ubicación del domicilio fiscal.....	7
Imagen 3. Marca del Producto	21
Imagen 4. Exportaciones Jalea y Mermelada	47
Imagen 5. Principales Importadores de Mermeladas y Jaleas	48
Imagen 6. Envase del Producto	60
Imagen 7 Empaque Interno Separadores de Cartón Corrugado.....	62
Imagen 8. Empaque Secundario.....	62
Imagen 9. Apilamiento del Producto	67
Imagen 10. Sellado con Strech Film	67
Imagen 11. Etiqueta Actualizada.....	71
Imagen 12. Pictogramas	75
Imagen 13. Contenedor Americano	77
Imagen 14. Distribución de Áreas de la Empresa	85
Imagen 15. Fijación de Precio basado en la competencia local.....	95
Imagen 16. Fijación de Precio basado en la competencia internacional.....	97
Imagen 17. Fijación de Precio basado en la Psicología del Consumidor	98
Imagen 18. Proceso de Exportación	124
Imagen 19. Regularización de la Exportación	126

Índice de Figura

Figura 1. CIIU de empresa	6
Figura 2. Organigrama de la empresa	11
Figura 3. Clases de Contrato	29
Figura 4. Lienzo de Propuesta de Valor	36
Figura 5. Marcas de Fumigación de Pallets	78
Figura 6. Tipos de Contenedor.....	80
Figura 7. Operadores Logísticos	91
Figura 8. Fijación del Precio Basado en el Costo.....	94
Figura 9. Fijación del Precio basado en precio Objetivo	94
Figura 10. Cotización Internacional.....	111
Figura 11. Diagrama de Flujo de Crédito Documentario	121
Figura 12. Proceso de Exportación Definitiva	129
Figura 13. Gestión de Operaciones	130

Índice de Anexo

Anexo 1. Contrato de Compra Venta Internacional.....	161
Anexo 2. Factura Comercial.....	167
Anexo 3. Orden de Compra Internacional.....	168
Anexo 4. Guía de Remisión del Remitente	169
Anexo 5. Guía de Remisión Transportista	170
Anexo 6. Packing List o Lista de Empaque.....	171
Anexo 7. Booking Note o Reserva de Espacio.....	172

Resumen Ejecutivo

Actualmente el mundo se encuentra en una crisis socio-económica, causada por la pandemia del Covid -19, el cual tiene sus inicios en la ciudad de China a finales del 2019 y se ha expandido por el mundo entero, causando cambios a nivel social y en el estilo de vida de las personas, de tal manera que las preferencias de consumo alimenticio han variado eligiendo el consumo natural, saludable y orgánico

Los aspectos de oferta, demanda, el perfil del consumidor. Se detalla las

condiciones con las que cumple el producto de acuerdo con la FDA (Food and Drug Administration), así como la unitarización y cubicaje de la carga para su distribución física internacional. Se realiza un análisis de fijación de precios, determina el Incoterm y elección del régimen de exportación. Se ha establecido que la exportación de mermelada de arándano orgánico con estevia a New York goza de preferencias arancelarias exonerado de pago de aranceles en EEUU y de impuesto del IGV y del ISC en el Perú, que presenta una gran aceptación en el estado de New York a público entre 25 a 45 años con tendencia al consumo saludable de productos nutritivos, exportados en frascos de 200 gramos (08 onzas) a un precio de costo de USD \$ 2.21, cuya elaboración de la mermelada es tercerizada a una empresa maquila y es distribuida mediante un operador logístico usando el incoterm FOB, es viable comercialmente, técnicamente y financieramente. La inversión inicial del proyecto asciende a \$ 24,393. Se obtiene un VANF positivo de \$ 41,093. 02, una TIRF de 106% y un Beneficio/ Costo de \$ 3.81; el Periodo de Recuperación de la inversión es al segundo año.

1. Estructura General del Plan de Negocio

En el siguiente plan, se ha desarrollado el procedimiento y el análisis para la implementación de una empresa exportadora de mermelada de Arándanos dietética al mercado estadounidense la cual se denominará JAMBERRIES S.A.C.

El arándano, tiene reconocimiento mundial por ser un producto nutritivo y medicinal, por lo cual se ha constituido como un producto de grandes perspectivas económicas para el sector exportador. El aumento de la superficie cultivada y la creciente demanda internacional, han permitido que nuestro país crezca considerablemente en su exportación.

Es por ello que planteamos una propuesta diferencial de un producto derivado del arándano que es la presentación en mermelada, en su elaboración no se utilizará azúcar ni fructuosa pues son consideradas como ingredientes no saludables y causantes del sobrepeso y la diabetes.

En el segundo capítulo del siguiente plan se aborda el desarrollo de la estructura organizacional de la empresa, así como el proceso de creación de la misma, la elección del tipo de sociedad, el régimen tributario, el régimen laboral a fin de obtener un escenario conveniente para el proceso de constitución de la empresa.

En el tercer capítulo se evalúa los aspectos comerciales del producto, el estudio de la clasificación arancelaria, el análisis de la demanda y la oferta, el estudio y definición del mercado meta, las estrategias de segmentación del mercado,

estrategias de branding y posicionamiento, entre otros puntos relacionados a la comercialización y marketing del producto.

En el cuarto capítulo se desarrolla el plan de logística internacional en el cual se diseñan y estudian los envases, embalajes y procesos de unitarización adecuados para el tipo de producto buscando la maximización de espacios y eficacia en la manipulación.

En el quinto capítulo se desarrolla el plan de comercio internacional en el cual se evalúa y se define el proceso de adquisición de la mercadería, con el estudio de cotizaciones, identificación del mejor termino comercial, evaluación del medio financiero a utilizar en la transacción, así como la identificación de los procesos de exportación y la definición del proceso de comercialización local.

En el sexto capítulo se evalúa financieramente identificando ingresos, egresos, así como los costos fijos, variables, directos, e indirectos y la tasa de retorno y rentabilidad del plan de negocios propuesto.

2. Organización y Aspectos Legales

2.1. Nombre o Razón Social

La razón social identifica las empresas ante SUNAT y el nombre comercial identifica a las empresas con el cliente.

Para el presente plan de negocios se ha determinado denominar a la empresa como JAMBERRIES S.A.C. en relación a la actividad exportada de la empresa, con el origen de la misma.

Como primer paso para elegir la denominación comercial de la empresa se ha visto por conveniente realizar una búsqueda o consulta en la SUNAT con la finalidad de evitar duplicidades.

JAMBERRIES S.A.C.

Imagen 1: Consulta Razón Social SUNAT

Consulta RUC

Resultado de la Búsqueda
El Sistema RUC NO REGISTRA un número de RUC para el Nombre o Razón Social JAMBERRIES S.A.C. consultado.
Fecha consulta: 09/10/2020 13:59

Volver

© 1997 - 2020 SUNAT Derechos Reservados

Fuente: <https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>

Los pasos para constituir legalmente la Empresa JAMBERRIES S.A.C. según la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) consta de seis pasos los cuales se detallarán a continuación:

1. Búsqueda y reserva de nombre

La reserva del nombre es el primer paso para la constitución de la empresa, no debe existir en el mercado un nombre o razón social igual o similar al nombre propuesto, para la nueva empresa a constituir. Una vez ya seleccionado se procede con la reserva para evitar que otra empresa pueda utilizar este nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad

Es un documento en el cual los miembros de la sociedad manifiestan la voluntad de constituir la empresa, la minuta consta del pacto social en el cual se detallan los acuerdos de los socios y los datos relevantes a las sociedades tales como: la razón social, el objeto social, el capital, la administración, reglas para modificar el estatus, aprobar balances aplicación de utilidades, disolución, liquidación y extinción de la sociedad.

3. Aporte de capital

Para la constitución de la empresa es importante el aporte de dinero o bienes, el cual se acreditará por una entidad del sistema financiero nacional, la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad, con la

indicación de la transferencia en la escritura pública o con el informe de valorización detallado y el criterio empleado para su valuación.

4. Elaboración de Escritura Pública ante el notario

La minuta se presenta ante una notaría, el cual da fe de los actos y contratos que se están celebrando y da autenticidad para que pueda ser elevada como escritura pública.

5. Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP

Con la Inscripción, se creará un número donde estarán los títulos relacionados a la empresa.

6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica

El RUC es un número que identifica como contribuyente a una persona jurídica o persona natural, el cual contiene once dígitos y su uso es obligatorio en toda declaración que se realice ante SUNAT.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

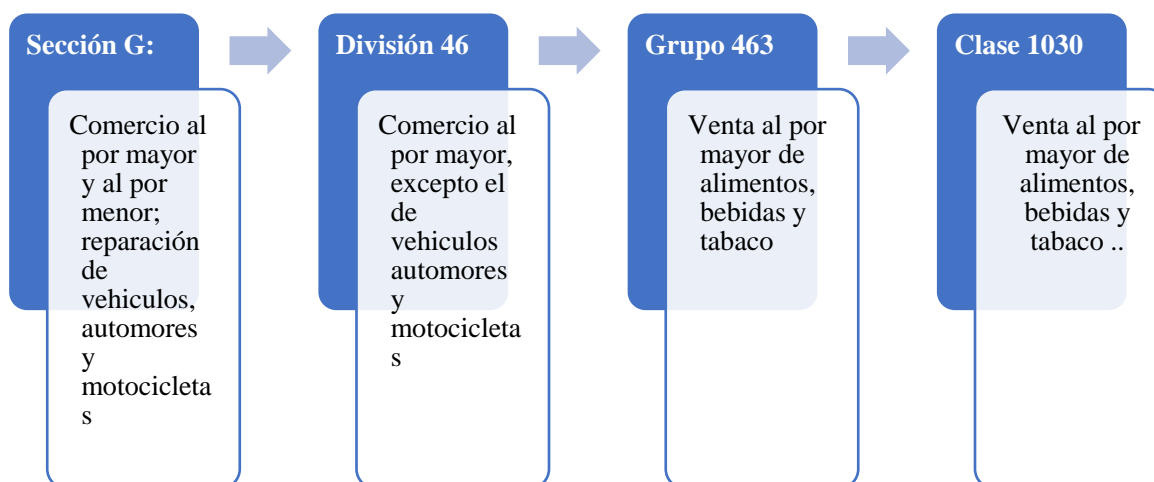
La clasificación industrial internacional uniforme es una clasificación de las actividades económicas de bienes o servicios vigente desde 1948 por la ONU, tiene por finalidad establecer una codificación de las actividades económicas productivas.

Esta clasificación está representada en un código, la composición y orden de cada dígito permite identificar el nivel al cual pertenece.

En los primeros dígitos está reflejado la sección o sector económico de la actividad realizada por la empresa, seguido de la división el cual proporciona detalles de la actividad, el grupo que proporciona particularidades y el código.

En base a lo anterior y tomando en cuenta la publicación realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática que lleva por título: “Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas”, revisión 4 (Lima, enero de 2010), se ha establecido para el presente plan de negocio clasificar las actividades de la futura empresa con el número CIIU: 1030. En la figura 1 se puede observar a mayor detalle a que sección, división, grupo y clase corresponde la actividad económica de la empresa en constitución.

Figura 1. CIIU de empresa



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática, 2010.

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Dentro de los criterios que priman para seleccionar la ubicación física de la empresa están la facilidad y diversidad de puntos de acceso, cercanía al maquilador y a entidades relacionadas a la exportación (puerto, aeropuerto y terminales aduanero)

En base a lo antes mencionado se ha considerado inicialmente contar con una oficina administrativa, debido a que la producción y almacenaje será tercerizado, considerando alquilar un espacio dentro de la casa del gerente general ubicado en Jr. San Martín 898 Magdalena del Mar a todo costo y mediante un contrato de arrendamiento donde se establecerán los términos y condiciones pactadas.

Imagen 2. Ubicación del domicilio fiscal



Fuente: Google Maps

2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

Con la planeación estratégica se inicia la acción de consolidar la idea del negocio inicial, realizando un análisis interno y externo de la organización definiendo el panorama real de la empresa. buscando listar las directrices que permitirán su desarrollo futuro

Objetivos Generales:

Liderar el mercado exportador de mermelada a base de arándanos

Ofrecer ideas innovadoras, facilitando y resguardando la vida de nuestros clientes.

Compromiso de calidad del producto.

Objetivos Específicos

Generar utilidades para el primer año del 30% sobre el valor del producto.

Generar una rotación de inventario del 5% anual.

Misión

Somos una empresa que ofrece una propuesta de valor, aprovechando los beneficios del arándano en presentación en mermelada, destacando sus propiedades nutritivas.

Visión

Empresa líder en la exportación de mermelada de arándanos, contribuyendo en el desarrollo sostenible de los agricultores y del medio ambiente y desarrollando continuamente en la innovación de productos de alto valor nutricional.

Valores:

Calidad: Estar comprometidos con la calidad del producto, superando los estándares internacionales

Excelencia: Nos apasiona crear valores para nuestros clientes, poniéndolos en el corazón de todo lo que hacemos

Trabajo en Equipo: Estamos comprometidos en dirigir nuestro negocio de una manera confiable y éticamente responsable.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa, Características.

Con el objetivo de la formalización de las actividades peruanas en el Perú, el Poder Legislativo promulgo la Ley N°28015 el 03 de julio del 2003, *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*, y el 28 de junio del 2008 se aprobó por el Decreto Legislativo N.º 1086, *Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente* la cual no solo regula aspectos laborales sino también problemas administrativos, tributario y de seguridad social, que se habían convertido en barreras burocráticas por más de treinta años.

Con el transcurrir del tiempo los escenarios se han ido moldeando a la actualidad económica del país, es por ello que el 30 de setiembre del 2008 se promulgo el Decreto Supremo N° 007-2008 -TR, con la finalidad de dar mayor alcance y presión al decreto antes promulgado, finalmente el 2 de julio de 2013 se promulga la Ley 30056, que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) elaborada por el Instituto de Estadística e Informática (INEI) la Micro y Pequeña empresa (MYPE), representaron el 95% de empresas peruanas y emplearon a un 47.5% de la

población económicamente activa, lo que equivale a un crecimiento del 4% y un 19.3% del Producto bruto interno (PBI).

Tabla 1. Cuadro comparativo del tipo de empresa según Ley MYPE.

Tipo de Empresa	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa
Total, de ingresos o ventas anuales	Menor a 150 UIT	Mayor a 150 UIT y menor a 1,700 UIT	Mayor a 1,700 UIT y menor a 2,300 UIT
Monto en soles, considerando UIT 2020 (S/ 4300)	645,000	>645000 <7,310,000	>7,310,000 <9,890,000
Número de trabajadores	No hay limite	No hay limite	No hay limite

Fuente: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

Por lo antes expuesto, para el siguiente plan de negocio se ha considerado clasificar la empresa dentro de las microempresas, estimando que las ventas proyectadas para el primer año no exceden a 150 UIT.

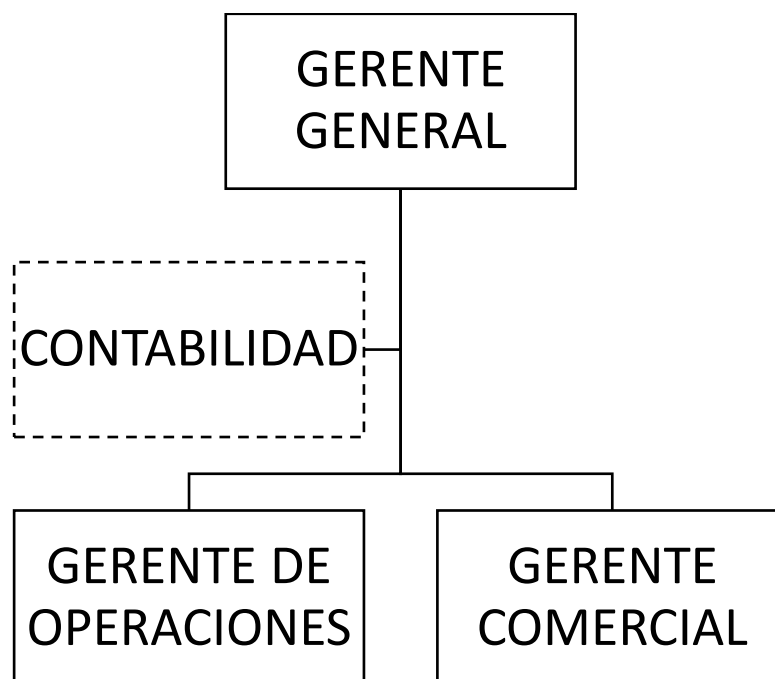
2.6. Estructura Orgánica

Dentro del plan estratégico del negocio es importante definir la estructura organizacional de la empresa y determinar las funciones del personal, los cuales contribuirán con el alcance de los objetivos institucionales

JAM BERRIES S.A.C al ser una empresa nueva en el mercado, contara con áreas específicas e indispensable para el optimo funcionamiento de la empresa.

Así mismo considerando el grado de dificultad y carga de las áreas se ha determinado el siguiente esquema organizacional:

Figura 2. Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. Determinación de competencia profesional - Gerente General.

Determinación de Competencias Profesional

I. Generalidades

Puesto: Gerente General - Gerente Administrativo

Área: Gerencia General

Puesto (s) al (los)

que reporta(n): Accionistas

Puesto (s) que le

reportan (n): Todas las áreas de la empresa

Puesto que lo

reemplaza: Gerente Comercial

II. Objetivo del puesto

Dirigir y controlar el desarrollo de todas las actividades, planificando las metas de mediano y largo plazo, garantizando la rentabilidad de la misma.

III. Funciones y responsabilidades principales

- Impartir directivas para el adecuado funcionamiento de la empresa.
 - Representar a la empresa ante cualquier entidad u organización pública o privada.
 - Supervisar la eficiencia del manejo del capital de trabajo y del recurso humano.
 - Verificar y supervisar el cumplimiento de los objetivos.
 - Gestionar trámites administrativos.
 - Controlar internamente la empresa.
 - Gestionar de Administración y Representación legal.
 - Controlar el cumplimiento de los dispositivos legales, procedimientos y demás vinculados con el personal de la empresa.
-

IV. Competencias

Educación:	Título Profesional en Ingeniería Industrial o Ciencias Administrativas.
Experiencia:	Experiencia mayor a 3 años en puestos similares.
Habilidades:	Liderazgo, honestidad, responsabilidad, productividad, capacidad de trabajo bajo presión, orden capacidad de negociación, proactividad, habilidad en manejo de office, ingles nivel avanzado.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3. Determinación de competencia profesional - Gerente de Operaciones.

Determinación de competencias profesional

I. Generalidades

Puesto:	Gerente de Operaciones
Área:	Logística y Comercio Exterior
Puesto (s) al (los) que reporta(n):	Gerente General
Puesto (s) que le reportan (n):	Ninguno
Puesto que lo reemplaza:	Gerente General

II. Objetivo del puesto

Realizar las actividades logísticas y de exportación de la empresa

III. Funciones y responsabilidades principales

- Realizar el control de los proveedores y terceros.
- Coordinar con las agencias de aduana y preparar la documentación de exportación
- Coordinar y contratar servicio de transporte
- Conocer los aspectos ambientales que sus actividades generan para su respectiva prevención y mitigación.

IV. Competencias

Educación:	Título Profesional en Administración de Negocios Internacionales
Experiencia:	Experiencia mayor a 3 año en puestos similares. Liderazgo, honestidad, responsabilidad, productividad, capacidad de trabajo bajo presión,
Habilidades:	orden capacidad de negociación, proactividad, habilidad en manejo de office, ingles nivel avanzado, conocimiento en comercio exterior.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Determinación de competencia profesional - Gerente Comercial.

Determinación de competencias profesional	
I. Generalidades	
Puesto:	Asistente Comercial
Área:	Ventas

Puesto (s) al (los) que reporta(n):	Gerente Comercial - Gerente General
Puesto (s) que le reportan (n):	Ninguno
Puesto que lo reemplaza:	Gerente Comercial - Gerente General

II. Objetivo del puesto

Optimizar el funcionamiento comercial y financiero de la empresa.

III. Funciones y responsabilidades principales

- Dar seguimiento a los pedidos de los clientes
- Recepción y trámite de quejas de clientes.
- Registro de comprobantes de pago
- Controlar los inventarios y reportar la necesidad de adquisición.
- Asistencia a Gerencia

IV. Competencias

Educación:	Bachiller en Ciencias Administrativas.
Experiencia:	Experiencia mayor a 1 año en puestos similares.
Habilidades:	Honestidad, servicio, responsabilidad, productividad, capacidad de trabajo bajo presión, orden, proactividad, habilidad en manejo de office.

Fuente: Elaboración Propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

La empresa estará conformada por 3 personas contratadas y registradas en planilla, el Gerente General que cumplirá las funciones administrativas y financieras de la empresa, un gerente de operaciones y un gerente comercial. Como apoyo a la gestión se encuentra el contador y la empresa tercera que se encarga de la producción de la mermelada

Tabla 5. Asignación de personal.

Cantidad	Cargo	Forma Parte de los Accionistas	Grado Académico	Sueldo Bruto Mensual
1	Gerente General	Accionista	Superior	S/ 1,800
1	Gerente de Operaciones	Accionista	Superior	S/ 1,100
1	Gerente Comercial	Contratado	Superior	S/ 1,100

Fuente: Elaboración Propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La ley general de sociedades N°26887, da mención de la constitución de una empresa en el cual aporta bienes o servicios para el ejercicio de las actividades económicas y se diferencian unas de otras por la responsabilidad que tiene los accionistas, el número y otras características que se detallan a continuación:

Tabla 6. Tipo de sociedades comerciales.

Tipo de Sociedad	Número de socios o accionistas	Características
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. E.I.R.L.	Máximo: 1	<p>Capital limitado únicamente al aporte realizado por el único socio al momento de constituir la empresa.</p> <p>No arriesga su patrimonio personal.</p> <p>Monto de capital fijado por el único accionista</p> <p>Pequeños emprendedores que buscan formalizarse.</p> <p>Gerente General es a la vez único accionista</p> <p>Sujeto a obligaciones y formalidades establecidas legalmente.</p>
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada. S.R.L.	Mínimo: 2 Máximo: 20	<p>Capital limitado al aporte realizado por cada accionista. No arriesga el patrimonio personal de cada uno de los socios.</p> <p>Decisiones y acuerdos realizados mediante la Junta de propietarios en</p>

		<p>función al capital aportado por cada socio.</p> <p>Transferencia de acciones debe elevarse a escritura pública e inscribirse en la SUNARP.</p> <p>Normalmente son empresas familiares.</p> <p>Estructura orgánica conformado por Junta nacional de Socios, y Gerencia.</p> <p>Responsabilidad limitada al monto de sus aportes, en el capital.</p> <p>Capital representado en acciones, según aportación de accionistas.</p> <p>Acciones y aumento de capital deben ser inscritos en Registros Públicos</p>
Sociedad Anónima	Mínimo: 2	Acciones del mismo valor entre los
S.A.	Máximo: Ilimitado	accionistas, deben ser nominativas, Acciones de derecho público.
		Estructura Orgánica conformada por la junta general de accionistas, el directorio y la gerencia.

		<p>Responsabilidad limitada al monto de sus aportes, en el capital.</p> <p>Capital limitado al aporte realizado por cada accionista. No arriesga el patrimonio personal de cada uno de los socios. Acciones no inscritas en registros Públicos</p> <p>Decisiones y acuerdos realizados mediante la Junta de propietarios en función al capital aportado por cada socio.</p>
Sociedad Anónima	Mínimo: 2	Estructura orgánica regulado por
Cerrada. S.A.C.	Máximo: 20	Gerente General, cuentas con un estatuto en donde se establece los lineamientos del objeto, componente, alcance, entre otros de la empresa.
		Puede tener o no directorio.
		Transferencia de acciones inscrita en un Libro de Matricula o registro privado
		Responsabilidad limitada al monto de sus aportes, en el capital.

		Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas.
		Acciones inscritas en Registros públicos del Mercado de valores.
		Diversidad del tipo de accionistas.
Sociedad Anónima	Mínimo: 750	Acciones y aumento de capital deben ser inscritos en Registros Públicos.
Abierta. S.A.A.		Acciones de derecho público.
		Empresas grandes.
		Responsabilidad limitada al monto de sus aportes, en el capital.

Fuente: Elaboración Propia

En base a lo señalado en la tabla anterior es conveniente para el siguiente Plan de Negocio conformar una Sociedad Anónima Cerrada con responsabilidad limitada.

El Gerente General quien es el fundador de la empresa tiene una participación del 70% junto con un socio el cual tiene participación del 30%.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad

Intelectual (INDECOPI) es el encargado de la promoción del mercado y la protección de los derechos de los consumidores, ampara a la propiedad intelectual, derechos de autor, patentes y biotecnología.

Pasos y requisitos para realizar el registro de la marca según INDECOPI (2018):

1. Determinar el tipo de marca que deseamos registrar.
2. Determinar el bien y/o servicio que se registra bajo la marca.
3. Verificar si la marca que hemos escogido guarda relación con alguna ya existente del mismo rubro.
4. Completar tres ejemplares del formato de solicitud, no olvidar identificarse con el número RUC y dirección de domicilio para futuro envío de notificaciones.
5. Consignar la marca que se pretende registrar.
6. Adjuntar constancia de pago por derecho de trámite. El cuál es el 13.90% de la UIT

Imagen 3. Marca del Producto



Fuente: Elaboración Propia

La marca de la mermelada de arándanos será JAMBERRIES de tipo denominativo el cual es la traducción en ingles la palabra JAM que significa en español mermelada

y BERRIES arándanos o frutos del bosque, con la finalidad de fidelizar al cliente, generando confianza en el producto.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

La Licencia Municipal de Funcionamiento es requisito indispensable para iniciar operaciones en la empresa, contando con los permisos y autorizaciones de la municipalidad pertinente, el cual tiene como finalidad formalizar la empresa y alinear el giro comercial con la zona en que se desarrollara la actividad.

Teniendo en cuenta que la oficina administrativa, estará localizada en el distrito de Magdalena del Mar, los tramites de permisos se darán en dicha municipalidad.

A continuación, se listarán los requisitos necesarios para la tramitación de la Licencia de Funcionamiento en Municipalidad de Magdalena del Mar, en función a los metros que se han considerado para la puesta en marcha de este nuevo negocio, un local no mayor a 100m², según TUPA vigente:

1. Llenar y entregar en la ventanilla de Subgerencia de la Municipalidad de Magdalena del Mar, el Formato de Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento y el Formato Declaración Jurada de Cumplimiento de las Condiciones de Seguridad en la Edificación, los cuales pueden ser descargados mediante la página web de la municipalidad.
2. En caso de ser persona jurídica, será necesario la presentación de una copia simple de vigencia de poderes, solicitado en la SUNARP.
3. Si fuese el caso que la empresa desea realizar servicios de salud se debe adjuntar copia simple de la autorización del MINSA. Para el caso de la nueva empresa este requisito no aplicaría.

Dado al tamaño de la empresa esta solo se requería la licencia de funcionamiento, esto facilitaría en la implementación de la empresa, sobre todo en los requisitos legales que exigen. Por otro lado, en las ocasiones en que se requiera almacenaje de productos o algún tipo de insumo, se tercerizará el almacenaje.

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y

Modalidades

El régimen Tributario es el conjunto de normas que regulan el cumplimiento de las obligaciones sustanciales, categorizando a una persona natural o jurídica las formas y niveles para el pago de impuesto.

Todas las actividades económicas deben pagar tributos, y para que se ejecute en el ámbito formal deberán inscribirse ante la SUNAT y obtener su RUC, el cual se caracteriza por la composición de un número de 11 dígitos que se distingue según su tipo de sociedad. Es así que cuando el RUC inicia con el número 1, se estaría haciendo referencia a una persona natural; mientras que si inicia con el número 2 se estaría haciendo referencia a una persona jurídica.

2.11.1 Requisitos para la obtención de RUC – Persona Jurídica.

- Original y copia del DNI del Representante Legal.
- Documento que contemple domicilio fiscal (recibo de servicios públicos, acta de constitución, documentos emitidos por entidad bancaria, otros).
- Original y fotocopia de Partida Registral Certificada por la SUNARP, puede ser electrónica o ficha física, pero no debe tener una antigüedad mayor a 30 días calendarios.

- Se deben presentar los siguientes formatos firmados por el Representante legal.

1. Formulario 2119: Solicitud de Inscripción al RUC o Comunicación de Afectación a Tributos.
2. Formulario 2054: Representantes Legales, directores, Miembros del Consejo Directivo.
3. Formulario 2054 – Anexo: Domicilio de los Representantes legales.
4. Formulario 2046: Declaración de establecimientos anexos (solo en caso de requerir establecimiento adicional para sus actividades).

2.11.2 Modalidades de Inscripción

a) Tramite de RUC Presencial:

a.1) Acercarse al Centro de Servicios al Contribuyente (CSC), estos módulos pueden ser encontrados en los centros MAC.

a.2) Presentar documentación indicada en el punto 2.11.1.

a.3) Verificar la información indicada en el Comprobante de Información Registrada, la cual se entrega por la autoridad con un sello acreditando la validez del documento.

a.4) Solicitar Código de Usuario y Clave de Acceso Sol.

Tramite de RUC Virtual Persona Jurídica:

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

El Registro de Planillas Electrónicas es un documento usado por los contribuyentes, empleadores para declarar su información familiares, prestación de servicios, personal tercero o modalidad diferente laboral, que es registrado mediante una plataforma virtual ante SUNAT.

A partir del 01 de agosto del 2011 las planillas electrónicas están conformadas por dos componentes: Registro de Información Laboral (T-REGISTRO) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME), las cuales comprenden información mensual de los ingresos, descuentos, los días laborados y no laborados, las horas ordinarias y sobretiempo.

Tabla 7. Componentes de la Tabla

T- REGISTRO	PLAME
Es el primer paso a realizar donde se registra de información Laboral.	Se ejecuta después de ingresar los datos en el T-REGISTRO ya que sincroniza la información Planilla mensual de pagos, que comprende información relacionada al tipo de ingreso

Se accede a través de SUNAT, mediante la Clave Sol	Es un aplicativo que se descarga de la página web de la SUNAT y permite realizar operaciones en línea.
--	--

Fuente: Elaboración Propia

Asimismo, se ingresará con la clave SOL al PDT PLAME con el fin de cumplir con la presentación de la Planilla Mensual de Pagos y con la declaración de las obligaciones que se generen, solo las empresas que tenga a su cargo 1 o más trabajadores y /o contrate uno o más trabajadores terceros, practicantes designados a la locación de la empresa.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

Los regímenes laborales surgen como finalidad de promoción, formalización, desarrollo y amparo a los trabajadores de las empresas. La ley N° 28015 promueve la formalización y desarrollo, facilitando el acceso a los derechos laborales y de seguridad social.

A continuación, se muestra la comparación del Régimen laboral Especial frente al Régimen General.

Tabla 8. Diferencia de regímenes laborales

Regímenes Laborales			
Referencias	Régimen general (728)	Régimen especial	
		Micro	Pequeña
Remuneración mínima vital	930	930	930
Jornada laboral máxima	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales
Descanso mínimo obligatorio semanal	24 horas	24 horas	24 horas
Descanso en feriados	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Seguro salud	ES-SALUD 9% del sueldo	SIS	ES-SALUD 9% del sueldo

Sistema de pensiones	AFP o ONP	AFP o ONP	AFP o ONP
Gratificaciones	2 sueldos anuales	no aplica	1 sueldo anual
Vacaciones	30 días	15 días	15 días
CTS	Remuneración mensual por año de servicio	No aplica	Medio sueldo por año, máx. por 6 años
Utilidades	si la empresa es mayor a 21 trabajadores	No aplica	El pago es conforme a ley
Asignación familiar	10% remuneración mínima vital	No aplica	No aplica
Indemnización por despido arbitrario	Sueldo y medio por año, tope máx. de 12 sueldos	10 remuneraciones diarias por cada año de servicio	20 remuneraciones diarias por cada año de servicio tope máx. 120

tope máx.

90

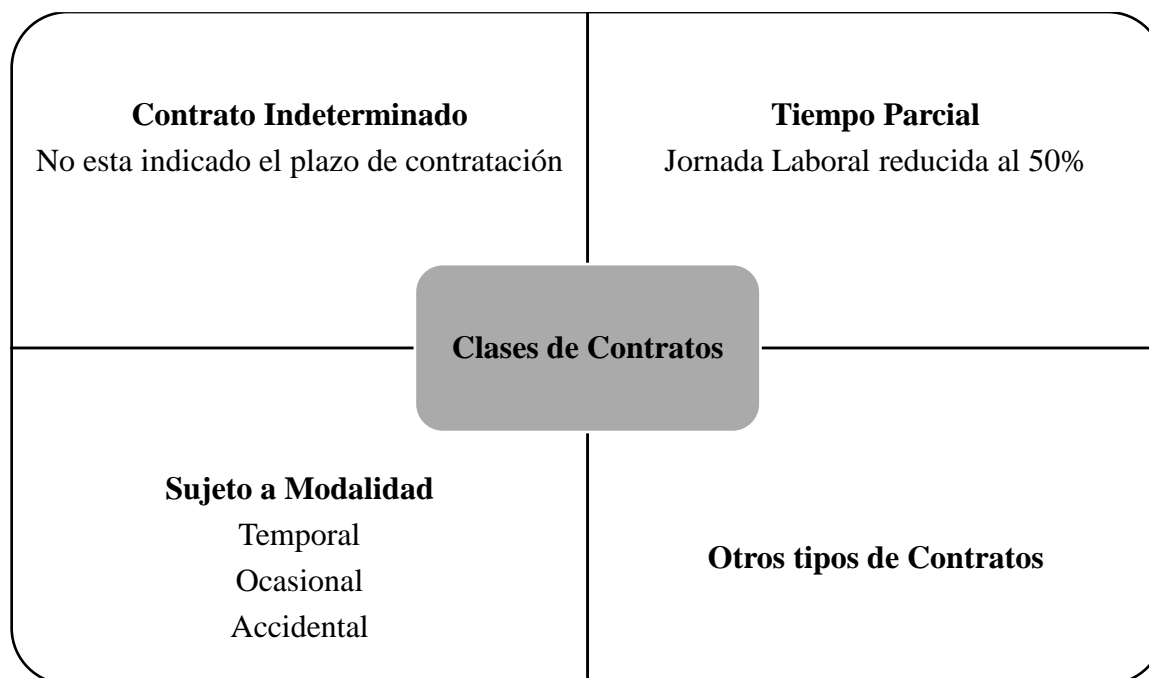
Nuestra empresa JAMBERRIES S.A.C se acogerá al régimen laboral especial y para ello debe estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Un contrato laboral es un acuerdo entre un empleador y un trabajador, por el cual el trabajador se compromete a prestar sus servicios de forma personal y remunerada y el empleador al pago de la remuneración correspondiente.

En JAM BERRIES S.A.C. contaremos con recursos humanos los cuales permitirán el desenvolvimiento adecuado de los procesos de la organización, contando con profesionales los cuales ayudan al desenvolvimiento y desarrollo de la empresa.

Figura 3. Clases de Contrato



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9. Tipo de Trabajo Sujeto a Modalidad

Tipos de Contrato Sujeto a Modalidad		
Contrato de Naturaleza Temporal	Contrato de inicio o lanzamiento de nueva actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Por inicio de nuevas actividades. • Apertura de nuevos establecimientos. • Plazo máximo de uso 3 años.
	Contrato de necesidad de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Atiende incrementos coyunturales de producción. • Duración máxima es de 6 meses al año. • Su período es cíclico o de temporada.
	Contrato por reconversión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Duración máxima de dos años. • Se celebra ante la ampliación o modificación de las actividades de la empresa.
Contrato de Naturaleza Accidental	Contrato Ocasional	<ul style="list-style-type: none"> • Atiende necesidades transitorias. • Duración máxima de 6 meses.
	Contrato de Suplencia	<ul style="list-style-type: none"> • Sustituye a un trabajador estable por un periodo determinado.
	Contrato de Emergencia	<ul style="list-style-type: none"> • Cubre necesidades fortuitas
Contratos de Obras o Servicios Específicos	Contrato de Obra o Servicio Especifico	<ul style="list-style-type: none"> • Celebrado para la ejecución de un servicio específico u obra determinada.
	Contrato Intermitente	<ul style="list-style-type: none"> • Permanentes, pero discontinuos para cubrir necesidades de la empresa. • Preferencia del trabajador para ser contratado.
	Contrato de Temporada	<ul style="list-style-type: none"> • Se cumple solo en determinadas temporadas. • Si el empleado es contratado por tres temporadas seguidas deberá ser contratado en la siguientes.

Fuente: Elaboración Propia

JAMBERRIES S.A.C. se acogerá al contrato por Naturaleza Temporal y el contrato a utilizar dentro de esa modalidad será el contrato de inicio o lanzamiento de nueva actividad, considerando de plazo máximo 3 meses.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Un Contrato es una herramienta esencial para otorgar seguridad jurídica en la empresa, el cual indica obligaciones y responsabilidades de cada parte involucrada en la transacción.

Es por ello que la empresa JAMBERRIES S.A.C. establecerá los siguientes contratos:

Contrato de compra venta

El contrato de compra venta se caracteriza por ser bilateral en derechos y responsabilidades, es de mutuo acuerdo en donde se exporta el producto a cambio de dinero, cabe señalar que una orden de compra no es considerada como un contrato de compra- venta.

Contrato por prestaciones de Servicio

La Empresa JAMBERRIES S.A.C, generara un contrato para la empresa procesadora de alimentos, la cual será tercerizara en el proceso productivo.

Contrato con Proveedores

Este contrato es muy importante, ya que los proveedores son fuente indispensable en el desarrollo de la organización por ellos es importante tener un contrato donde contenga información acerca del bien y la responsabilidad para las partes.

Contrato de Arrendamiento de Local

Conformado por dos sujetos el arrendador (dueño del inmueble) y el arrendatario (persona interesada en hacer uso del bien inmobiliario por un tiempo determinado),

en el caso de la empresa JAMBERRIES S.A.C. alquilará una oficina en el distrito de Magdalena del Mar, la cual llevará a cabo toda la gestión en la exportación de mermelada de arándanos.

3. Plan de Marketing Internacional

3.1. Descripción del Producto

La mermelada de arándanos es un producto nutritivo que resuelve diferentes enfermedades, contiene altas cantidades de fibra, vitamina C y K magnesio antioxidantes y reguladores metabólicos para el bienestar.

A raíz de los alimentos no saludables han generado enfermedades en el organismo, es por ello que nuestra propuesta de valor es generar una idea de negocio de productos nutritivo, orgánicos sabroso y de fácil consumo.

Por consecuencia de la pandemia del COVID 19, las personas se han preocupado por consumir alimentos que generen inmunidad y sean ricos en proteínas, teniendo así una vida saludable.

La mermelada de arándanos endulzada con estevia es de origen orgánico debido a que cuida al medio ambiente.

Nosotros nos comprometemos a tener los mejores arándanos y la elaboración de la mermelada con los mejores expertos, contribuyendo así con el proyecto a trazar.

3.1.1 Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria es la identificación del producto y/o servicio que se desea exportar como parte de la actividad fundamental del Comercio Internacional, en el cual proporciona un código numérico que determina el régimen tributario y las

prohibiciones a aplicar. En 1954 se integra el Sistema Armonizado con el fin de agilizar la comercialización de mercaderías.

En el ámbito nacional esta clasificación es reglamentada por la Nomenclatura Arancelaria Común de la Comunidad Andina.

La mermelada de arándanos se acogerá a la clasificación arancelaria según la validación de la Cámara de Comercio de Lima.

Tabla 10. Clasificación Arancelaria de la mermelada de arándanos

País	Partida	Descripción
	Arancelaria	
Perú (País de origen)	2007.99.91.00	“Las demás mermeladas de frutas y otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante”
Estados Unidos (País de Destino)	2007.99.45.00	Other jams, obtained by cooking, whether or not containind added sugar or other sweetenind matter

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

3.1.2 Propuesta de Valor

La propuesta de valor constituye una serie de ventajas o diferenciadores que una empresa o persona ofrece a los clientes o consumidores, y explica cómo es que el producto o servicio resuelve o mejora el problema, brindando beneficios específicos los cuales se inclinaran a comprar el producto y no el de la competencia.

La propuesta de valor de JAMBERRIES S.A.C. es satisfacer la necesidad de consumir productos naturales, orgánicos y con gran valor nutricional que son elementos beneficiosos para la salud y ayudan a prevenir enfermedades cardiovasculares y otras relacionadas con el envejecimiento.

La mermelada de arándanos, la cual es endulzada con estevia ingresará al mercado estadounidense, contando con una presentación de vidrio Premium el cual no alterará el sabor, color y consistencia del producto.

El mercado Estadunidense es exigente en el consumo de productos orgánicos, ya que la población viene tomando conciencia sobre las enfermedades a causa de una mala alimentación. Estas características han incrementado en la demanda de mermelada arándanos en EE. UU y se estima que su consumo seguirá aumentando siguiendo con la tendencia mundial de consumir saludablemente.

Tabla 11. Propuesta de Valor

Funcional	Alto nivel de Vitaminas, Minerales y antioxidantes
Social	Fácil uso, funcional y útil para la alimentación
Emocional	Orgánico y amigable con el medio ambiente

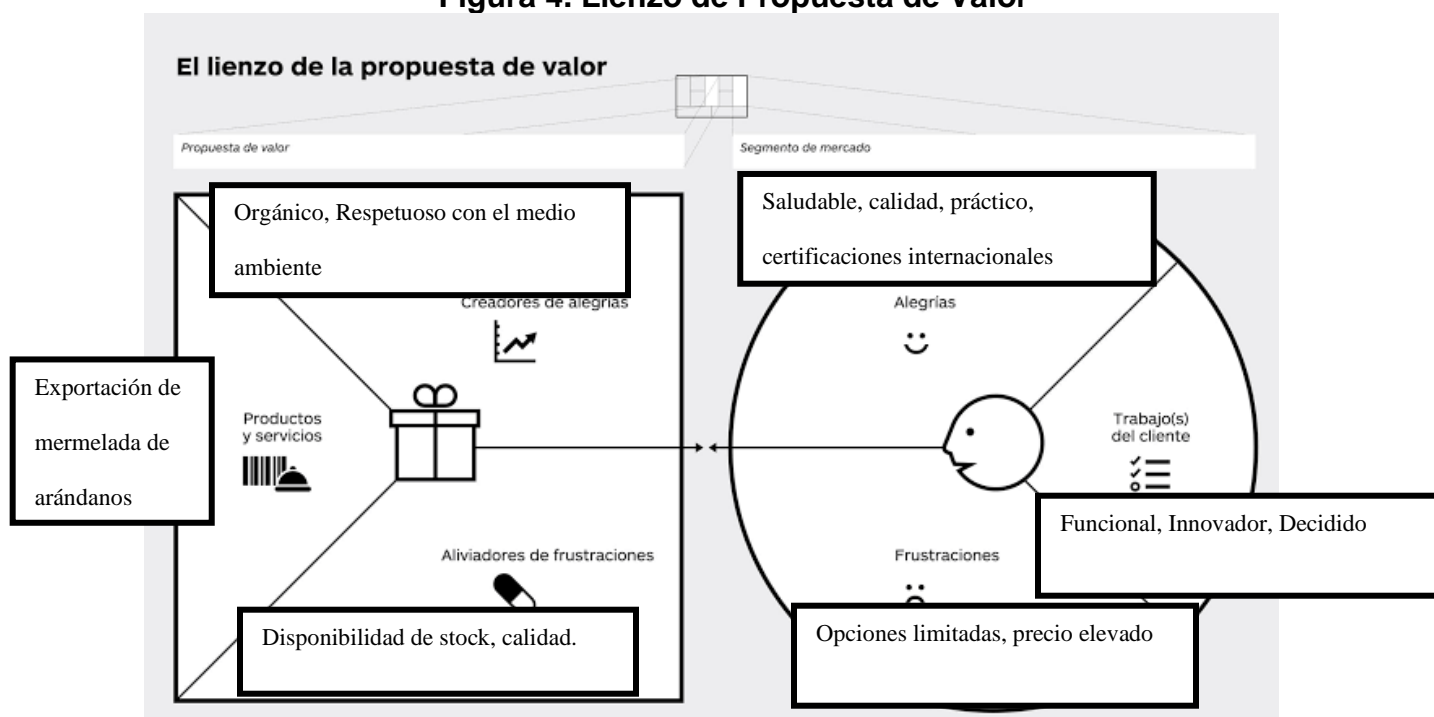
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la tabla 2 la propuesta de valor a nivel funciona, social y emocional esta extendido de la siguiente manera:

En la parte funcional del producto observamos que la mermelada de arándanos concentra un alto nivel de vitaminas, minerales y antioxidantes, que son elementos beneficiosos para la salud, en lo social el producto se caracteriza por ser de fácil uso, necesario y útil para la alimentación de las personas impactando de esa manera en

la vida de las personas y en lo emocional el producto se preocupa por la vida de las personas, al ser de ecológicos y orgánicos.

Figura 4. Lienzo de Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración Propia

El Lienzo de propuesta de valor describe las tareas relacionadas en conexión de las necesidades y deseos del cliente con la propuesta de valor, en el cual el observar constituye las hipótesis basadas en el cliente y el diseñar se plasma las hipótesis de valor.

De acuerdo con el lienzo de propuesta de valor de exportación de mermelada de arándano se determina el perfil del cliente siendo de características funcional, innovador y decidido, sus frustraciones o riesgos es que tienen opciones limitadas y

a un precio elevado, las alegrías es la salubridad del producto, la calidad y sus certificaciones.

Los aliviadores de frustraciones es que existe disponibilidad de stock con eficiente control de calidad y los creadores de alegría es de procedencia orgánico y responsable con el medio ambiente.

3.1.3 Ficha Técnica Comercial

La ficha técnica es el documento que permite dar a conocer las características, composición, formas de presentación, certificación, modos de uso, entre otra información de importancia del producto que será utilizada por el comprador o consumidor final para determinar y concretar la compra.

Tabla 12. Ficha Comercial de Mermelada de Arándanos

Producto	Mermelada de Arándano
Marca	JAMBERRIES
Comercial	
Ingredientes	Elaborada artesanalmente con frutas frescas de temporada cocida en azúcar, de textura y sabor auténticos, sin añadir azúcar, agua, colorantes o conservantes artificiales. envasado es sometida a un proceso de pasteurización para garantizar la conservación de todas sus propiedades
Presentación	Tarros de vidrio de 1000 GR. En cajas de 6 unidades.
Comercial	Tarro de vidrio de 275gr. En cajas de 12udes.

Conservación	Se puede conservar a temperatura ambiente en un lugar fresco y seco. (Lejos de la acción directa de los rayos de sol.) Una vez abierto conservar en frigorífico.
Lote y Consumo	AA/XXX = lote
Referente	MM/AAAA = fecha de consumo preferente
Datos	MERMELADAS POR 100 GR DE PRODUCTO
Nutricionales	VALOR ENERGÉTICO 758/178 KJ/Kcal GRASAS • Ácidos grasos saturados 0 g 0 g HIDRATOS DE CARBONO • Azúcares 44 g 42 g PROTEINAS 0,6 g SAL 0,02 g
OMG y alergénicos	No contiene alérgenos (según el Anexo II del REGLAMENTO (UE) 1169/2011), libre de Organismos Modificados Genéticamente.

Presentación



Fuente: Elaboración Propia

3.2. Investigación del Mercado de Objetivo

Estados Unidos es uno de los mercados más grandes y relevantes del mundo, posee una población de 328 millones de habitantes y sus ingresos per cápita superan los 57.900 dólares. El mercado estadounidense se caracteriza por ser el más grande de América, es el segundo importador de alimentos a nivel mundial, una de las economías más grandes del mundo, un mercado atractivo para el intercambio comercial de mermelada de arándano. A raíz de problemas de sobrepeso y obesidad por la comercialización de cadenas de comida rápida, los habitantes han ido cambiando sus hábitos de consumo alimenticio, enfocándose en lo saludable, prefiriendo el consumo de productos de procedencia de alimentos naturales sin pesticidas, orgánicos que ayuden al metabolismo y mejore su calidad y estilo de vida.

El actual consumidor americano demanda productos nutritivos y antioxidante, se preocupa por su salud y por mejorar su aspecto físico.

Estados Unidos es largamente el mayor destino de estos productos peruanos entre enero y agosto del presente año, Perú exportó 2.211.671 kilos de jaleas y mermeladas por un valor FOB de US\$ 2.020.770, según reportó el portal Agro data Perú.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

JAM BERRIES S.A.C. establece una estrategia de segmentación que es elaborar productos funcionales dirigidos a consumidores que buscan adquirir productos naturales, orgánicos y de calidad, los cuales tiene por finalidad mejorar la calidad de vida de las personas y ayudar a la dieta balanceada.

Macro segmentación

Para realizar la segmentación del mercado objetivo primero evaluaremos los principales países importadores y exportadores utilizando herramientas de estadística y analizaremos el método de factores ponderados en los países con información económica y demográfica.

En base a la información, hemos seleccionado a los cinco primeros mercados que mantiene un incremento porcentual de sus compras entre los años 2018 al 2020 con la finalidad de utilizar una matriz de selección de mercado.

Tabla 13. Principales Importadores Mundiales

Importadores	Valor Importado	Valor Importado	Valor Importado
	2017	2018	2019
Estados Unidos	\$2.384.185	\$2.533.872	\$2.341.748
Alemania	\$267.541	\$304.300	\$323.257
Francia	\$182.891	\$195.545	\$172.561
Reino Unido	\$161.582	\$168.713	\$123.396
Países Bajos	\$125.465	\$112.227	\$101.913

Fuente: TRADE MAP

Elaboración Propia

De acuerdo a lo mencionado en la Tabla 4 se detalla que los países que han tenido un incremento positivo en sus compras en la partida de mermelada de arándanos son Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos.

Tabla 14. Criterio de Selección de Mercado

Países	Población	PBI	Demanda	Crecimiento	Inflación
				País	
Estados Unidos	328.2 millones	19.145.33M.€	10%	3.10%	2.3%
Alemania	83.2 millones	3.435.210M.€	8%	3.15%	1.4%
Francia	66.99 millones	2.425.708M.€	9%	2.2%	0.9%
Reino Unido	66.65 millones	2.523.313M.€	5%	3.97%	1.3%
Países Bajos	17.28 millones	46.710€	4%	5.21%	2.4%

Fuente: Elaboración Propia

Los criterios para elegir el país de destino serán la facilidad de hacer negocios, revisando si existen presencias arancelarias, la participación de Perú en el mercado de destino, el potencial, los idiomas y los requisitos para acceder al mercado potencial

Tabla 15. Selección de mercado de Destino

Indicadores/ Países	Estados Unidos	Alemania	Francia	Reino Unido	Países Bajos
Preferencias	0%	0%	0%	0%	0%
Arancelarias					
Exportaciones	21.27%	8.95%	18.85%	4.63%	10.44%
Peruana					
Exportaciones de la	45.8%	39.8%	51.4%	55.30%	38.6%
Competencia					
Barreras Culturales	Ingles	Alemán	Frances	Ingles	Neerlandés
Acceso al Mercado	2.3%	1.4%	0.9%	1.3%	2.4%

Fuente: WITS Elaboración Propia

Después de realizar el análisis a través de la matriz de selección de mercado, para el presente plan de negocio de exportación de mermelada de arándanos endulzado con estevia, hemos elegido al país de Estados Unidos por ser el principal productor e importador de arándanos a nivel mundial, importando aproximadamente 50% del arándano que consume siendo el mayor consumo en mermeladas.

Tabla 16. Exportaciones de mermelada de Arándanos al mercado de Estados Unidos

País	2017	2018	2019
Estados Unidos	3.432.890	3.608.230	3.913.429

Fuente: Satander Trade Elaboración Propia

Micro segmentación

Después de realizar el análisis macro del país de destino, debemos elegir el mercado destino de la mermelada de arándanos, es necesario analizar los principales estados de los Estados Unidos con mayor cantidad y valores de importación en ciudades.

Tabla 17. Principales Estados con mayor cantidad de habitantes de Estados Unidos

Rango	Estado	Población 2019
1	California	39.51 millones
2	Texas	29 millones
3	Florida	21.48 millones
4	Nueva York	19.45 millones
5	Pensilvania	12.8 millones

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla observamos que entre los 5 estados más poblados de Estados Unidos tenemos a California, Texas, Florida, Nueva York y Pensilvania, el estado más poblado es la ciudad de California con 39.51 millones de habitantes, mientras que el segundo más poblado es el de Texas con 29 millones de habitantes seguido por Florida con 21.48 millones de habitantes.

Para poder elegir de manera correcta el estado donde comercializaremos la mermelada de arándanos, es necesario analizar las importaciones de mermelada en cantidades y valores por ciudades en los Estados Unidos

Tabla 18. Principales importadores de mermelada de Arándanos por estados

California	25.50%
Texas	80%
Miami	338.20%

Fuente: Elaboración Propia

Se procederá analiza las cantidades importadas a las principales ciudades de Estados Unidos

Tabla 19. Selección de ciudades de Estados Unidos

Países	California	Texas	Florida
Población 2019	441.003	9.786.021	19.45.000

Fuente: TRADE MAP Elaboración Propia

De acuerdo a la tabla se continua con la ponderación de los criterios establecidos los cuales se encuentran en un rango de 1 al 5 en función de nivel de importancia (1 para lo menos importante y 5 para lo más importante)

Tabla 20. Informaciones de la Ciudades Preseleccionadas

Países	California	Texas	Florida
Porcentaje de Población Femenina	50.3%	50.7%	51.1%
Porcentaje de Población Masculina			48.9%
	49.7%	49.3%	
Porcentaje de personas entre 25 y 45 años	25%	12%	20%
PBI	14.2%	55.44%	43.8%
Demanda de mermelada	1.675.00	979	1.828.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21. Características del Estado de Florida

Nombre Oficial	Estado de Florida
Capital	Tallahassee
Superficie	140.093 km ² de terreno y 11.577 km ² de extensión de aguas dentro de su territorio. Ocupa el 22º puesto en cuanto a extensión geográfica dentro de los EE. UU.
Situación Geográfica	El estado linda al norte con Georgia y Alabama, y está rodeado por el Océano Atlántico al este y el Golfo de México al oeste.
Población	21.299.325

Fuente: Elaboración Propia

Como se menciona en la tabla las características del Estado de Florida, el cual genera económicamente 1.036.323,2 millones dólares posicionándose en la cuarta potencia económica de los Estados Unidos.

El gobierno estatal de Florida mantiene una baja exigencia de requisitos regulatorios y bajos impuestos comerciales, no tiene impuestos sobre la renta personal, plusvalías ni sucesiones, lo cual califica a Florida como el mejor estado del sudeste y lo ubica dentro de los cinco principales estados.

3.2.2 Tendencias de consumo

Existe una tendencia mundial hacia un mayor consumo saludable, motivado fundamentalmente por una creciente preocupación por una dieta más equilibrada, con menor proporción de carbohidratos, grasas y aceites y con una mayor

participación de fibra dietaria y vitaminas. El consumidor estadounidense se caracteriza por ser exigente y siempre estar dispuesto a probar productos nuevos y novedosos, tiene conciencia del cuidado del medio ambiente, conoce bien sus leyes y hace uso de leyes que lo protejan, en caso se vea perjudicado, levanta una demanda por perjuicios ocasionados por productos defectuosos, le importa la calidad del producto y el servicio de post venta. Los productos que pueden asociarse con lo novedoso y exclusividad son más sensibles al ser valorados más por la calidad que por el precio

El consumidor actual exige que los alimentos más allá de ser nutritivos, sean saludables y ofrezcan beneficios fisiológicos, todo lo cual ha impulsado la demanda por ingredientes de tipo funcional,

La generación del milenio, integrada por jóvenes entre los 25 y los 45 años se fija en elementos como: certificaciones orgánicas, envoltorios reciclables, productos que apoyen la sostenibilidad y el precio justo

De acuerdo a la segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual se ha dado una tendencia en el consumo de mermelada de arándanos

Tabla 22. Tendencia de Consumo

Segmentación	Tendencia
Geográfica	Dirigido al consumidor de Miami- Estados Unidos
Demográfica	Clase social media y alta
Psicográfica	Productos funcionales y naturales
Conductual	consumo de mermeladas naturales

Fuente: Elaboración Propia

BUYER PERSONA

Sofía Gutiérrez tiene 35 años, es empresaria de una compañía muy reconocida en el mundo y tiene 2 hijos en el colegio. Joaquina que está en inicial y Luna que está cursando el 2do grado de primaria. Divide su tiempo entre el trabajo, los estudios y sus hijos, tiene a cargo el área de comercio exterior de una empresa exportadora de mermelada de arándanos. Vive en Magdalena del Mar, viaja en sus vacaciones para pasar tiempo en familia

Usa su celular para chatear por WhatsApp para mantener en contacto con sus clientes de los Estados Unidos y con proveedores locales. También entra a otras redes sociales, para mantenerse al día de noticias y actualidad. Es organizada porque mantiene una eficiencia, monitoreando sus objetivos y calidad en el trabajo.

Los clientes de Sofía son mayoristas que tienen tiendas multinacionales o pequeñas. Los clientes directos son de clase media alta y buscan productos de buena calidad y de procedencia orgánico.

Imagen 4. Exportaciones Jalea y Mermelada

EXPORTACIONES JALEAS Y MERMELADAS			9			12
MES	2,019			2,018		
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	147,011	154,091	0.95	3,506	2,363	1.48
FEBRERO	357,108	320,701	1.11	337,172	442,804	0.76
MARZO	296,092	307,545	0.96	241,644	245,529	0.98
ABRIL	229,307	234,081	0.98	186,564	200,175	0.93
MAYO	451,942	436,077	1.04	321,902	340,495	0.95
JUNIO	451,456	470,869	0.96	155,936	171,283	0.91
JULIO	337,183	361,116	0.93	413,481	422,285	0.98
AGOSTO	381,985	411,348	0.93	360,565	386,737	0.93
SEPTIEMBRE	227,800	276,168	0.82	292,705	311,896	0.94
OCTUBRE	-	-		536,493	533,082	1.01
NOVIEMBRE	-	-		472,845	482,365	0.98
DICIEMBRE	-	-		403,057	399,635	1.01
TOTALES	2,879,884	2,971,996	0.97	3,725,870	3,938,649	0.95
PROMEDIO MES	319,987	330,222		310,489	328,221	
%CREC. PROM.	3%	1%	2%	2%	7%	-5%

Fuente: Agrodata

Como se observa en la Imagen 1 la exportación de jaleas y mermeladas entre el año 2018 y 2019 ha habido un incremento considerable y se estima que la tendencia sigue en aumento.

Imagen 5. Principales Importadores de Mermeladas y Jaleas

N.º	País	%Var 18-17	%Part 18	Total Imp. 2018 (millón US\$)
1	<u>Estados Unidos</u>	7%	12%	187.33
2	<u>Alemania</u>	5%	11%	181.24
3	<u>Francia</u>	4%	11%	181.30

N.º	País	%Var 18-17	%Part 18	Total Imp. 2018 (millón US\$)
4	<u>Federación Rusa</u>	13%	7%	104.03
5	<u>Reino Unido</u>	8%	7%	106.96
6	<u>Países Bajos</u>	13%	4%	67.62
7	<u>Canadá</u>	19%	4%	54.46
8	<u>Bélgica</u>	19%	3%	48.04
9	<u>Australia</u>	-6%	3%	53.29
10	<u>Japón</u>	-4%	2%	43.54
1000	<u>Otros Países (137)</u>	-17%	35%	732.47

Fuente: COMTRADE

En la Imagen 3 se evidencia la creciente demanda de mermeladas y jaleas por los países, los cuales entre los años 2017 y 2018 crecieron en un 5%.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la Oferta

El análisis de la oferta exportable ha sido obtenido mediante el portal TRADE MAP correspondiente a la partida 2007.99, determinando la cantidad de países que exportan mermeladas en los últimos 5 años.

Tabla 23. Principales países exportadores de Mermelada de Arándanos

Exportadores	2017	2018	2019
Francia	343.829	367.526	362.683
Italia	223.101	244.618	217.267
Turquía	254.900	224.530	216.675
Alemania	176.371	213.859	197.013
Bélgica	173.426	192.537	183.083

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla se puede observar a nivel oferta mundial Francia, Italia y Turquía son los potenciales comercializadores de mermelada de arándanos, lo cual a nivel país son

directamente los competidores

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas destacando como principal y potencial comprador el país de Estados Unidos predominando no solo en valor FOB exportado, sino también en cantidad exportada.

Oferta Proyectada

La oferta proyectada de mermelada de arándano se estimó para un periodo de 5 años. La planta produce en el primer año 42240 unidades de frascos de mermeladas de arándanos anuales a un precio de 30 nuevos soles, generando un ingreso de venta 1.267,200 nuevos soles y para el quinto año se producirá 51343 unidades de frascos de mermelada de arándanos obteniendo un total de ventas 1.797,005 viendo un incremento en la producción

3.3.2 Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda determina las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

Tabla 24. Importación de Mermelada de Arándanos

Importadores	Valor Importado	Valor Importado	Valor Importado
	2017	2018	2019
Estados Unidos	\$2.384.185	\$2.533.872	\$2.341.748
Alemania	\$267.541	\$304.300	\$323.257
Francia	\$182.891	\$195.545	\$172.561
Reino Unido	\$161.582	\$168.713	\$123.396
Países Bajos	\$125.465	\$112.227	\$101.913

Fuente: TRADE MAP elaboración propia

En la tabla previa se muestra los 5 principales compradores en los últimos 3 años destacándose Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino unido y Países Bajos, a continuación, se estimará el consumo en América.

Tabla 25. Importación de mermelada de Arándanos para un producto exportado por América

Importadores	2017	2018	2019
Estados Unidos	467.289	522.706	531.379
Canadá	86.857	91.962	99.784
Guatemala	10.177	11.938	11.873
Brasil	8.004	11.954	11.083
Chile	10.008	11.302	10.084

Fuente TRADE MAP

Se puede apreciar en la tabla que los principales países importadores de América según la partida 200799 son Estados Unidos, Canadá, Guatemala, Brasil y Chile, siendo el primer mercado el más resaltante ya que ha tenido un incremento considerable a lo largo de los años. Demanda que tendrá nuestro producto al mercado de Florida- Miami

Demanda Proyectada

Para el cálculo de la demanda proyectada, se tomará en cuenta los datos de las principales ciudades de Estados Unidos importadores

Tabla 26. Demanda Proyectada

X	X	Y	XY	X/Y
2019	1	42,240	42,240	1
2020	2	44,350	88,700	4
2021	3	46,570	139,710	9
2022	4	48,898	195,592	16
2023	5	51,343	256,715	25

Fuente: Elaboración Propia

Demanda Insatisfecha: En la cuantificación anual de la demanda observamos que en teoría un entrevistado podría comprar en promedio 25 unidades de mermelada para su hogar en un año.

Tabla 27. Demanda Insatisfecha

Respuestas	Cantidad	Porcentaje	Ponderando
1	41	10.33%	0.1033
2	75	18.89%	0.3778
3	128	32.24%	0.9673
4	102	25.69%	1.0277
5	51	12.85%	0.6423
Total	397	100.00%	3.1184

Fuente: Elaboración Propia

Podemos observar que en promedio un hogar es conformado por $3.1184 = 3$ Personas, dividimos: $24.64/3$ nos da 8 unidades de consumo anual, en el proyecto nosotros ofrecemos 5 unidades habiendo un déficit teórico de: $8.21 - 5.42 = 2.80$,

entonces procedemos a estimar la demanda insatisfecha que será: el mercado objetivo x 2.80

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

En el mercado de Estados Unidos, existe una amplia variedad de retailers entre las cuales se destacan: locales independientes, cadenas de supermercados estatales y nacionales, tiendas de conveniencia, tiendas de productos naturales.

La estrategia de ventas para la empresa será exportar un producto con valor agregado de calidad y nutritivo, a su vez aplicar estrategias de diferenciación, manteniendo buenas relaciones con los proveedores garantizando la privacidad y seguridad en la información con nuestros intermediarios

Además, nos centraremos en ingresar mediante ferias como por ejemplo Natural Products Expo West que es la feria más grande de productos naturales, ecológicos y saludables de EEUU y probablemente en el mundo, recibiendo más de 77.000 visitantes y 3.000 expositores de más de 124 países

3.4.1 Estrategias de Segmentación

Segmentación hombres y mujeres pertenezcan a niveles socioeconómicos medio y alto, y cuyas edades fluctúen entre 25 a 45 años a quienes les interesa mantener un estilo de vida saludable, que revisan el contenido nutricional de los alimentos que consumen y el origen de los mismos, y le dan importancia al cuidado del medio ambiente y a la responsabilidad social.

Segmentación Geográfica

La empresa se enfocará en un área geográfica, para poder posicionarnos en el mercado y, con un distribuidor adicional, buscaremos ampliar el rango geográfico a otros puntos de Estados Unidos. Partiendo de la ciudad de Florida

Segmentación Psico-gráfica

El segmento este compuesto por hombres y mujeres a quienes les interesa mantener un estilo de vida saludable y le dan importancia al cuidado del medio ambiente y a la responsabilidad social.

Segmentación Demográfica

El producto estará dirigido tanto a hombres como mujeres pertenezcan a niveles socioeconómicos medio y alto, y cuyas edades fluctúen entre los 25 a 45 años

Segmentación Conductual

Personas que consumen alimentos naturales y que adquieran la mermelada de arándanos endulzado con estevia.

3.4.2 Estrategias de Posicionamiento

Según el modelo Ansoff se puede obtener una cuota de mercado ubicándose en uno de

los cuadrantes de la matriz que es penetración de mercado, e por ello que ingresaremos al mercado con un producto existente de diferente sabor, origen orgánico y nutritivo.

En consecuencia, buscará posicionarse como una empresa que ofrece un producto de

calidad altamente funcional y también en ser una empresa de responsabilidad ambiental

Otra de las estrategias de posicionamiento que se llevará a cabo el primer año de la empresa será incursionar como marca blanca, vendiendo directamente a un distribuidor mayorista mediante el contacto de un Agente Comercial Internacional.

La presentación de producto, ya que el envase es de vidrio, lo cual es un envase totalmente higiénico y reutilizable. En la construcción del posicionamiento se trabajará en enfatizar los múltiples beneficios funcionales del producto con una atractiva presentación. Asimismo, se

mostrará la alianza y contribución social que se tiene con los pequeños y medianos agricultores debido a las alternativas que reciben para ofrecer mejores condiciones y oportunidades de sus productos, mejora de los estándares e incremento de su producción.

3.4.3 Estrategias de Distribución

Ingresaremos al mercado estadounidense, con un intermediario el cual conocerá muy bien el mercado y la industria y nos orientara en cuanto a las negociaciones además se contratará con un bróker o agente comercial internacional que se encargara de contactar con distribuidores ya que cuenta con una cartera de clientes y tiene el poder de la negociación.

Al ser una empresa nueva en el medio para iniciar se contactará con un distribuidor que ya tenga la experiencia y el conocimiento de las características del mercado para acceder a los intermediarios y consumidores finales.

A través de los distribuidores facilitaremos el acceso del mercado de destino, posicionándonos en la mente del consumidor, reduciendo tiempos y costos y se buscara una cativa participación en ferias nacionales e internacionales para poder conseguir clientes potenciales

3.5. Estrategias de Promoción

Los enfoques promocionales se basarán en destacar las ventajas que tiene

el producto para la salud, al ser la mermelada de arándanos un producto natural buscaremos diferenciarnos de acuerdo a las cualidades y beneficios que conlleven su consumo. En la etiqueta del envase se mencionará detalles sobre los beneficios del producto que tiene para la salud.

A continuación, se detalla las estrategias de promoción a utilizar

- Ferias: Las son mercados vivos de operaciones comerciales, donde se encuentra concentrada la mejor fuente de información. Es por tal motivo que estas deben usarse de forma óptima y rentable con el objetivo de fomentar el desarrollo de la empresa.
- Rueda de Negocios: Esta clase de promoción es interesante, ya que en estas reuniones se encuentran empresas importantes que pueden ser aliados estratégicos, se participara en ruedas de Negocio.
- Página Web: Se creará una página web, donde los posibles clientes pueden conocer los beneficios del producto. Mediante la página web o nuestra carta de presentación se informará la cadena de suministro desde el proceso productivo orgánico hasta el consumidor final.
- Google AdWords: La empresa asimismo empleara la herramienta de Marketplace la cual es una herramienta que te permite posicionarte entre los primeros al momento de realizar una búsqueda.
- Envío de Muestras: Se enviará muestras de mermelada de arándanos a los principales importadores/distribuidores en Estados

Unidos Miami de este modo, los potenciales compradores podrán evaluar el producto.

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

El local cuenta con 80m² y está conformada por oficinas administrativas, almacenes y aéreas compartidas. El local estará compuesto ambientes correctamente distribuid para las áreas administrativas, gerenciales y de almacén.

Como somos una micro empresa tercia rizáremos la producción y el envasado de mermelada de arándanos se trabajará en conjunto con otra empresa que tenga todos los permisos y certificaciones que demuestran la calidad y garantía de sus productos.

Tabla 28. Distribuciones de las áreas

Numero de Ambientes	Ambiente
1	Gerente General
1	Gerente de Operaciones
1	Gerente Comercial

Fuente: Elaboración Propia

4. Plan de Logística Internacional

4.1. Envases, Empaques y Embalajes

Los envases, empaques y embalajes tienen la función principal de resguardar la integridad de un producto, este factor es importante para el aspecto de la Distribución Física a continuación, detallaremos los envases empaques y embalajes del producto a exportar.

Envase:

El envase es el primer material que entra en contacto con el producto con la finalidad de protegerlo y facilitar su manipuleo, pudiendo ser de diferentes

tamaños, calidades y materiales para el caso de mermeladas de arándanos, se ha elegido por utilizar envases de vidrio con tapa rosca tipo twist de una capacidad de 200 ml, para la correcta preservación del producto y que este llegue en condiciones óptimas para el consumo y comercialización de acuerdo las normas sanitarias de Estados Unidos. El envase tendrá una medida de 6.97 cm de diámetro x 7.35 cm de alto, tendrá sellado al vacío, porque permite mantener la calidad óptima del producto y un mayor tiempo de vida conservando su sabor y su frescura. Además, el vidrio es químicamente inerte no imparte aroma ni sabor, conservando la hermeticidad del producto ofreciendo al consumidor beneficios de manipulación simple, facilidad en adquirir con una presentación agradable y de calidad.

Para la elección del envase ideal se debe tener en cuenta ciertas características, por ejemplo:

- Capacidad de proteger el producto y mantenerlo en óptimas condiciones sin alterar sus propiedades.
- Identificación del producto y diferenciarlo del resto.
- Adaptarse a la forma de producción.
- Que pueda ser manipulable y almacenado.
- Debe ir adecuado a las necesidades de los clientes.

Imagen 6. Envase del Producto **Envase del Producto**



Fuente Elaboración Propia

Empaque

El empaque tiene por finalidad facilitar el acopio, empaquetado y clasificación para su envío, protegiéndola de riesgos durante el traslado por toda la cadena logística desde la producción hasta el origen y venta al usuario final.

El empaque seleccionado para la exportación de mermelada de arándano endulzado con estevia para el mercado de Miami- Estados Unidos son cajas de cartón corrugado debido a que proporciona mayor seguridad y protección a los productos durante el proceso logístico. Se usarán dos tipos de empaques, uno interno para proteger los envases entre sí y otro externo para proteger la carga. El Empaque interno, que utilizaremos serán separadores de cartón corrugado los cuales sirven para mantener los envases ordenados y protegiéndole de posibles golpes que puedan darse. Estos serán incorporados dentro del embalaje externo.

Imagen 7 Empaque Interno Separadores de Cartón Corrugado



Fuente: Elaboración Propia

El empaque externo se usará cajas de cartón corrugado debido a que aporta resistencia, protege el producto y da capacidad de apilamiento, las medidas serán de 36cm de largo. 27 cm de ancho y 24 cm de alto tendrán una capacidad de 24 frascos con 12 divisiones en el primer nivel y 12 divisiones en el segundo nivel, es decir habrá 2 niveles por caja.

Imagen 8. Empaque Secundario



Fuente: Elaboración Propia

Las Cajas de cartón corrugado serán embalados con stretch film ofreciendo elasticidad y adherencia y luego se colocará correas para asegurar la mercadería. Estas cajas son un medio ideal para que la empresa pueda considerar ciertos factores que son de vital importancia tales como:

- Características del producto.
- Condiciones de manipulación.
- Condiciones de almacenamiento.
- Número de apilamiento en bodega.
- Mercado de destino.
- Condiciones climáticas.

La mermelada tiene un peso neto 200 gramos y un peso bruto de 240 gramos, de acuerdo a nuestra capacidad de producción siguiendo el estudio de mercado y la capacidad de la demanda hemos calculado que enviaremos 42240 unidades anuales por lo que sería las exportaciones mensuales con 3520 unidades en 108 cajas.

Se detalla en la Imagen N4° las medidas del envase y empaque

Tabla N°1 Medidas del Envase y Empaque

Medidas del Envase	
Diámetro	8 cm.
Altura	10 cm
Peso Neto por Envase	200 g
Peso Bruto del Envase	240 g
Medidas del Empaque	
Ancho	36 cm
Largo	27 cm
Alto	24 cm
N° de unidades por largo	4 unid.
N° de unidades por ancho	3 unid
Niveles de caja	2 filas
N° de envases por cajas	24 unid
Peso Neto por caja	720 kg.
Peso Bruto por caja	820 kg.

Fuente: Elaboración Propia

Embalaje

El embalaje es aquel material diseñado para preservar y guardar el producto envasado con la finalidad de apilarlos protegiéndolo de riesgos que puede presentarse en toda la cadena logística es por ello que se utilizarán pallets de

madera de cuatro entradas para facilitar el manipuleo de la carga (entrada de la horquilla de las grúas por cuatro lados). La paleta es del tipo americana de 120cm x 100cm x 15 cm y un peso de 15 kg aproximadamente.

La Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias NIMF15 reglamenta medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional. En Estados Unidos aplica las directivas de la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF) 15 de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la cual exige que el embalaje de madera se someta a tratamiento térmico o fumigación con bromuro de metilo, marcados internacionalmente con certificaciones al tratamiento que se realizó previamente.

En el Perú, SENASA es el responsable de los embalajes de madera el cual tiene como función reducir el riesgo de introducción y/o diseminación de plagas cuarentenarias relacionadas con embalajes de madera, por lo que especifica normas internacionales y/o nacionales, autorizando y ejecutando los tratamientos de los embalajes de madera para la exportación

Se comprará paletas que cumplen la norma NIMF15, debidamente acreditadas por la marca correspondiente y el certificado fitosanitario.

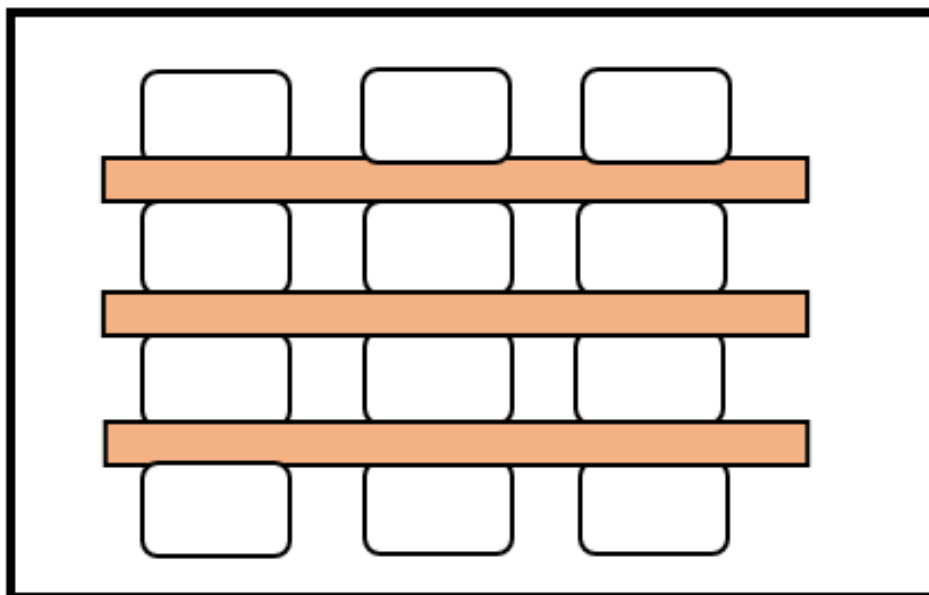
Tabla 29. Característica de la Paleta

Medidas de la Paleta	
Largo	120 cm.
Ancho	100 cm.
Alto	15 cm
N° de cajas por ancho	4 unid.
N° de cajas por largo	3 unid.
Niveles de cajas por paleta	9 niveles
Total, de cajas por paleta	108 cajas
Total, de unidades por paleta	2592 unid
Peso neto por paleta	518.4 kg.
Peso bruto por paleta	622.08 kg.

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se aprecia la distribución de cajas corrugadas en el pallet teniendo un apilamiento de los envases de 4 unidades por largo y 3 unidades de ancho haciendo un total de 12 unidades por fila.

En la siguiente imagen mostramos la forma de apilamiento del producto.

Imagen 9. Apilamiento del Producto

Adicionalmente, se usa film transparente estirable para proteger las cajas, agruparlas e inmovilizarlas en la paleta; siendo la forma más rentable y efectiva para lograr que la mercadería llegue en condiciones adecuadas al mercado de destino.

Imagen 10. Sellado con Stretch Film

4.2. Diseño del Rotulado y Marcado

4.2.1 Diseño del Rotulado

El rotulado tiene como función brindar información al consumidor y ayuda a la identificación de la carga facilitando su manejo y ubicación, por normativa todos los embalajes deben estar correctamente rotulado y el diseño de la etiqueta debe especificar al producto y lugar de origen, se deberán considerar las medidas que son establecidas por la FDA (Food and Drug Administration), estas son consideradas medidas no arancelarias establecidas por los gobiernos para controlar la entrada y salida de mercancías entre los países. La información del etiquetado general que manda la FDA se debe presentar en inglés utilizando las unidades de medición del sistema inglés (libras, onzas). Esta información debe precisar el origen del producto, el nombre comercial, el tipo de producción, los estándares de calidad, pesos, dimensiones, etc., además debe ir impresa y adherida en las cajas del embalaje, para ello se usarán etiquetas resistentes a la humedad y serán reforzadas a fin de que no se despeguen del embalaje

El gobierno de Estados Unidos exige que el rotulo del producto de alimento elaborado contenga un etiquetado general y otro etiquetado nutricional con código de barras en el cual contenga datos del producto.

Tabla 30. Etiquetado General

Etiquetado General de Mermelada de Arándanos	
Nombre Común o Usual del Alimento	Mermelada
Marca o logo del producto	Marca Blanca.

Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen)	200 gramos 8 oz
Nombre del fabricante	PERUVIAN NATURE S & S S.A.C
Envasador o distribuidor o exportador	JAMBERRIES S.A.C.
País de Origen	Peru

Fuente: Elaboración Propia

En Estados Unidos se implementó una nueva etiqueta de información nutricional, el cual facilita la toma de decisiones sobre los alimentos que apoyan a una dieta saludable, por consiguiente, JAMBERRIES S.A.C considerara los siguientes componentes:

Tabla 31. Etiqueta Nutricional

Etiqueta Nutricional		
Calorías totales (total calories)	5	Calorías
Calorías de grasas (calories from fat)	0.16	Kcal.
Calorías de grasas saturadas (calories from saturated fat)	0	Kcal.
Grasas saturadas (saturated fat)	0	g.
Grasas polisaturadas (polysaturated fat)	0.1	g.
Colesterol (cholesterol)	0	g.
Carbohidratos totales (total carbohydrate)	1,7	g.
Fibra dietética (dietary fiber)	1,9	g.
Fibra soluble (soluble fiber)	2,4	g.

Fibra insoluble (insoluble fiber)	0.1	g.
Azúcares (sugars)	5 g	g.
Otros carbohidratos (other carbohydrate)	0.7	g.
Proteína (protein) Vitamina A (vitamin A).	0.7	g.
Porcentaje de vitamina A presente como betacaroteno (percent o f vitamin A present a s betacarotene)	54	IU
Vitamina C (vitamin C)	9.7	Mg.
Calcio (calcium)	6	Mg.
Hierro (iron)	0.5	Mg.

Fuente: Elaboración Propia

Todo lo que son cantidades de los nutrientes básicos, deben estar listados en el formato de la tabla nutricional. Esta se debe ubicar en el panel de información, justo en la parte superior de la lista de ingredientes, este es un requisito obligatorio en todos los alimentos envasados. Puede estar en bilingüe, siempre y cuando la traducción sea la correcta.

La FDA en el 2020, modifico la etiqueta de información nutricional, para mejorar la nutrición en la población y reducir el impacto de las enfermedades crónicas con base a información actualizada y con diseño renovado la cual facilitara la selección de alimentos que contribuya a hábitos alimenticios saludables.

Principales principios de la etiqueta

- Facilita el recuento de calorías.

- Ajusta la ración por envase y el tamaño de ración para dar información más realista sobre las raciones.
- Incorpora los azúcares añadidos.
- La lista de nutrientes actualizado de acuerdo a la investigación nutricional y a las deficiencias más frecuentes en los ciudadanos estadounidenses.
- Las calorías de la grasa ya no aparecen. De acuerdo a las investigaciones nutricionales, la clave para la salud es tipo de grasa que se consume, más que el tipo de grasa.

Concluimos que la nueva etiqueta de información nutricional nos favorecerá como exportadores, la iniciativa que esta fomentando el gobierno de los estados unidos en crear conciencia en consumir productos naturales y proporcionar información sobre alimentos que pueden tener efectos positivos para la salud, en el caso de la mermelada de arándanos endulzado con estevia es un producto orgánico que beneficia la salud del estadounidense.

Imagen 11. Etiqueta Actualizada

Current Label	New Label																												
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <h3 style="margin: 0;">Nutrition Facts</h3> <p style="margin: 0;">Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8</p> <hr/> <p style="margin: 0;">Amount Per Serving</p> <p style="margin: 0;">Calories 230 Calories from Fat 72</p> <hr/> <p style="text-align: right; margin: 0;">% Daily Value*</p> <p style="margin: 0;">Total Fat 8g 12%</p> <p style="margin: 0;"> Saturated Fat 1g 5%</p> <p style="margin: 0;"> Trans Fat 0g</p> <p style="margin: 0;">Cholesterol 0mg 0%</p> <p style="margin: 0;">Sodium 160mg 7%</p> <p style="margin: 0;">Total Carbohydrate 37g 12%</p> <p style="margin: 0;"> Dietary Fiber 4g 16%</p> <p style="margin: 0;"> Sugars 12g</p> <p style="margin: 0;">Protein 3g</p> <hr/> <p style="margin: 0;">Vitamin A 10%</p> <p style="margin: 0;">Vitamin C 8%</p> <p style="margin: 0;">Calcium 20%</p> <p style="margin: 0;">Iron 45%</p> <p style="margin: 0; font-size: small;">* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.</p> <table style="margin: 0; font-size: x-small; width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 10%; text-align: center;">Calories:</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">2,000</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">2,500</td> </tr> <tr> <td>Total Fat</td> <td>Less than</td> <td>65g</td> <td>80g</td> </tr> <tr> <td>Sat Fat</td> <td>Less than</td> <td>20g</td> <td>25g</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol</td> <td>Less than</td> <td>300mg</td> <td>300mg</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>Less than</td> <td>2,400mg</td> <td>2,400mg</td> </tr> <tr> <td>Total Carbohydrate</td> <td></td> <td>300g</td> <td>375g</td> </tr> <tr> <td>Dietary Fiber</td> <td></td> <td>25g</td> <td>30g</td> </tr> </table> </div>		Calories:	2,000	2,500	Total Fat	Less than	65g	80g	Sat Fat	Less than	20g	25g	Cholesterol	Less than	300mg	300mg	Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg	Total Carbohydrate		300g	375g	Dietary Fiber		25g	30g	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <h3 style="margin: 0;">Nutrition Facts</h3> <p style="margin: 0;">1 8 servings per container Serving size 2/3 cup (55g)</p> <hr/> <p style="margin: 0;">2 Amount per serving Calories 230</p> <hr/> <p style="text-align: right; margin: 0;">% Daily Value*</p> <p style="margin: 0;">3 Total Fat 8g 10%</p> <p style="margin: 0;"> Saturated Fat 1g 5%</p> <p style="margin: 0;"> Trans Fat 0g</p> <p style="margin: 0;">Cholesterol 0mg 0%</p> <p style="margin: 0;">Sodium 160mg 7%</p> <p style="margin: 0;">Total Carbohydrate 37g 13%</p> <p style="margin: 0;"> Dietary Fiber 4g 14%</p> <p style="margin: 0;"> Total Sugars 12g</p> <p style="margin: 0;">4 Includes 10g Added Sugars 20%</p> <p style="margin: 0;">Protein 3g</p> <hr/> <p style="margin: 0;">5 Vitamin D 2mcg 10%</p> <p style="margin: 0;">Calcium 200mg 15%</p> <p style="margin: 0;">Iron 8mg 45%</p> <p style="margin: 0;">Potassium 235mg 6%</p> <p style="margin: 0;">6 * The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.</p> </div>
	Calories:	2,000	2,500																										
Total Fat	Less than	65g	80g																										
Sat Fat	Less than	20g	25g																										
Cholesterol	Less than	300mg	300mg																										
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg																										
Total Carbohydrate		300g	375g																										
Dietary Fiber		25g	30g																										

Fuente FDA 2020

4.2.2 Diseño del Mercado

El mercado es la forma de identificar cada pieza de la carga en condiciones óptimas siguiendo estándares internacionales. Las autoridades aduaneras recomiendan “el marcado de todos los pallets y su correlatividad con lo indicado en factura para facilitar la identificación.

A su llegada a puerto, la mercadería es controlada por la vista aduanera a través de su marcación exterior y, generalmente, una muestra por lote es abierta en aduana para inspección.

Tabla 32. Tipos De Marcas

Marcas de Estándar o Expedición	Marcas informativas:	Marcas de manipulación
Contiene información del importador, exportador, destino, dirección, numero unidades, número de referencia, etc.	Información adicional que figura en el empaque o embalaje como: país de origen, puerto de salida y entrada, peso bruto y neto, dimensiones de la caja, entre otros.	Información sobre el manejo y advertencias para el manipuleo y transporte de la carga; se usan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de la simbología comercial, los pictogramas juegan un rol importante dentro de la cadena de suministro, donde las personas encargadas de manipular la carga tengan conocimiento de los lineamientos de manejo, protección, transporte, conservación y almacenaje.

Estos Pictogramas deben ser colocados y orientados en los laterales del pallet o tarima y debe realizarse de forma clara, legible, abierta y paralela al canto del fondo.









En la empresa JAMBERRIES S.A.C se utilizará los siguientes pictogramas los cuales deberán ser impresos o reproducidos en color negro, en fondo blanco y el tamaño no debe exceder de 10x15x20 cm.

Tabla 33. Mercado de la Carga

Información del Mercado	
País de Origen	Perú
Datos del Exportador	JAMBERRIES S.A.C.
Destino	Miami- Estados Unidos
Símbolos Pictográficos	Frágil, hacia arriba, protéjase del calor, protéjase de la humedad.
Numero De Bultos	24 unidades

Fuente: Elaboración Propia

Imagen 12. Pictogramas

SÍMBOLOS SIGNIFICADO	APLICACIÓN
 "Frágil" "Fragile"	ISO 7000/No. 0626 Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 
 "Hacia arriba" "This side up"	ISO 7000/No.0623 Indica la posición correcta del embalaje durante la transportación. 
 "Protéjase del calor" "Keep away from heat"	ISO 7000/No.0624 Indica que durante el transporte y en bodega, el embalaje debe resguardarse del calor. 
 "Protéjase de la humedad" "Keep dry"	ISO 7000/No. 0626 Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 

- **FRÁGIL**, debido a que el envase es de vidrio, se debe manipular con cautela para evitar algún movimiento brusco que pueda maltratar y/o romper los envases.
- **HACIA ARRIBA**, con el objetivo de mantener las mermeladas en buenas condiciones y evitar que llegue todo alborotado.
- **PROTEJASE DEL CALOR**, con el objetivo que el producto no sufra ninguna modificación en su composición y por ende su sabor.

PROTEJASE DE LA HUMEDAD, con el objetivo de evitar el desgaste de las cajas y que estas puedan cumplir su finalidad de proteger los envases de vidrio.

4.3. Unitarización y Cubicaje de la Carga

La unitarización de la carga es el agrupamiento uno o más ítems de carga general, lo cual permite una mejor movilización y manipulación de la carga. Según la EAE Business School, consiste en el proceso de ordenar y acondicionar correctamente la mercancía en unidades de carga para su transporte, lo cual es de mucha importancia en comercio exterior por la facilidad de agrupar las cajas en una simple unidad de carga. Las formas de unitarización de carga son mediante la paletización y la contenerización, cada una con propiedades y características diferentes.

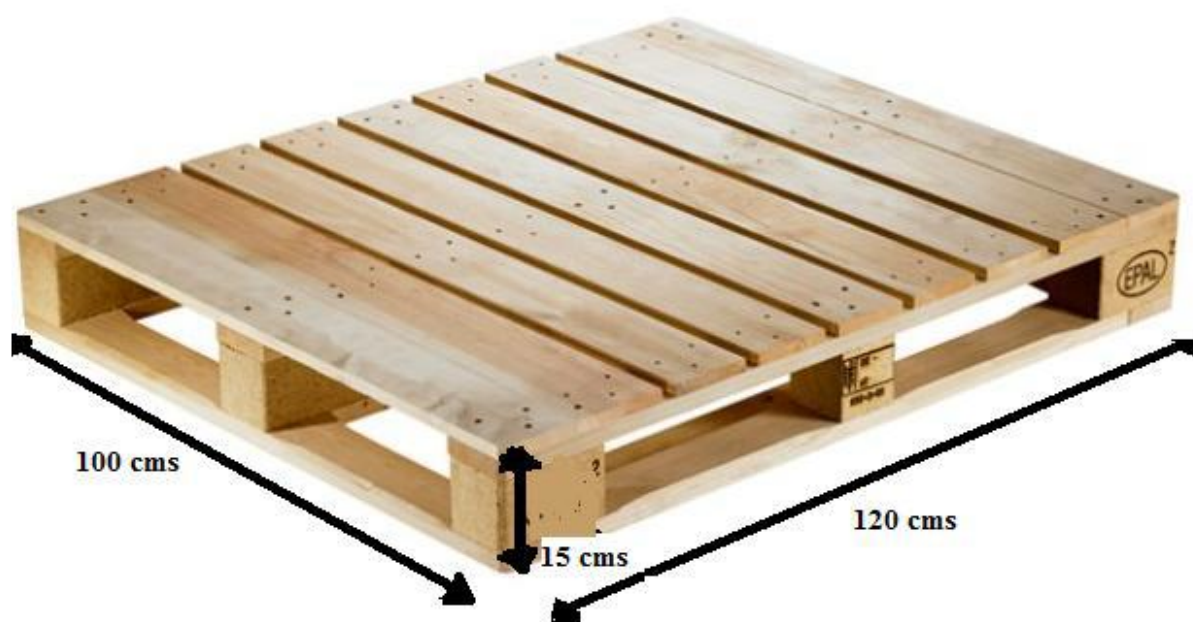
Paletización

Es la primera forma de unitarización de carga en donde se ordena y colocan sobre una plataforma o pallet de madera o de plástico con medidas establecidas y homologadas a nivel mundial para constituir una unidad de carga. son de madera. En la actualidad los pallets es de uso frecuente ya que es considerado por las empresas como un sistema eficaz de apilamiento de mercaderías de diferentes tamaños y dimensiones.

En la empresa JAMBERRIES S.A.C utilizaremos paletas estándares debido que son de bajo costo y fácil de encontrar en el mercado, los cuales están diseñadas para resistir el manipuleo, por lo que sus dimensiones y características están en función de la maquinaria la infraestructura de almacenamiento y la unidad de

transporte, además, como es de consumo humano directo no contiene insumos peligrosos o de riesgo.

Imagen 13. Contenedor Americano



Fuente: Elaboración Propia

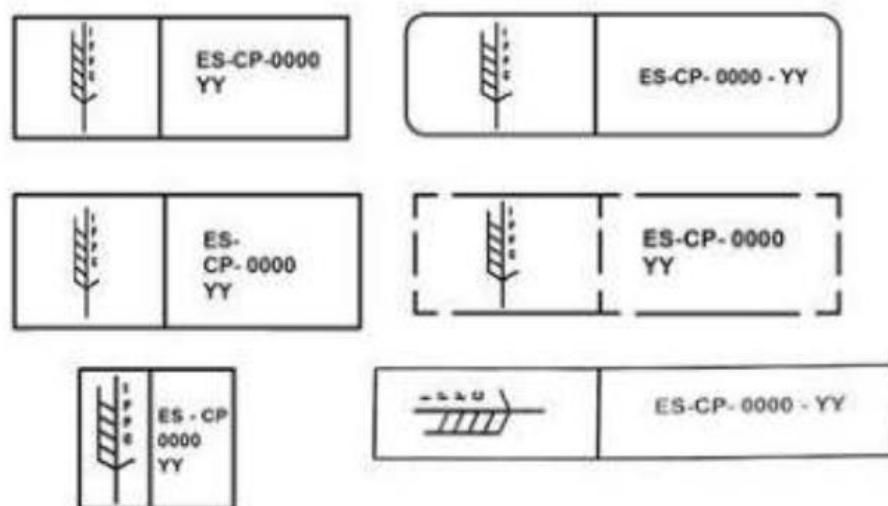
En la Imagen N° 9, se puede observar el pallet americano estándar en donde sus medidas son de 120cm x 100cm x 15 cm un peso de 25 kg y soporta carga de hasta 1200 kg.

La Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF) Y la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO) establecen

medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el pallet.

En la paletización se otorgarán dos tipos de certificados, uno es el de origen del pallet (lugar de procedencia de la madera) y el otro es el de desinfección, un tratamiento permanente que ayuda a mantener las maderas en buenas condiciones.

Figura 5. Marcas de Fumigación de Pallets
Fuente



Fuente: Elaboración Propia

La fumigación de paleta, es una acción determinada y específica ya que estas soportan mercancías destinadas a la exportación.

En la Logística, un factor importante es preparar correctamente las mercancías para su distribución para el mercado internacional por lo que, a través de la unitarización y agrupa las mercancías en unidades superiores de carga con el propósito de facilitar el transporte y conservar su integridad.

Para determinar la cantidad de cajas que deben ir en la paleta debemos dividir el área de la paleta (AP) entre el área de las cajas (AC)

$$AP = \frac{120 \times 100}{36 \times 27} = 12 \text{ unid}$$

Fuente: Elaboración Propia

Para el apilamiento de nuestra carga de acuerdo a la fórmula que se visualiza anteriormente, irán 12 cajas en la base y el alto va a depender de la altura del contenedor el cual hemos elegido de 20 pies que tiene una altura de 239 cm.

Realizando la fórmula:

Altura del contenedor (AC) – Altura del Pallet (AP) entre la altura del empaque (AE)

$$(239 \text{ cm} - 15 \text{ cm}) / 24 \text{ cm} = 9 \text{ cajas de alto}$$

La cantidad de cajas que se acomodan en la paleta son de $12 \times 9 = 108$ cajas

Contenerización

Es la segunda forma de unitarización de carga, es lo último que se hace previo al embarque de la nave, se utiliza al contenedor como una unidad de carga segura e inviolable, la forma más eficaz para facilitar es el llenado, vacío y estiba en el lugar de origen y destino del embarque. Los contenedores poseen identificaciones con información pertinente de la carga almacenada y permiten una manipulación adecuada mediante grúas y montacargas especiales existentes en los puertos y terminales.

Figura 6. Tipos de Contenedor

Tipo de Contenedor	Medidas interiores en mm			Apertura puertas en mm.		Capacidad	
	Largo	Ancho	Alto	Ancho	Alto	Cúbica M3	Carga Kgs.
Dry Standard 20' x 8' x 8.6'	5.900	2.352	2.392	2.340	2.283	33.00	21,850
Dry Standard 40' x 8' x 8.6'	12.031	2.352	2.392	2.340	2.275	67.70	26,680
Dry High Cube 40' x 8' x 9.6'	12.031	2.352	2.697	2.340	2.585	76.00	26,530
Open Top 20' x 8' x 8.6'	5.900	2.350	2.330	2.320	2.250	32.60	21,700
Open Top 40' x 8' x 8.6'	12.024	2.350	2.330	2.320	2.250	67.30	26,280
REEFER 20' x 8' x 8.6'	5.450	2.285	2.250	2.320	2.250	28.10	21,800
REEFER 40' x 8' x 8.6'	11.570	2.285	2.250	2.290	2.260	58.40	26,000
Reefer High Cube 40' x 8' x 9.6'	11.570	2.285	2.410	2.280	2.567	63.70	26,510
Flat Rack 20' x 8' x 8.6'	5.900	2.352	2.310	0.000	0.000	32.00	29,500
Flat Rack 40' x 8' x 8.6'	12.020	2.352	2.310	0.000	0.000	56.60	40,050
Tank Container 20' x 8' x 8.6'	5.910	2.100	2.100	0.000	0.000	24.00	27,000

Fuente: PROMPERU

Tabla 34. Medidas de Envase, Empaque y Paleta

Medidas del Envase

Diámetro	8 cm.
Altura	10 cm
Peso Neto por Envase	200 g
Peso Bruto del Envase	240 g

Medidas del Empaque

Ancho	36 cm
Largo	27 cm
Alto	24 cm
N° de unidades por largo	4 unid.
N° de unidades por ancho	3 unid
N° de unidades por alto	2 unid
N° de envases por cajas	24 unid
Peso Neto por caja	720 kg.
Peso Bruto por caja	820 kg.

Medidas de la Paleta

Largo	120 cm.
Ancho	100 cm.
Alto	15 cm
N° de cajas por ancho	4 unid.
N° de cajas por largo	3 unid.
Niveles de cajas por paleta	9 niveles
Total, de cajas por paleta	108 cajas

Total, de unidades por paleta	2592 unid
Peso neto por paleta	518.4 kg.
Peso bruto por paleta	622.08 kg.
N° de paletas	2
N° de cajas por embarque	216 cajas
N°de mermelada por embarque	4224
N° de mermelada anual	42240

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Cadena de DFI de Exportación

La distribución Física Internacional es todo el proceso de llevar la mercadería desde origen hasta el destino, el principal objetivo de esta cadena es llevar la carga a destino en el tiempo acordado y reduciendo los riesgos que se puedan dar durante el trayecto. Es un proceso complejo ya que intervienen una serie de reguladores logísticos y transporte.

Para este plan de Negocio de exportación de mermelada de arándano endulzado con estevia se trasladará desde el país de origen que es Perú y el país de destino- Estados unidos- Miami.

Se exportará en modalidad marítima debido a que es más económico y el tiempo de trasmito es de 10 a 15 días. El Incoterm seleccionado es FOB; debido a ello nuestra responsabilidad como exportador culmina cuando la carga es puesta en el puerto de embarque a bordo del buque.

Los requisitos solicitados por Estados Unidos para países que pertenecen a acuerdos comerciales deberán presentar los siguientes:

Requerimiento de Insumos e Infraestructura

Insumo:

El insumo son materias primas, partes o piezas que se utilizan para la transformación del producto, se debe tener en cuenta que no deben de estar almacenados sin una planificación previa debido a que estos tienen fecha de caducidad o vencimiento y se estima que las compras se realicen mensual por lo que se organizara en un software específico que detalla las cantidades calculadas para fabricación.

Los insumos serán entregados directamente por la empresa maquiladora quienes se encargarán del proceso de producción, envasado, etiquetado y paletizado para luego ser enviados al almacén de la empresa.

El proceso de producción a seguir es el siguiente:

1. El cliente emite una orden de compra, a la cual se le genera un número de pedido.
2. La empresa JAMBERRIES. S.A.C. será quien proporcione el insumo principal de la producción de mermelada el cual será por el proveedor INKA BERRIES además el Gerente de Operaciones revisara y validara la calidad del producto por la empresa Maquiladora Peruvian Nature S&S S.A.C.
3. La empresa Maquiladora Peruvian Nature S&S S.A.C. procesara la materia prima para convertirla en mermelada y proporcionara el envase primario, el envase secundario el empaque, esta empresa cuenta con las certificaciones y requisitos que son exigidos por la FDA.

4. El operador logístico recogerá la mercadería de la maquiladora el cual ya se encuentra embalada y puesta para la exportación, el agente de aduana realizará los tramites de exportación.

Infraestructura

La empresa JAMBERRIES S.A.C. está ubicada en Magdalena del Mar una zona céntrica y estratégica para el almacenamiento y exportación, esta cuenta con área de 100mt cuadrados los cuales contarán con lo siguiente:

1. Estacionamiento (Carga y Descarga)
2. Gerencia de Operaciones
3. Almacén de Productos Terminados
4. Gerencia General
5. Gerencia Administrativa
6. Sala de Reuniones
7. Asistente Comercial
8. Baño de Hombres
9. Baño de Mujeres

Imagen 14. Distribución de Áreas de la Empresa



Fuente: Elaboración Propia

Estrategias de Suministro

La cadena de suministro conforma actividades y proceso que involucra proveedores y clientes para la parte de producción y distribución. El abastecimiento o aprovisionamiento es la función logística mediante la cual se provee a una empresa de todo el material necesario para su funcionamiento. En el caso de JAMBERRIES S.A.C se tendrá proveedores con los cuales negociaremos mediante los contratos de compra y venta.

Los criterios para la selección de las empresas proveedoras son precio, experiencia y puntualidad.

Tabla 35. Criterios de selección de empresas proveedoras

Criterios	INKA BERRIES S.A.C.	Agricultores Tagufe SAC	Productores Agrarios el Encanto SAC
Precio	Medio	Medio	Bajo
Experiencia	10 años	7 años	4 años
Puntualidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena

Fuente: Elaboración Propia

Se puede visualizar que de acuerdo a los criterios elegidos determinamos que el proveedor de arándanos es la empresa INKABERRIES la cual tiene certificaciones de calidad y experiencia en el rubro

Tabla 36. Criterios de selección de empresas proveedoras

Criterios	INKA'S BERRIES SAC	Agricultores Tagufe SAC	Productores Agrarios el Encanto SAC
Precio kg	12.00	15.00	12.00
Experiencia	10 años	7 años	4 años
Ubicación	Lima	Chincha	Lima
Puntualidad	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
Certificaciones	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración Propia

En el análisis de la determinación del proveedor de arándanos podemos llegar a la conclusión que el más conveniente es la Inka Berrios dado que el precio y ubicación son muy atractivos a comparación de la competencia.

Tabla 37. Criterios de selección de empresas de Maquila

Criterios	Alimentos de Exportación ALIEX S.A.C.	Peruvian Nature S&S S.A.C.	Inka Crops S.A.
Precio kg	Medio	Medio	Medio
Experiencia	18 años	19 años	25 años
Ubicación	Lurín	Lurín	San. Juan de Lurigancho
Puntualidad	Buena	Muy Buena	Buena
Certificaciones	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración Propia

Se Procedió con la elección de la Maquila a la Empresa Peruvian Nature S&S S.A.C., en el cual según el cuadro anteriormente, detalla que la empresa cuenta con permisos y certificaciones que demuestre la calidad y garantía de sus productos, cuenta con 19 años en el mercado, ofreciendo productos y servicios de calidad calificados como Gourmet, precisando la experiencia en la producción y distribución de mermeladas y jaleas a nivel nacional con un precio competitivo.

Cada fase del proceso de producción será supervisada por el asistente de operaciones quien verificará la calidad del producto en cada etapa de proceso de elaboración.

Requisitos de Acceso de Mercado Objetivo Estados Unidos Perú

DIGESA- Dirección General de Salud Ambiental.

Según el Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) es la autoridad de salud a nivel nacional y tiene la competencia exclusiva en el aspecto técnico, normativo y de vigilancia en materia de inocuidad de alimentos de consumo humano elaborados industrialmente de producción nacional o extranjera, con excepción de los alimentos agrícolas y acuícolas. La autoridad nacional en salud ejerce sus competencias en inocuidad de alimentos de consumo humano de procedencia nacional, importados y de exportación, contribuyendo a la protección de la salud de los consumidores, promoviendo la disminución de las enfermedades transmitidas por los alimentos.

SUNAT- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N.º 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que, por ley, correspondían a esta entidad. Documento expedido y/o visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es

originaria de la nación mencionada en el mismo. Según la Cámara de comercio de lima (2016) el certificado de origen tiene los siguientes objetivos:

- Certificar el origen y procedencia de la mercancía.
- Otorgar beneficios arancelarios en los acuerdos firmados o regímenes preferenciales.
- Cumplir un requerimiento exigido por autoridades del país importador.

Para el siguiente plan se deberá solicitar el certificado de origen a la empresa maquiladora, debido a que el producto cuenta con preferencia arancelaria con el país de Estados Unidos liberando el arancel al 0%.

FDA (Food and drug administration)

Es la entidad del gobierno de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos (tanto para personas como para animales), medicamento, cosméticos, aparatos médicos (humanos y animales), productos biológicos y derivados sanguíneos; así como reglamenta el etiquetado de los productos.

Vela porque se cumpla con la Ley sobre Etiquetado de Productos Nutritivos y Educación (NLEA), sancionada como enmienda a la Ley FD&C, exige que la mayoría de los alimentos incluyan un etiquetado de información nutricional, y que las etiquetas de alimentos que contienen afirmaciones sobre el contenido de nutrientes y determinados mensajes sobre salud cumplan con requisitos específicos. Notificación previa (Prior notice) Se procede a ingresar a la cuenta de la FDA y se llena el prior notice que es una notificación previa en línea a la Aduana, se tiene hasta 8 horas para llenarlo antes que la mercadería llegue al puerto de EE.UU.

Trazabilidad

La trazabilidad es el seguimiento constante en cada fase del proceso desde la compra de los insumos hasta el punto de venta en el lugar de destino, este certificado de trazabilidad debe ser solicitado por el importador. El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, de forma lógica y objetiva, constituyen una firme base para garantizar la higiene de los alimentos, haciendo hincapié en los controles esenciales en cada fase de la cadena alimentaria.

Determinación Operador Logístico

Los operadores logísticos son los encargados de realizar la Distribución Física Internacional (DFI) de una compañía, los cuales incluyen el transporte, los trámites aduaneros, la llegada al puerto, el embarque a la naviera y el traslado al extranjero. Para la selección de operadores logísticos se solicita cotizaciones a tres empresas, para luego realizar una ponderación adecuada.

Tabla 38. Criterios de Selección de Operador Logístico

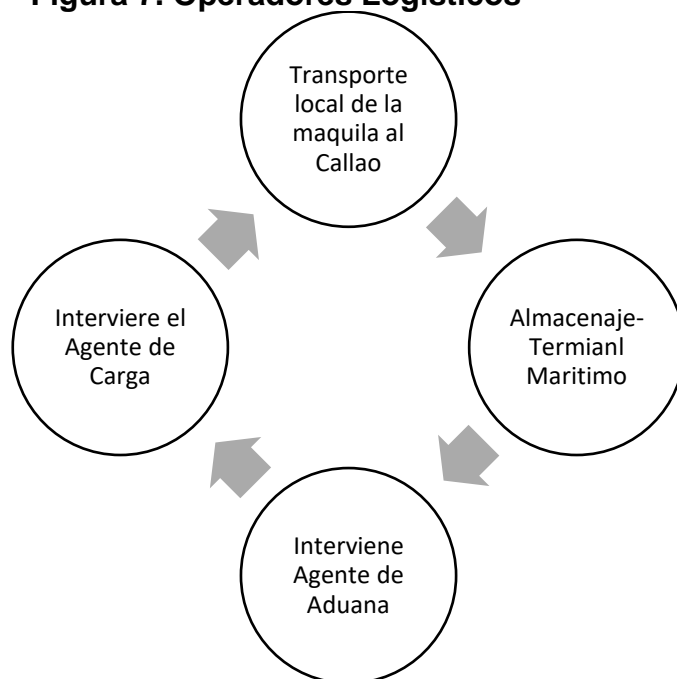
Criterios	Tramarsa	TGA Integral	Hanka Cargo
Precio	Moderado	Alto	Moderado Alto
Experiencia	27 años	9 años	10 años
Ubicación	Callao	Callao	Callao
Puntualidad	Muy buena	Buena	Muy buena
Certificaciones	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración Propia

Por lo expuesto en el cuadro anterior el agente de aduana elegido el cual realizara todo el proceso logístico teniendo alta experiencia y con

certificaciones los cuales avalaran todo el proceso será TRAMARSA y se encargará de todo el proceso detallado en el siguiente gráfico.

Figura 7. Operadores Logísticos



1. Transporte Local: Transporte de la maquila al terminal marítimo del Callao.
2. Almacenaje: El ingreso de la mercadería al terminal marítimo para que sea inspeccionada antes de que se realice el levante de la mercadería.
3. Agente de Aduana: Personal encargado de realizar todos los trámites de exportación para que la mercadería salga del puerto.

4. Agente de Carga: Brinda fletes competitivos para la exportación, en caso el cliente solicite otro Incoterm.

4.5. Seguro de las Mercancías

Se escogió el término FOB (libre bordo) debido a que este nos permite trasladar el producto en las mejores condiciones, así como también traspasar la responsabilidad del transporte internacional de la mercancía al importador y finalmente por que nos permitirá establecer un precio competitivo.

Tabla 39. Tipos de Póliza

Tipo de Póliza	Detalle
Por viaje o Termino	Cubre los riesgos de una mercancía durante un transporte con un comienzo y duración determinados.
Póliza Temporal	Cubre las operaciones a realizar en un determinado periodo de tiempo, durante el cual se asegura una multiplicidad de expediciones bajo las mismas condiciones y una suma asegurada
Póliza abierta	Se basa en un contrato de seguro que regula condiciones marco que se van a aplicar a una serie continuada de embarques u operaciones de transporte internacional. Dichas operaciones se comunican al asegurador periódicamente
Póliza flotante	Es una “póliza abierta” en la que la prima se fija como depósito para un volumen estimado de operaciones, regularizándose el uso real de la póliza al final de cada ejercicio en función de los transportes

efectuados. En este caso no se requiere dar aviso al asegurador por cada una de las operaciones.

Fuente: Elaboración Propia

El seguro conveniente para nuestra mercadería es la póliza flotante La póliza será la

Encaminada principalmente a atender las necesidades de los propietarios de mercancías,

esta póliza obliga al asegurado a dar comunicación de cada uno de los viajes realizados,

estableciéndose una tasa para cada uno de ellos en función de la mercancía asegurada.

5. Plan de Comercio Internacional

5.1. Fijación de Precios

La fijación de precios es el resultado de números de cálculos evaluando el entendimiento del mercado, riesgos y acorde al consumidor, en la administración de JAM BERRIES S.A.C. se tomará en cuenta la evaluación del precio del producto, la capacidad de pago del consumidor, las condiciones del mercado, las acciones de la competencia y el margen de ganancia.

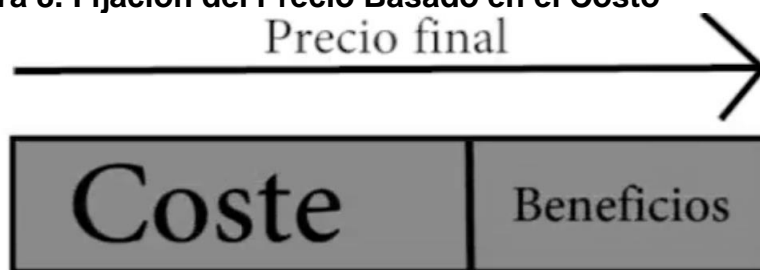
Para determinar la fijación de precios de la empresa JAM BERRIES S.A.C, se tomará mediante los siguientes métodos:

El primer método es en base al coste, toma como referencia el coste del producto en la empresa, es la manera más justa y utilizada de fijación de precio, aunque no siempre supone los beneficios a las empresas, dentro de este método encontramos dos modalidades;

la primera de esta es la sumación la fijación del precio del coste del producto más el margen de beneficio esta modalidad es muy simple y genera confianza en la empresa, pero sin embargo no toma en cuenta los precios de la competencia ni los efectos del mercado.

Imagen N° 1

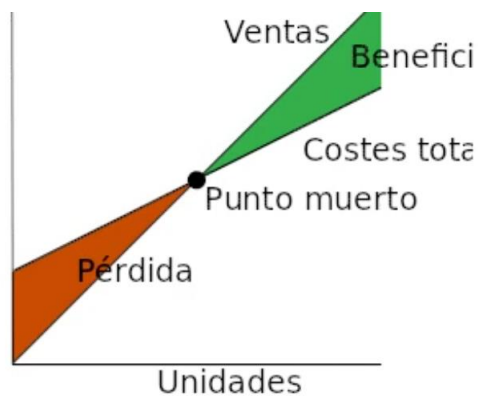
Figura 8. Fijación del Precio Basado en el Costo



Fuente: Elaboración Propia

La segunda modalidad es calculada el número de unidades del producto que es necesario vender para cubrir los gastos ya efectuados, esto se conoce como el método del precio objetivo.





Figura 9. Fijación del Precio basado en precio Objetivo



Fuente: Elaboración Propia

El segundo método es basado en la competencia toma como referencia los precios establecidos por su competencia, estableciendo como precio mínimo los costos que tiene a su competencia al momento de elaborar sus productos, se tomara en cuenta los precios en base a la competencia y en los costos donde se determina el costo unitario el cual se adiciona un margen de ganancia.

Imagen 15. Fijación de Precio basado en la competencia local

	Smucker fresa Seedless Mermelada, 18 oz \$ 2.84 15.8 c / oz ★★★★★ (88)
	Smuckers Ciruelo rojo Mermelada, 18 oz \$ 2.54 14.1 c / oz ★★★★★ (44)
	Smuckers Mora Mermelada, 18 oz \$ 2.54 14.1 c / oz ★★★★★ (50)
	Smucker Frambuesa roja Mermelada Seedless, 18.0 OZ \$ 3.28 18.2 c / oz ★★★★★ (35)

Fuente: Pagina Web Walmart Miami

En la figura anterior evaluamos que le principal competencia es la marca SMUCKERS, el cual es una marca local en Estados Unidos, su presentación es de 12 oz y su precio base es de \$2.54, sin embargo, son productos no orgánicos ni naturales.

Imagen 16. Fijación de Precio basado en la competencia internacional

	<p>Tiptree Strawberry preservar</p> <p>\$9.00</p> <p>Miami</p>
	<p>Tiptree Arándano silvestre Preserve, 12 Oz</p> <p>\$7.18 <small>59.84 / oz</small></p>
	<p>Tiptree Fresa y champán Preserve, 12.14 Oz</p> <p>\$9.55 <small>79.64 / oz</small></p> <p>Miami</p>
	<p>Tiptree Mermelada de naranja y whisky, 12.14 Oz</p> <p>\$9.31 <small>77.64 / oz</small></p>

Fuente: Pagina Web Walmart Miami

En el supermercado Walmart existen otras marcas importadas como es el caso de TIPTREE es una marca de Inglaterra que tiene una buena acogida en el mercado de Estados Unidos pero su precio es algo elevado teniendo como precio base de \$7.18 en la presentación de 340 gr.

El tercer método se basa en el mercado de demanda, toma como referencia la psicología del consumidor, así como la elasticidad del sector del mercado en el que se encuentra el producto, asigna el precio según la demanda.

Imagen 17. Fijación de Precio basado en la Psicología del Consumidor



Fuente: Elaboración Propia

Según lo expuesto el método más conveniente para la fijación de Precio de nuestro producto será el método a través del costo, ya que podemos definir específicamente cuales son nuestros costos variables y fijos y así adicionarle un beneficio que se convierta en nuestra ganancia.

5.1.1 Costos y precio

Nuestra Empresa JAMBERRIES S.A.C. se encarga específicamente en la comercialización de mermeladas de arándanos endulzada con estevia al mercado de Miami- Estados Unidos, tercerizando la producción, el envasado, el etiquetado, el embalaje, la paletización todo este proceso lo hará una sola empresa que será

PERUVIAN NATURE S&S la cual cuenta con amplia experiencia y certificaciones que avalan su profesionalismo.

Para obtener el precio de venta la elección del Incoterm juega un papel importante ya que va depender de los costos logísticos y la responsabilidad para ambas partes. El tipo de Incoterm escogido afectara de manera directa en el precio, en esta operación se involucrarán costos logísticos y responsabilidades.

Para evaluar los costos de mermelada haremos una búsqueda de información tanto de los principales precios y empresas nacionales por la partida 2007.99.91.00, además determinamos los costos directos, indirectos, margen de ganancia y utilidades que incurren en el precio.

Partida Arancelaria 2007.99.91.00 Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción

Tabla 40. Principales Precios por la Partida 2007.99.91.00 (Expresado en Dólares)

Importadores	Valor Unitario	Cantidad importada	Valor Importado
			Miles de \$
Estados Unidos	\$1.8	177.482	323.257
Alemania	\$2.01	106.359	214.487
Francia	\$1.46	117.588	172.561
Reino Unido	\$2.28	54.095	123.396
Países Bajos	\$1.87	54.490	101.913

Fuente: Elaboración Propia TRADEMAP

Según la Tabla Anterior, hemos detectados el precio de importación de los principales países consumidores de la partida 2007.99.91.00, lo cual evaluamos que

la tendencia del producto es creciente y constante, donde los principales consumidores demandan productos saludables y de origen orgánico.

Ahora evaluaremos las principales empresas peruanas que exportan este producto y cuál es las tendencias.

Tabla 41. Principales Empresas que exportan por la Partida 2007.99.91.00 (Expresado en Dólares)

Empresa	Precio
MULTIFOODS S.A.C.	\$2.33
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	\$2.35
VIRU S.A.	\$2.34
PERUFOOD IMPORT S.A.C.	\$2.33
PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.	\$2.35

Fuente: Elaboración Propia

Observamos nuestros principales competidores locales los cuales cuentan con un precio FOB en promedio de \$2.34, mediante este estudio hemos comprendido al consumidor delineando estrategias para mejorar oportunidades en el mercado de mermeladas de arándano.

Desarrollando con el ejercicio de la Determinación del Precio de Mermelada de Arándano endulzado con estevia calcularemos los costos directos, indirectos, margen de ganancia y utilidades de la empresa.

Costos directos

Los costos directos son medibles y se asignan directamente de forma concreta al producto. Para la elaboración de la mermelada de arándano endulzado con estevia,

será tercerizado la producción la cual tendrá una capacidad de 2592 frascos de 200 g mensuales

Tabla 42. Costos Directos (Expresado en Dólares)

Concepto	Costo Unitario	Cantidad	Costo Mensual USD\$	Costo Anual USD S\$
Costo de producto tercerizado	\$0.25	2050	\$510.00	\$4,080.00
Materia Prima Arándano	\$0.20	510	\$102.00	\$816.00
Materia Prima de estevia	\$2.90	50.8	\$118.32	\$946.56
Transporte de materia prima de arándano	\$0.15	612	\$91.80	\$734.50
Transporte de materia prima de estevia	\$0.77	50.8	\$31.42	\$251.33
Transporte del maquilador hacia almacén	\$0.06	816	\$48.96	\$391.68
Total, de Insumos de Producto			\$952.50	\$7,219

Fuente: Elaboración Propia

Costo de Producto Tercerizado

Los Costos de Producto Tercerizado es un costo necesario que involucra la fabricación del producto en que incluye la materia prima, el transporte y el costo de producción.

Tabla 43. Costo de Producto Tercerizado (Expresado en Dólares)

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto tercerizado USD	\$7,220.0	\$7364.37	\$7585.30	\$7888.71	\$8283.15
\$					

Fuente Elaboración Propia

En la Tabla anterior se puede observar los costos de fabricación tercerizado, en el cual se encuentra considerado todos los insumos y materiales de envase primario y secundario del producto como además los costos de tercerización y de materia prima.

El valor total de insumos en Productos para el primer año es de USD\$ 7,220.00 por un valor total de 10 embarques anuales, exportando una cantidad de 51,840 potes de mermeladas por año.

Costo de Exportación

Los costos de exportación corresponden a los derechos que se tienen que realizar en Aduanas para embarcar la mercadería hacia Estados Unidos.

Tabla 44. Costos de Exportación (Expresado en Dólares)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Gastos Operativos	50.00	51.00	53.55	56.23	59.04
Transporte del almacén hacia el puerto	141.30	144.13	151.33	158.90	166.84
Seguro de Carga	61.54	62.77	65.91	69.20	72.67
Certificado de Origen	61.54	62.77	65.91	69.20	72.67
Derecho de Embarque	147.69	150.64	158.18	166.08	174.39
Transmisión Electrónica	58.46	59.63	62.61	65.75	69.03
Tramite Documentario	92.31	94.16	98.86	103.81	109.00
Embarque	595.41	607.32	637.68	669.57	703.05
Visto Bueno	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Inspección de Aduana	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Aforo Físico	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Carta de Crédito	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Total, de Costos de Exportación	1,628.25	1,652.42	1,714.04	1,778.74	1,926.67

Fuente: Elaboración Propia.

En la Tabla N° 5 observamos los costos de exportación en donde el primer año hemos calculado un total de USD\$1628.25, haciendo una evaluación de agentes de aduana certificados por SUNAT, se eligió a las Aduana M&C por su experiencia, certificaciones, precio justo y puntualidad.

Los costos de la Aduana M&C son los siguiente:

Los derechos de Visto Bueno S/1,011.30 o US\$300.00, inspección de aduanas S/. 67.42 o US \$ 20, Aforo BOE S/. 67.42 o US \$ 20, Aforo físico S/ 67.42 o US \$ 20 corresponden al pago que se realiza por la salida de mercancías del país.

Gastos de Personal

Los Gastos de personal se refiere a las retribuciones a los trabajadores que tiene en cuenta la empresa. En el caso de la empresa JAM BERRIES S.A.C la distribución de funciones se ha asignado a 3 personas las cuales cuentan con las directivas y objetivos pertinentes.

Tabla 45. Costos de Exportación (Expresado en Dólares)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Gerente General	\$5,907.69	\$6,067.20	\$6,224.94	\$6,417.92	\$6,610.46
Gerente de Operaciones	\$3,692.31	\$3,792.00	\$3,890.59	\$4011.20	\$4,131.54
Gerente Comercial	\$3,692.31	\$3,792.00	\$3,890.59	\$4011.20	\$4,131.54
Total	\$13,292.31	\$13,651.20	\$14,006.13	\$14,450.32	\$14,873.53

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro anterior, se detalla el sueldo del personal que conforma la empresa, como es una microempresa no consideramos CTS ni gratificaciones, acogiéndose al régimen Laboral Especial ya que no supera el margen de ventas de 150 UIT.

Gastos Fijos

Los gastos fijos son de carácter obligatorio y necesario para la empresa.

Tabla 46. Gastos Fijos (Expresado en Dólares)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Pago de Alquiler	\$5,538.46	\$5,688.00	\$5,835.89	\$6,016.80	\$6,197.30
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	\$808.61	\$830.44	\$852.03	\$878.45	\$904.80
Total, de Gastos Fijos USD\$	\$6,347.07	\$6,518.44	\$6,687.92	\$6,895.25	\$7,102.10

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla de Gastos Fijos, observamos los gastos indirectos de fabricación, en el cual se considera el pago por alquiler del local que está ubicado en el distrito de Magdalena del Mar en la ciudad de Lima- Perú. Además, consideramos los servicios básicos como son luz, agua, teléfono e internet, los cuales están calculados anualmente en el primer año es de USD\$6,347.07 y para el quinto año del proyecto será de USD\$7,102.10.

Gastos Administrativos

Los Gastos Administrativos son indirectos, incurren en la gestión, organización y control de la empresa.

Tabla 47. Gastos Administrativos (Expresado en Dólares)

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Útiles de oficina	\$110.77	\$113.76	\$116.72	\$120.34	\$123.95
Asesor contable	\$738.46	\$758.50	\$778.12	\$802.24	\$826.31
Control de calidad	\$184.61	\$189.59	\$194.52	\$200.55	\$206.57

Total, USD\$	\$1,033.84	\$1,971.48	\$2058.60	\$2,168.18	\$2,303.53
---------------------	-------------------	-------------------	------------------	-------------------	-------------------

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a los Gastos Administrativo hemos considerado los principales materiales de oficina para cada área de la empresa, como también un asesor contable y control de calidad quien llevaran a cabo los objetivos de la empresa.

Gastos Ventas

Los gastos de venta son aquellos que se producen como consecuencia de la venta

Tabla 48. Gastos de Venta (Expresado en Dólares)

Descripción	Total
Página Web	\$129.23
Espacio en la Feria Stand	\$615.38
Decoración de Stand	\$676.92
Pasaje Aéreo	\$650.00
Hospedaje	\$49.23
Movilidad	\$36.93
Alimentación	\$43.07

Merchandising (folletos, tarjetas, regalos) + Muestras	\$307.69
Total, de Gastos de Venta	\$2,508.44

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se detalla los diferentes gastos de venta entre los cuales tenemos el alquiler del espacio en feria, decoración de stand, pago al agente comercial internacional, rueda de negocios ya que ello nos permitirá darnos a conocer en el mercado, esto nos permitirá incrementar las ventas y generar una posición en la mente del consumidor.

Costos Fijos

Son aquellos cosas que las empresas deben de pagar independientemente de su nivel operativo.

Tabla 49. Costos Fijos (Expresado en Dólares)

Descripción	Total
Gastos de Personal	\$13,292.31
Materiales Indirectos	\$184.61
Gastos Fijos	\$6,347.07
Gastos Administrativos	\$1,033.84
Gastos de Ventas	\$ 2,508.44
Total, de Costos Fijos	\$23,366.27

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro anterior, se observa los costos fijos totales que involucra llevar a cabo nuestro Plan de negocio de Exportación de mermelada de arándano, endulzado

con estevia al mercado de Miami- Estados Unidos, en donde hemos calculado mediante la sumatoria de los gastos de personal, material indirecto, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas

Costos Variables

Son gastos que cambian en función del nivel de actividad de producción

Tabla 50. Costos Variables (Expresado en Dólares)

Concepto	Año 1 Total USD\$
Costo del Producto Tercerizado	\$7,219.97
Costo de Exportación	\$1,628.25
Costo Variable Total	\$8,848.22

Fuente: Elaboración Propia

En los costos variables hemos detallado en el calculo los costos del producto tercerizado mas los costos de exportación ya que estos varían en el tiempo y dependen del nivel operativo de la empresa.

Tabla 51. Proyección de Costos Variables (Expresado en Dólares)

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Total, de Costos	\$8,848.22	\$9,025.18	\$9,295.94	\$9,667.78	\$10,151.16
Variables					
Costos Fijos	\$23,366.27	\$23,992.17	\$24,611.17	\$25,368.39	\$26,123.91
Total					
Costos Total	\$32,214.49	\$33,017.36	\$35,036.17	\$35,036.17	\$36,275.07
USD\$					

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52. Estructura de Precios (Expresado en Dólares)

Costo de Venta Unitario	\$0.54
Costo Fijo Unitario	\$1.43
Costo Unitario	\$1.97
Margen de Ganancia	\$50%
Valor de Venta	\$3.94
IGV	\$0.00
Precio de venta FOB	\$3.94

Fuente: Elaboración Propia

5.1.2 Cotización Internacional

La cotización es un proceso que consiste en determinar y analizar la construcción de la estructura de costos, desde la elaboración del bien hasta el precio definitivo que pagará el usuario final.

La cotización internacional es la estimación del precio de una mercancía en función de una negociación con fines de exportación. La cual, debe determinar el valor del producto considerando los gastos de producción, exportación y dejando un margen de rentabilidad.

La cotización internacional es un documento que debe tener datos legales de rigor de la empresa y describir detalladamente, usando los términos de Comercio Internacional.

Cuando cotizas un precio es beneficioso darle al comprador potencial varias opciones, en donde los Incoterms son efectivos. Los Incoterms son un conjunto de

reglas aplicables internacionalmente, se utilizan con el propósito de facilitar la interpretación de los términos comerciales, en donde su objetivo fundamental consiste en establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y la transmisión de los riesgos en una parte compradora y vendedora en un contrato de compra venta internacional. Regulando así las entregas de mercancías, la transmisión de riesgos, distribución de los gastos y tramites de documento aduanero.

En las cotizaciones normalmente tiene que incluir la cantidad cotizada, el precio, las especificaciones principales del producto, el tiempo de entrega, la garantía, y ciertos términos y condiciones que se mostraran a continuación según SIICEX:

1. Identificar al cliente potencial a través de la búsqueda por internet de las empresas que distribuyen y comercializan productos similares al nuestro. Así mismo; se solicita información en la Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM).

Con la información recibida, buscamos en cada una de las páginas web de los posibles clientes los productos que comercializan y las zonas de distribución a la cual se dirigen para escoger la que más nos conviene.

2. Contactar con el cliente potencial, a través del envío de un correo electrónico con los detalles de la empresa del tipo de producto que ofrecemos y en caso que estén interesados enviarles muestras.

3. Negociar las formas de pago y de envío, plazos de entrega e Incoterm con el importador. Generalmente, optamos por realizar el envío vía marítima utilizando el Incoterm FOB y teniendo como medio de pago carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista.

4. Finalmente, se envía cotización al cliente para revisión y aprobación, en caso solicite una muestra se procede con el envío.

Ejemplo de Cotización de la empresa JAMBERRIES S.A.C.

Figura 10. Cotización Internacional



JAMBERRIES S.A.C.

Cotización
A-00001

BLUEBERRY JAM WITH STEVIA.

FOB	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
900.000.00 0-1	The Frest Market	Bob Siewek	30/12/2020	Miami
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
305-532- 0377	1800 West Beach, Fl	-		Contado

Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total
\$1.00	\$1.00	Mermelada de Arándano	\$2,592.00	Caja	\$5.00	\$12,960.00

Condition: FOB DP WROLD. CALLAO, INCOTERMS 2020/ DELIVERY TIME: 30 DAYS AFTER RECEIVING THE PURCHASE ORDER / PAYMENT TERMS: LETTER OF CREDIT	Gran Total	\$12,960. 00
	Descuento	\$0.00
	Subtotal	\$12,960. 00
	IVA (16%)	\$2,073.6 0
	Valor total	\$15,033. 60

Fuente: Elaboración Propia

La empresa The Frest Market es nuestro cliente comprador, a los cuales se le hará llegar una cotización internacional del producto a comercializar.

En la cotización se detalla el precio, cantidad a vender, forma de presentación, plazo de entrega, condición de pago y el incoterm a utilizar, todo ello se coordinará electrónicamente con la empresa

5.2. Contrato de Compra Venta Internacional y sus Documentos

La Convención de Naciones Unidas realizada el 11 de abril de 1980 en Viena determinó los Contratos de compra y venta Internacional, cuya finalidad es fomentar y unificar el comercio internacional.

El Convenio se aplica a contratos de compraventa de mercaderías elaborados entre partes que tengan su establecimiento en países diferentes, un Contrato de Compra Venta es el acto jurídico por el cual más de dos personas de distinto país

trazan sobre una mercadería a cambio de un precio determinado, donde una de las partes resulta el vendedor y el otro el comprador.

Asimismo, cabe destacar que el Convenio de Viena regula exclusivamente la formación del contrato y los derechos y obligaciones de las partes bajo el mismo, no regulando la validez del contrato ni sus estipulaciones, efectos que el contrato pueda producir sobre la propiedad de las mercaderías.

Obligaciones del Vendedor

Según el artículo 30 de la Convención de Viena establece que *“El vendedor deberá entregar las mercaderías, transmitir su propiedad y entregar cualesquiera documentos relacionados con ellas en las condiciones establecidas en el contrato y en la presente convención.”*

Es decir, que el vendedor tiene la obligación de entregar las mercancías, transmitir la propiedad y entregar los documentos relacionados con las mercancías.

Obligaciones del Comprador

Las obligaciones del comprador es recepcionar las mercancías y pagar el precio establecido según el contrato de compra y venta.

La empresa JAMBERRIES S.A.C. establece un contrato de negociación con ciertas condiciones de compra y venta como, por ejemplo, el transporte, seguro, entrega, términos de pago e Incoterm. Para determinar los riesgos y responsabilidades es importante que la negociación internacional se formalice preferiblemente por escrito y con los endoses respectivos de ambas partes para que entre en vigor la ejecución del contrato suscrito.

Al momento de negociar y para lograr fortalecer la confianza del comprador a través de

tiempo, se debe tener en cuenta la cultura estadounidense (tradiciones y costumbres);

porque esto influye y es la clave en una negociación exitosa.

- La puntualidad es importante al momento de negociar en los Estados Unidos.

- La primera reunión es fundamental para dar imagen de seriedad, confianza y

credibilidad de la empresa.

- Se debe evitar hablar de temas políticos, religiosos, de sexo, de razas y de la apariencia de las personas.

- Se debe tener especial cuidado en evitar críticas hacia las personas o costumbres del país.

- Temas apropiados para una conversación son por ejemplo los deportes, viajes, comidas, literatura o cine.

- Bien no se espera que el empresario entregue algún regalo, sí puede hacerlo. Algo bien recibido es algo propio de su país.

- La formalidad y el buen gusto son muy valorados en el mundo de los negocios norteamericano, por lo que el uso de terno y corbata es lo más aconsejable para los hombres. Para las mujeres también resultaría vestir con un traje de carácter conservador.

- Para el empresario estadounidense si el negocio no les parece interesante, lo dirán abiertamente y terminarán con la reunión lo antes posible.

Además, se debe considerar que esto último no obedece a una descortesía

sino sencillamente a que ellos valoran el tiempo, tanto el de ellos como el de la contraparte.

Fuente: SIICEX.

5.3 Elección y Aplicación del Incoterm

Los INCOTERMS, en un contrato de venta internacional distinguen el tema de la transferencia de riesgos y la transferencia de propiedad sometida a la ley que rige el contrato, siendo facultativos, con cláusulas estandarizadas y reconocidas internacionalmente que permiten evitar litigios, distribuyendo claramente entre el comprador y el vendedor: referentes a los costes, a los riesgos.

Los INCORTEM (International Commercial Terms) como conjunto de reglas internacionales establecidos por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), para interpretar los términos comerciales utilizados en “las transacciones internacionales, elaboradas para qué regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos de la operación y la distribución de riesgos de la operación” (ADUANAS, 2017, p. 11).

Tabla 53. Comparación de INCOTERMS

INCOTERMS	Vendedor	Comprador
EXW	Pone la mercadería en su propio almacén	Asume todos los gastos y responsabilidades
FCA	Entrega la mercadería en un punto acordado, asimiento costos y riesgos	Asume Gastos desde la carga a bordo hasta la descarga.

FAS	Entrega la carga en el muelle	Gestiona la carga a bordo, estiba, flete y demás
FOB	Asume los gastos hasta la subida a bordo	Encarga de los costos de flete, descarga y trámites aduaneros
CIF	Se hace cargo de todos los costes	Se ocupa de los tramites y transporte

Fuente: Elaboración Propia

En el 2020 salió la nueva Regla Incoterms la cual fue publicada por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) la cual modifico seis reglas con las que estandarizan una serie de términos comerciales, reduciendo las incertidumbres vinculadas a la operatividad aduanera en donde se busca orientar a las personas de la elección de la regla correcta que convenga a su interés y realizarlos en su contrato de compra y venta.

Tabla 54. Costos por Incoterm

INCOTERMS	Costos precio
EXW	Precio base + Embalaje y Verificación
FCA	Precio base + Embalaje + Verificación + Carga + Transporte Interno + formalidades aduaneras

FOB	Precio base + Embalaje + Verificación + Carga + Transporte Interno + formalidades aduaneras + Costos de Manipuleo en puerto de salida
CIF	Precio base + Embalaje + Verificación + Carga + Transporte Interno + formalidades aduaneras + Costos de Manipuleo en puerto de salida + Seguro de la Mercancía

Fuente Elaboración Propia

El INCOTERM recomendado para la exportación de mermelada de arándano es el FOB (Free On Board), ya que permite tener mayor control sobre el flete y los costos, donde el cliente puede seleccionar su propio transporte de carga, pudiendo elegir rutas y tiempos de tránsito.

JAMBERRIES S.A.C. exporta la mermelada de arándanos endulzada con estevia; en la cual dispone la mercadería puesta a bordo del buque designado por parte del destinatario y sobre la cubierta del buque con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo y cuenta del consignatario.

Obligaciones costos y riesgos asumidos por el Consignatario o Vendedor (empresa JAM BERRIES SAC):

- Proporcionar la mercadería y factura comercial de acuerdo al contrato de compra venta internacional.
- Licencias, permisos, autorizaciones, acreditaciones y formalidades para la exportación de la mercancía.
- Entregar la mercancía a bordo del buque o en el punto de carga designado por el comprador del puerto de embarque convenido. Con esta acción se transfiere los riesgos de la mercadería al comprador.

- Asumir todos los gastos hasta la entrega de la mercancía a bordo del buque o punto de carga indicado por el comprador. Los gastos a cubrir son transporte interno, trámites aduaneros de exportación, derechos y demás gastos que se originan como resultado de la exportación.
- Notificación y aviso al comprador.

Obligaciones, costos y riesgos asumidos por el Destinatario o comprador de EE.UU.

- Pagar el precio de la mercadería adquirida conforme a lo estipulado en el contrato de compraventa.
- Licencias, permisos, autorizaciones, acreditaciones y formalidades para la importación de la mercancía.
- Recepción de la mercancía a bordo del buque portador o en el punto de carga establecido.
- Asumir todos los riesgos y daños que sufra la mercadería desde el momento de la entrega de la mercancía a bordo del buque.
- Notificación y aviso al vendedor. El comprador comunica con tiempo suficiente el nombre del buque o punto de carga en el puerto convenido y el momento preciso de entrega dentro del plazo acordado.
- Aceptar el documento de prueba de entrega o documento de transporte por el vendedor.

5.4. Determinación del Medio de Pago y Cobro

El medio de pago, es el instrumento entre los posibles vendedores el cual es aceptado para realizar la operación en los términos contractuales establecidos. Los

medios de pago se encuentran en función a múltiples circunstancias como la solvencia, la confianza, la experiencia, el mercado, el destinatario, el interés en la operación, costos, seguridad de cobro, ventajas e inconvenientes de las diferentes modalidades, riesgo país. Considerando los riesgos (político/país y comercial/comprador) a los que se enfrentan compradores y vendedores, el uso y costumbre internacional a través de la banca ha mitigado dichos riesgos ofreciendo mecanismos para perfeccionar la forma de pago acordada.

Según SIICEX los principales Medios de Pago Internacionales son:

1. **Transferencia / orden de pago:** Pago que realiza el importador al exportador por intermedio de los bancos. Este medio se usa frecuentemente en la forma de pago de cuenta abierta, es la forma más riesgosa para el exportador
2. **Cobranza de exportación:** Es el medio de pago internacional mediante el cual un exportador entrega los documentos representativos de mercaderías o servicios a su banco, con la instrucción de enviarlos y entregarlos al comprador contra pago o la aceptación de una letra-pagaré, es decir, se encarga de la cobranza de los dos documentos a un banco. Bajo esta modalidad, el exportador asume los riesgos pues el banco no asume responsabilidad en el pago. El marco legal según PROMPERU en la publicación 522 de la Cámara de Comercio Internacional (CCI) para este medio de pago las cobranzas pueden ser simples o documentarias.
3. **Carta de crédito de exportación (CDE):** Es el medio de pago internacional mediante el cual el banco del importador a solicitud, se

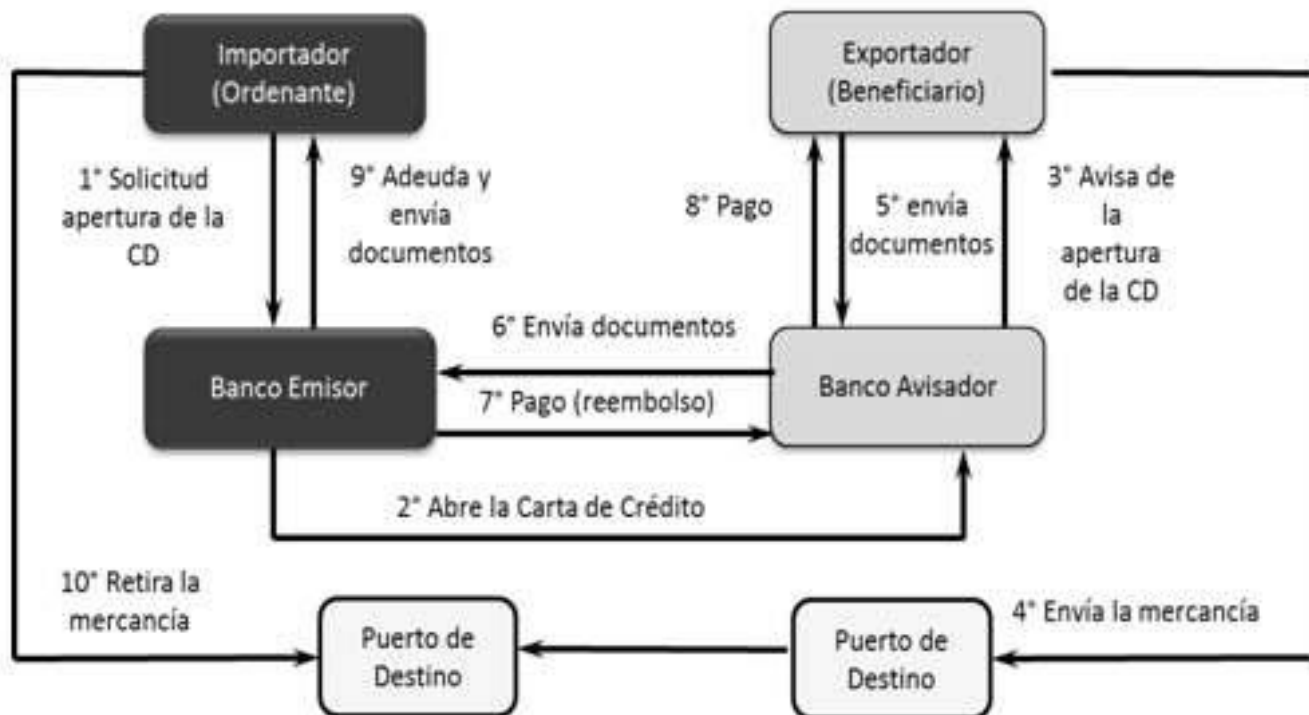
compromete a pagar al exportador una cantidad determinada, siempre y cuando se cumplan todos los términos y condiciones de la carta de crédito.

Entre los principales medios de pago internacionales, hemos elegido la carta de crédito de exportación debido a que es la modalidad es más segura porque el banco es quien asume la obligación de pago.

Las partes intervinientes en un crédito documentario son:

- Ordenante: Es la persona que solicita la apertura del crédito a su Banco para efectuar el pago.
- Beneficiario: Persona a cuyo favor se emite el crédito y puede exigir el pago al banco emisor una vez ha cumplido con las condiciones estipuladas.
- Banco Emisor: Banco elegido por el importador, realiza la apertura y pago del crédito.
- Banco Corresponsal: Banco del exportador, adquiere compromiso de avisar al beneficiario de la apertura del crédito.

Figura 11. Diagrama de Flujo de Crédito Documentario



Fuente: Banco Santander

Las cartas de crédito son independientes y autónomas respecto al contrato de compraventa internacional o cualquier otro suscrito, los bancos son libres de aceptar o rechazar la orden de apertura de una carta de crédito como la condición de acreditado confirmado.

Los Acreditados pueden ser:

- Irrevocable: Sólo se puede modificar y cancelar con la aprobación conjunto del banco emisor, del banco confirmador y por el beneficiario.
- Confirmado: Cuando el banco avisador incorpora también su propia obligación de pago al banco emisor. Esta modalidad de crédito documentario considera una doble certificación de cobro porque un banco en el país del vendedor confirma y se responsabiliza con el banco emisor el pago.

- A la vista: El beneficiario cobra al contado contra la documentación recibida y confirmada por el banco confirmador.

Tabla 55. Ventajas y Desventajas de Carta de Crédito

	EXPORTADOR	IMPORTADOR
VENTAJAS	Alta seguridad de cobro en el plazo convenido.	Alta seguridad de que no pagará al beneficiario hasta contar con la certeza documental que se éste cumplió con las obligaciones.
	Mayor agilidad en el cobro comparado con otros	Instrumento de financiación.
	Facilidad de acceder a financiamientos de exportación.	Seguridad ante cambios de normativa monetaria y cambiaria en su país.
	Comisiones y gastos bancarios más elevados.	Comisiones y gastos bancarios más elevados.
DESVENTAJAS	Dificultad en la negociación con compradores externos que utilizan otros medios de pago.	Afectan el margen de crédito.
	Si el crédito documentario no es confirmado, el banco emisor puede no pagar en la fecha	Se puede recibir la mercancía en malas condiciones, debido a que la carta de crédito

prevista por problemas de
reembolso o transferencia.

opera con documentos no con
mercancía.

Fuente: Business & Marketing School

El medio de pago elegido es Carta de Crédito (L/C) con pago diferido a 30 días posterior a la fecha de embarque, motivo por el cual optaremos por una carta de crédito irrevocable y confirmada, por las siguientes razones:

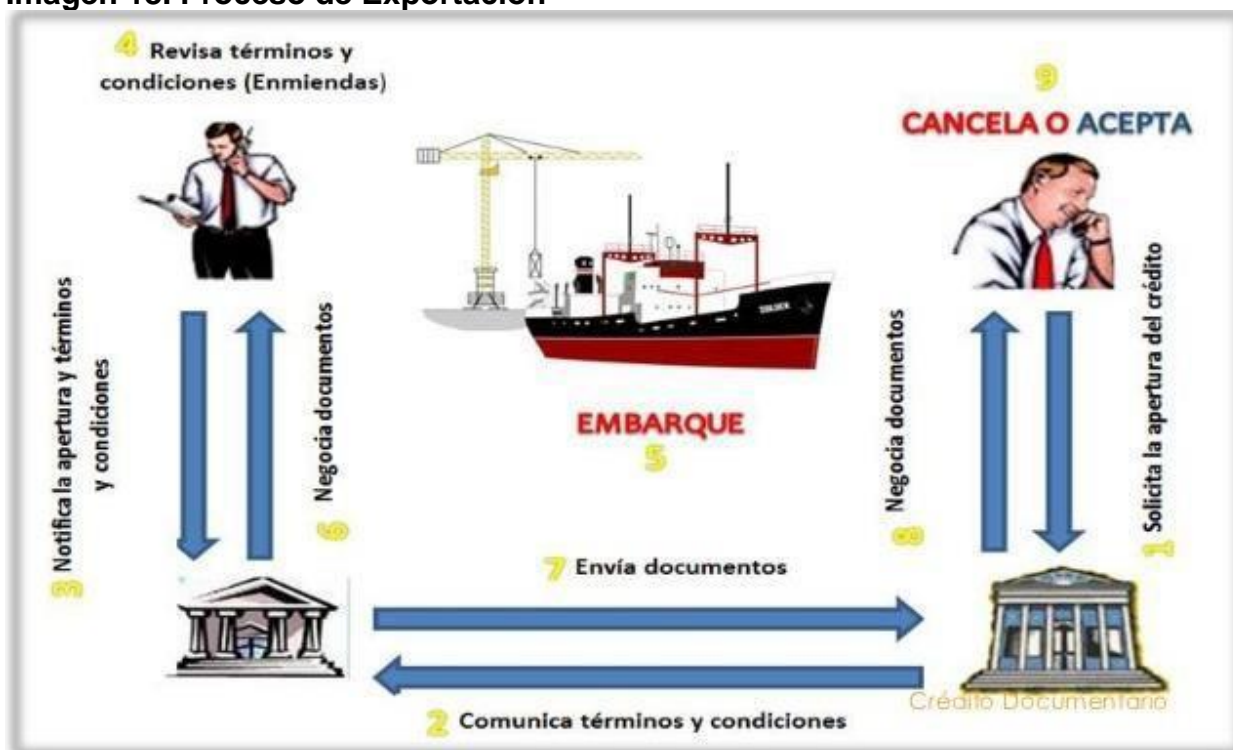
- Medio de pago más seguro
- El banco emisor (banco del importador) garantiza el pago al beneficiario (JAMBERRIES S.A.C exportador).
- El riesgo para ambas partes se reduce notoriamente, pues tiene el respaldo del banco.

La carta de crédito se caracteriza por ser irrevocable porque exige la autorización de cada una de las partes (exportador, importador y bancos; para realizar cualquier modificación o cancelación de las condiciones pactadas.

Por ningún motivo, la carta de crédito podrá ser anulada por el banco, quién se ha obligado a garantizar el pago (siempre y cuando el exportador cumpla con sus obligaciones y/o cláusulas del contrato).

Es confirmada porque el banco del exportador también se compromete a realizar el pago, bajo hipotético que el Banco emisor (banco del importador) no pague.

Imagen 18. Proceso de Exportación



Fuente: SUNAT

Tabla 56. Gastos de Carta de Crédito (Expresado en Dólares)

Variables	Porcentaje	Monto	Observaciones
Emisión de Carta de Crédito	0.75%	\$180.00	Trimestral
Gestión SWIFT		\$22.00	Fijo
Comisión por gestión de portes		\$12.00	Fijo

Elaboración Propia Fuente: Banco Continental

5.5. Elección del Régimen de Exportación

Los regímenes aduaneros sirven para determinar las condiciones en las que una mercadería ingresa al país o sale de él. Asimismo, determina los procedimientos que

una empresa importadora o exportadora debe seguir para participar del comercio internacional.

Los Regímenes Aduaneros de Exportación son los tratamientos aduaneros aplicables que se trasladaran desde el territorio nacional hacia el exterior.

Según SUNAT, una exportación se define como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional y de zonas francas de bienes y servicios

Modalidades

Exportación Definitiva

Regula la salida de mercancías nacionales para su uso definitivo en otro país.

Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo

Regula la salida de mercancías nacionales para la transformación, elaboración o reparación el exterior.

Exportación Temporal para la Reimportación en el mismo Estado

Regula la salida temporal de mercancías nacionales para un fin específico en el exterior en un plazo determinado durante el cual deberán ser reimportadas sin modificación alguna.

JAMBERRIES S.A.C. se acogerá a un régimen de Exportación Definitiva, debido a que el producto a comercializar es de consumo humano directo, por lo que la salida del país es sin retorno.

Este régimen está exceptuado del pago de tributos (ad Valorem, IGV e ISC) y al pasar el valor de 5000 dólares americanos, se tendrá un agente aduanero que ayude con los trámites y el servicio logístico.

Requisitos

- RUC activo y no tener la condición de no hallado o no habido

- Agente de aduana que debe solicitar la numeración de la Declaración Aduanera de Mercancías.

Imagen 19. Regularización de la Exportación



Fuente: SUNAT

5.6. Gestión Aduanera del Comercio Internacional

SUNAT indica que las Etapas del Procedimiento para la Exportación son:

1. Numeración de la DAM: El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales a la Intendencia de Aduana en cuya jurisdicción se encuentre la mercancía

La Administración Aduanera llevará a cabo los siguientes pasos:

- Validación del SIGAD (Sistema Integrado de Gestión Aduanera)
- Valida la información, de ser conforme, numera la Declaración

Aduanera de Mercancías para que el despachador de aduana proceda a imprimir la DAM para el ingreso de la mercancía a la Zona Primaria, de corresponder.

2. Ingreso de Mercadería a Zona Primaria: El despachador de aduana ingresa la mercadería a un Depósito Temporal donde será embarcada para su exportación como requisito previo a la selección del canal de control.

3. Transmisión de los Datos de la Recepción de la carga por el Depósito Temporal y Selección del canal de control: El depósito Temporal debe transmitir la información de recepción de la mercadería.

4. Reconocimiento Físico: El despachador de aduana solicita el reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador, despachador de aduana y representante del depósito temporal cuando corresponda, debiendo el despachador de aduana presentar la DAM acompañada de las autorizaciones especiales de corresponder. Culminado el reconocimiento físico, el funcionario designado devuelve al despachador de aduana la DAM con datos provisionales debidamente diligenciada, quedando en su poder la primera copia de la DAM, a fin de proceder con el registro de la diligencia en el SIGAD.

5. El Embarque El embarque de la mercancía se debe efectuar dentro de los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la numeración de la DAM.

6. La administración aduanera mediante técnicas de análisis de riesgos determina cuales declaraciones se regularizan. Con la sola aceptación de la transmisión de la información complementaria y de los documentos digitalizada.

7. Regularizaciones: La regularización de régimen se efectúa mediante la transmisión electrónica por parte del despachador de aduana, de los documentos digitalizados que sustentan la exportación y de la información complementaria de la DAM, y en aquellos casos que la Administración Aduanera lo determine. De no cumplir con las regularizaciones del régimen dentro del plazo establecido, el exportador será acreedor a la multa equivalente de 0.2 U.I. T

Imagen N°10

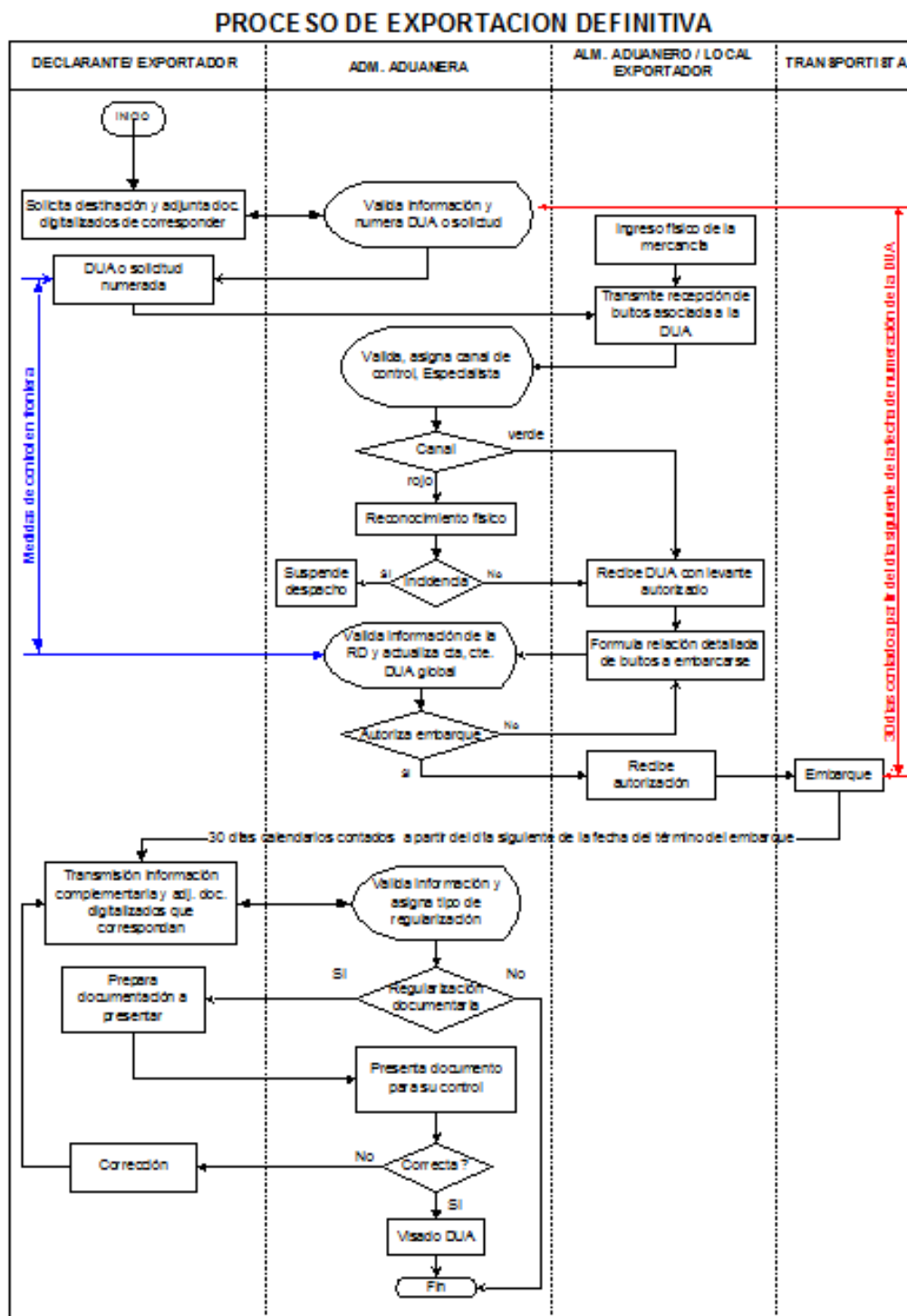
Gestión Aduanera



Fuente: SUNAT

5.7. Gestión de las Operaciones de Exportación: Flujo grama

Figura 12. Proceso de Exportación Definitiva

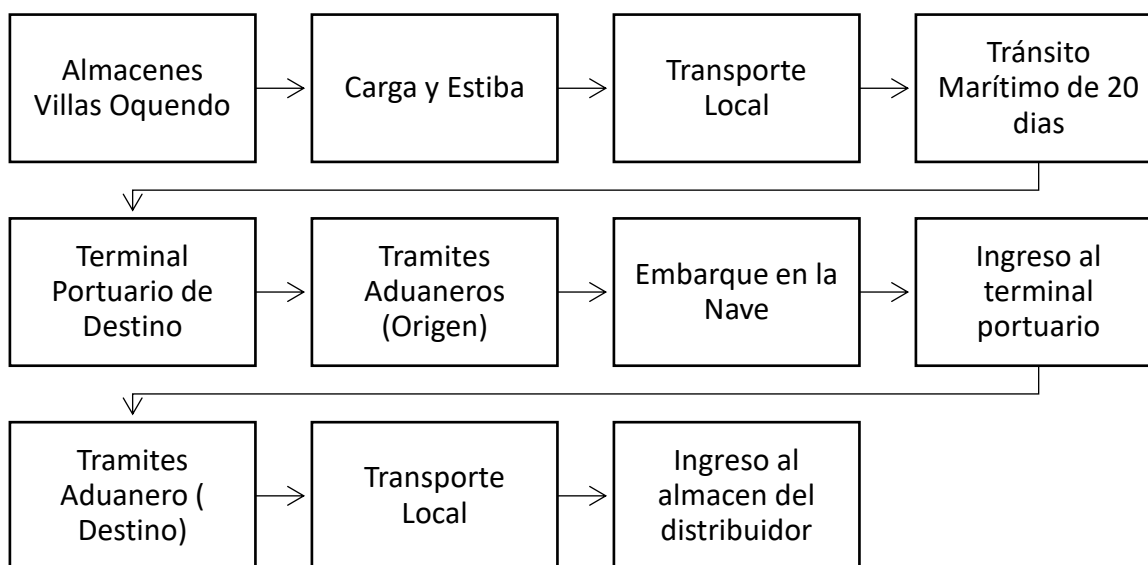


Fuente: SUNAT

5.8. Gestión de las Operaciones de Producción del Bien o Servicio a

Ejecutar: Flujo Grama.

Figura 13. Gestión de Operaciones



Fuente: Elaboración Propia

JAMBERRIES. S.A.C trabajara con el almacén Villas Oquendo en el cual realizara las funciones de estiba, destina, embalaje y pesado de nuestro producto a exportar almacenando la mercadería hasta que se aproxime la fecha de ingreso de la mercadería al puerto.

El proceso de exportación se inicia cuando la mercadería esta siendo trasladada hacia el puerto, seguidamente empieza la Gestión de Despacho de Aduana con las directrices, obligaciones y responsabilidades establecidas.

Una vez que se culmine con los procesos, el contenedor será cargado en la nave, teniendo un tiempo de transito de 20 a 25 días hasta llegar a puerto de Destino Miami- Estados Unidos

A su llegada el contenedor estará sujeto a los trámites aduaneros del país de destino y deberá contar con todos los requisitos solicitados los empaques deben estar registrados por la FDA además se debe realizar una previa notificación del envío de los productos y a su vez serán sometidos a control de la FDA y podrán quedar bajo custodia, ser reembarcado o destruido si se considera que es de peligro para la salud de las personas. Si la inspección no tiene observaciones el importador puede proceder a retirar la mercadería del territorio aduanero y trasladarse a su almacén

6. Plan Económico Financiero

En este capítulo se presentan el análisis económico y financiero del Plan de Negocios Internacional para demostrar la factibilidad del negocio y la creación del valor del proyecto, utilizando parámetros como Estado de Resultados, Flujo de Caja, Valor Actual Neto (VAN),

y Tasa Interno de Retorno (TIR). Para así medir la rentabilidad de los recursos propios

invertidos, además de la capacidad con el que cuenta el proyecto para responder a los compromisos de deuda adquiridos para la realización del proyecto.

6.1. Inversión Fija

La inversión fija son las adquisiciones o compras que la empresa realizará para dar inicio sus actividades, y se basa según cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios necesarios para llevar a cabo el plan.

La inversión fija del proyecto está dividida entre los activos tangibles, los cuales son los muebles, enseres, equipos de oficina utilizados para la instalación de las oficinas, el cual asciende al monto de \$ 4,157.66 y los activos intangibles los cuales se desarrollan en etapas previas al inicio de la empresa el cual tienen una inversión de \$2,387.26

6.1.1 Activos Tangibles

Los activos tangibles son bienes adquiridos con la finalidad de ser usados en la administración de la empresa, dentro de los cuales tenemos Infraestructura, Maquinaria y equipo y Muebles y enseres

Para el presente plan de negocios se ha considerado como activo tangible a aquellos bienes que pueden ser percibidos por nuestros sentidos y que su uso

contribuye en la generación de riqueza para la empresa. En la siguiente tabla se muestran los activos tangibles considerados para la puesta en marcha de la empresa

Tabla 57. Activos Tangibles

Concepto	Proveedor	Cantidad	Costo Unitario USD\$	Costo Total USD\$
Infraestructura				
Remodelación del Local	Constructores Asociados	1	\$ 461.54	\$ 461.54
Maquinarias y equipo				
Microondas	Hiraoka	1	\$ 107.69	\$ 107.69
Balanza	Fralib SAC	1	\$ 130.77	\$ 130.77
Impresora Multifuncional	Vassop Trading E.I.R.L.	2	\$ 430.77	\$ 861.54
Computadoras	Vassop Trading E.I.R.L.	3	\$ 450.00	\$ 1,350.00
Ventiladores	Fralib SAC	2	\$ 55.38	\$ 110.76
Muebles y Enseres				
Escritorio de oficina	Macce Muebles EIRL	5	\$ 98.46	\$ 492.30

Sillas giratorias de oficina	Macce Muebles EIRL	5	\$ 58.46	\$ 292.30
Estantes de Madera	Macce Muebles EIRL	6	\$ 58.46	\$ 350.76
TOTAL, DE INVERSIÓN TANGIBLE				\$4157.66

Fuente: Elaboración Propia

Se tiene un total de inversión tangible de \$ 4,157.66, el cual se utiliza para comenzar las actividades que desarrolla la empresa. Están constituidos por la infraestructura, muebles y enseres y equipos.

6.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles son aquellos permisos, licencias, softwares o bienes no monetarios; los cuales permiten y facilitan la generación de riquezas en la empresa. A continuación, se listan los activos intangibles considerados para la puesta en marcha de la empresa

Tabla 58. Activos Intangibles

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Costo Total
		USD \$	USD \$

Reserva o denominación Social de Marca	1	\$ 4.92	\$ 4.92
Búsqueda fonética del nombre en INDECOPI	1	\$ 10.15	\$ 10.15
Búsqueda figurativa del nombre en INDECOPI	1	\$ 12.00	\$ 12.00
Registro en INDECOPI	1	\$ 164.61	\$ 164.61
Elaboración de la minuta por estudio jurídico	1	\$ 50.65	\$ 50.65
Escritura pública de la constitución empresa	1	\$ 123.08	\$ 123.08
Inscripción de la empresa en el SUNARP	1	\$ 115.69	\$ 115.69

Licencia Municipal de funcionamiento	1	\$ 147.69	\$ 147.69
Defensa Civil	1	\$ 44.62	\$ 44.62
Libros contables y de planillas para la empresa	1	\$ 12.31	\$ 12.31
Legalización de Libros Contables	1	\$ 30.77	\$ 30.77
Facturas, Boletas, Guías de Remisión.	1	\$ 61.54	\$ 61.54
Gasto de Abogado	1	\$ 116.92	\$ 116.92
Aviso en el diario el peruano	1	\$ 50.00	\$ 50.00

Gastos Pre-Operativos

Registro Industrial	1	\$ 98.46	\$ 98.46
Certificado DIGESA	1	\$ 61.54	\$ 61.54
Alquiler de Local (1 mes de garantía)	1	\$ 923.08	\$ 923.08
Página Web	1	\$ 369.23	\$ 369.23
TOTAL, INVERSIÓN INTANGIBLE			\$ 2,387.26

Elaboración Propia

6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo está constituido por los recursos que necesita la empresa para la ejecución de sus actividades diarias y la obtención de sus objetivos a corto plazo. En el siguiente cuadro se muestran los recursos que forman parte del capital de trabajo de JAMBERRIES S.A.C.

Tabla 59. Capital de Trabajo

Concepto	Costo Mensual	Costo Trimestral
	USD \$	USD \$
Costo de producto tercerizado	\$ 902.50	\$ 2,707.49
Gasto de personal	\$ 1,107.69	\$ 1,846.15
Materiales indirectos	\$ 16.92	\$ 50.76
Gastos fijos	\$ 528.92	\$ 1,586.77
Costo de exportación	\$ 203.53	\$ 587.52
Gastos Administrativos	\$ 282.61	\$ 847.83
Gastos de Ventas	\$ 418.07	\$ 1,221.91

Caja	\$ 3,000.00	\$ 9,000.00
TOTAL, CAPITAL DE	\$ 6,460.25	\$ 17,848.43

TRABAJO

Elaboración Propia

En la Tabla N°3 se puede precisar la conformación de capital de trabajo el cual está conformado por el costo de producto tercerizado, gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, costo de exportación, gastos administrativos, gastos de venta y caja haciendo un total de \$6,460.25 mensual.

6.3. Inversión Total

La inversión total inicial es el dinero necesario para conformar una empresa, lo cual permite la implementación de las áreas y/o los procesos requeridos.

Para la ejecución del plan de negocios de exportación de mermelada de arándano endulzada con estevia se ha estimado los montos de inversión total mostrados en la siguiente tabla.

Tabla 60. Inversión Total

Inversión inicial	US \$	%
Activo Fijo	\$ 4,157.66	17.04%
Activo Intangible	\$ 2,387.26	9.79%
Capital de trabajo	\$ 17,848.43	73.17%
Total, Inversión Inicial	\$ 24,393.35	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

Se tiene un total de inversión inicial de \$ 24,393.35 para poder establecer las actividades de formación de la empresa, remodelación de las instalaciones y obtención del capital de trabajo necesario para comenzar las operaciones.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

El financiamiento es el conjunto de recurso monetarios y de crédito que permitirán asumir la inversión del plan, el cual tiene por objeto detectar las fuentes de recursos monetarios necesarios y sus condiciones para la ejecución, implementación y funcionamiento del proyecto.

La empresa JAMBERRIES S.A.C. va empezar recién sus operaciones y al no contar con historial crediticio es difícil que una entidad financiera pueda otorgar un préstamo. Es por ello que uno de los socios realizara un préstamo con aval financiero

Tabla 61. Inversión y Financiamiento

Descripción	Porcentaje	Sub-Total (USD \$)
Financiamiento	40%	9,757.34
Aporte propio	60%	14,636.01
Inversión total	100%	24,393.35

Fuente: Elaboración Propia

La empresa se encuentra constituida con el 60% de capital propio y el 40% de capital financiado por una entidad bancaria Se va a recurrir un préstamo bancario por el monto de \$ 9,757.34 y los socios aportaran un monto de \$ 14,636.01 al tipo

de cambio de S/3.5 soles, con lo cual se puede cubrir el total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la empresa.

6.5. Fuentes Financieras y Condiciones de Crédito

Para solicitar el financiamiento, recurrimos a la evaluación de las principales entidades bancarias del mercado local y se resolvió trabajar con el Banco de Crédito del Perú (BCP), debido a la tasa de interés que ofrece es la más conveniente a continuación, se muestra mayor detalle de las cuotas a cancelar.

Tabla 62. Fuentes Financieras

Entidad Financiera	BCP
Monto a financiar	\$9,757.94
Tasa Efectiva Anual	25%
Tasa Efectiva Mensual	1.88%
Número de cuotas	36
Valor de cada cuota	\$4,503.67

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 63. Amortizaciones

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Amortización	\$2,559.46	\$3,199.32	\$3,999.16
Interés	\$1,944.21	\$1,304.35	\$504.52

Cuota de Amortización	\$4,503.67	\$4,503.67	\$4,503.67
-----------------------	------------	------------	------------

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla se otorgó el financiamiento por un monto de \$ 9,757.94, serán financiados por el banco BCP con una tasa de interés del 25% representando el 40 % del capital, este monto será amortizado por un periodo de tres años los cuales se pagará una cuota de USD\$ 4,503.67 anuales.

6.6. Presupuesto de Costos

Los costos son generados por el proceso de exportación de mermeladas de arándanos endulzado con estevia hay costos que están relacionados directamente con esta actividad comercial a los cuales se les denomina costos directos, mientras que existen otros costos que no están relacionados directamente con la actividad de comercialización sin embargo son necesarios para asegurar la efectividad del proceso de comercialización a los cuales se les denomina costos indirectos.

Costos directos.

Los costos directos son aquel que puede medirse directamente a la realización de servicios que ofrece la empresa, afectando de manera inmediata en el precio.

En la empresa JAMBERRIES S.A.C se ha considerado el costo de producto tercerizado que tendrá una producción de 2040 frascos mensuales que incurren en el costo de exportación.

En la siguiente tabla se detallan los costos directos para el siguiente Plan de exportación de Mermelada de arándano endulzada con estevia.

Tabla 64. Costos Directos

Concepto	Año 1 Total USD \$
Costo del producto tercerizado	\$7,219.97
Costo de exportación	\$1,628.25
Costo Directo Total USD \$	\$8,848.22

Fuente: Elaboración Propia

Costos Indirectos

Son aquellos costos que incurren una empresa como consecuencia del ejercicio de su actividad económica, los cuales son inherentes al desarrollo y producción de los bienes y servicios que ofrece al cliente.

Tabla 65. Costos Indirectos

Concepto	Año 1 Total USD \$
Gasto de personal	\$13,292.31
Materiales Indirectos	\$184.61
Costos Fijos	\$6,347.07
Gastos administrativos	\$1,033.84
Gastos de ventas	\$2,508.44
Costo Indirectos Total USD \$	\$23,366.27

Fuente: Elaboración Propia

Observando la tabla anterior se calcula el costo indirecto que es de 23,366.27 por el primer año.

A continuación, proyectaremos los costos directos e indirectos por cinco años para su respectiva evaluación

Tabla 66. Costos Totales

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Costo Directo	\$8,848.22	\$9,025.18	\$9,295.94	\$9,667.78	\$10,151.16
Costo Indirecto	\$23,366.27	\$23,992.17	\$24,611.17	\$25,368.39	\$26,123.91
Costos Totales	\$32,214.49	\$33,017.36	\$33,907.11	\$35,036.17	\$36,275.07

USD \$

Fuente: Elaboración Propia

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio evalúa, la cantidad mínima que se debe comercializar para no generar pérdidas ni ganancias. Esta ecuación consiste en dividir el total de gastos fijos sobre la diferencia del precio de ventas unitario y los costos variables unitarios, tal como se muestra a continuación:

Tabla 67. Punto de Equilibrio

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS	53,856	54,933	56,581	58,844	61,787
COSTOS					
FIJO	23,366	23,992	24,611	25,368	26,124
DEPRECIACIÓN	1,228	1,228	1,228	1,228	1,228
INTERESES	2,080	1,783	1,411	947	366
VARIABLE	8,848	9,025	9,296	9,668	10,151
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL (\$)	31,918	32,311	32,607	32,958	33,167
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL (\$)	2,660	2,693	2,717	2,746	2,764
PUNTO DE EQUILIBRIO DIARIO (\$)	89	90	91	92	92

Fuente: Elaboración Propia

En conclusión, para que la empresa no gane ni pierda, la cantidad mínima que debe comercializar 31918 unidades anuales de mermelada de arándanos endulzada con estevia vendiendo esta cantidad mínima los ingresos son iguales a los egresos y la venta de una unidad adicional, representará la ganancia inmediata para la empresa.

6.8. Tributación de la Exportación

Para la ejecución del presente plan de negocios se ha propuesto realizar una exportación de muestra comercial con la finalidad de reducir el valor de la percepción de la primera exportación. En los siguientes cuadros se muestran los tributos cancelados en la exportación de la mercadería que se adquirió como muestra, así como la mercadería asignada para la comercialización.

Tabla 68. Tributación de Exportación

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Gastos Operativos	50.00	51.00	53.55	56.23	59.04
Transporte del almacén hacia el puerto	141.30	144.13	151.33	158.90	166.84
Seguro de Carga	61.54	62.77	65.91	69.20	72.67
Certificado de Origen	61.54	62.77	65.91	69.20	72.67
Derecho de Embarque	147.69	150.64	158.18	166.08	174.39
Transmisión Electrónica	58.46	59.63	62.61	65.75	69.03

Tramite					
Documentari	92.31	94.16	98.86	103.81	109.00
o					
Embarque	595.41	607.32	637.68	669.57	703.05
Visto Bueno	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Inspección de					
Aduana	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Aforo Físico	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Carta de					
Crédito	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Total, de	1,628.2	1,652.4	1,714.0	1,778.7	1,926.6
Costos de	5	2	4	4	7
Exportación					

Fuente: Elaboración Propia

En la siguiente tabla observamos los costos de exportación en donde el primer año hemos calculado un total de USD\$1628.25, haciendo una evaluación de agentes de aduana certificados por SUNAT, se eligió a las Aduana M&C por su experiencia, certificaciones, precio justo y puntualidad.

6.9. Presupuesto de ingresos

Para el presente plan de negocios se ha estimado un periodo de prueba de 5 años, que se contabilizan desde el año 2021 al hasta el año 2025, en los cuales se ha proyectado un incremento en las ventas del 2%, 3% ,4% y 5% de crecimiento. Esta proyección ha sido determinada en base en base a la situación

actual socioeconómica del país, mediante el cual el gobierno estadounidense promueve el consumo de alimentos saludables

Tabla 69. Ingreso por Ventas

Descripción	2020	2021 (2%)	2022 (3%)	2023 (4%)	2024 (5%)
Frasco de 200 gr	42,240	44,352	46,570	48,898	51,343
Precio de Venta (\$)	3.94	3.8	3.94	4.08	4.22
Total (\$)	166,425.6	168,537.6	183,485.8	199,503.8	216,667.5

Descripción	2020	2021 (2%)	2022 (3%)	2023 (4%)	2024 (5%)
Frasco de 200 gr	42,240	24,969	25,719	26,747	28,085
Precio de Venta (\$)	\$3.94	\$2.20	\$2.20	\$2.20	\$2.20
Total (\$)	\$53,856.00	\$54,933.12	\$56,581.11	\$58,844.36	\$61,786.58

Elaboración Propia

6.10. Presupuesto de Egresos

Para el presente plan de negocios se ha estimado el siguiente presupuesto de egresos en función al presupuesto de ingresos presentado en el punto anterior, debido a que a medida que vayan incrementándose las ventas simultáneamente se irán incrementando los egresos, así como se muestra en la tabla siguiente

Tabla 70. Egresos

Inversión Total					
Activo Tangible			\$4,157.66		
Activo Intangible			\$2,387.26		
Capital de Trabajo			\$17,848.43		
Costo del producto tercerizado	\$7,219.97	\$7,364.37	\$7,585.30	\$7,888.71	\$8,283.15
Costo de exportación	\$1,628.25	\$1,660.82	\$1,710.64	\$1,779.07	\$1,868.02
Gasto de personal	\$13,292.31	\$13,651.20	\$14,006.13	\$14,450.32	\$14,873.53
Materiales Indirectos	\$184.61	\$184.61	\$184.61	\$184.61	\$184.61
Gastos Fijos	\$6,347.07	\$6,518.44	\$6,687.92	\$6,895.25	\$7,102.10
Gastos administrativos	\$1,033.84	\$1,061.75	\$1,089.36	\$1,123.13	\$1,156.82

Gastos de	\$2,508.44	\$2,576.17	\$2,643.15	\$2,725.09	\$2,806.84
ventas					
IGV	-\$3,148.52	-\$3,966.86	-\$4,032.62	-\$4,127.00	-\$4,252.61
Total, de	\$29,065.97	\$29,050.49	\$29,874.49	\$30,909.17	\$32,022.46

Egresos

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado nos permite analizar la diferencia de los ingresos y egresos en un periodo de tiempo determinado, con esta información se mide el nivel de liquidez del plan, en el periodo de prueba estimado.

En la siguiente tabla se muestra el flujo de caja proyectado para la importación de cascos de seguridad con luces direccionales.

Tabla 71. Flujo de Caja Proyectado

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
Ventas Netas	\$53,856.00	\$54,933.1	\$56,581.1	\$58,844.36	\$61,786.58	
		2	1			
Valor de Recuperación			\$959.29			

Total,	\$53,856.00	\$54,933.1	\$56,581.1	\$58,844.36	\$62,745.87
Ingresos		2	1		
EGRESOS					
Inversión Total					
Activo Tangible			\$4,157.66		
Activo Intangible			\$2,387.26		
Capital de Trabajo			\$17,848.43		
Costo del producto tercerizado	\$7,219.97	\$7,364.37	\$7,585.30	\$7,888.71	\$8,283.15
Costo de exportación	\$1,628.25	\$1,660.82	\$1,710.64	\$1,779.07	\$1,868.02
Gasto de personal	\$13,292.31	\$13,651.2	\$14,006.1	\$14,450.32	\$14,873.53
Materiales Indirectos	\$184.61	\$184.61	\$184.61	\$184.61	\$184.61
Gastos Fijos	\$6,347.07	\$6,518.44	\$6,687.92	\$6,895.25	\$7,102.10
Gastos administrativos	\$1,033.84	\$1,061.75	\$1,089.36	\$1,123.13	\$1,156.82
Gastos de ventas	\$2,508.44	\$2,576.17	\$2,643.15	\$2,725.09	\$2,806.84
IGV	-\$3,148.52	-	-	-\$4,127.00	-\$4,252.61
		\$3,966.86	\$4,032.62		

Total, de	\$29,065.97	\$29,050.4	\$29,874.4	\$30,909.17	\$32,022.46
Egresos		9	9		
Utilidad Antes	\$24,790.03	\$25,882.6	\$26,706.6	\$27,935.19	\$30,723.41
de Impuestos		3	3		
Impuestos	-\$6,693.31	-	-	-\$7,542.50	-\$8,295.32
		\$6,988.31	\$7,210.79		
Utilidad	\$18,096.72	\$18,894.3	\$19,495.8	\$20,392.69	\$22,428.09
Después de		2	4		
Impuestos					
Devolución Capital Trabajo			\$17,848.43		
Flujo de	-	\$18,096.7	\$18,894.3	\$19,495.8	\$20,392.6
caja	\$24,393.3	2	2	4	9
económico	5				2
o					
Préstamo LP			\$9,757.34		
Amortización	-\$1,188.90	-	-	-\$2,322.07	-\$2,902.59
		\$1,486.13	\$1,857.66		
Intereses	-\$2,079.87	-	-	-\$946.70	-\$366.18
		\$1,782.64	\$1,411.11		
Flujo de	-	\$14,827.9	\$15,625.5	\$16,227.0	\$17,123.9
caja	\$14,636.0	6	5	7	2
financiero	1				5
o					

Fuente: Elaboración Propia

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

El Estado de Ganancias y Pérdidas es un informe financiero que muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, mediante el cual se puede identificar el rendimiento de la inversión en el periodo de ejecución, a continuación, se muestra el estado de ganancias y pérdidas proyectado en 5 años.

Tabla 72. Estado de Ganancias y Perdidas

Cuentas	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	\$53,856.00	\$54,933.12	\$56,581.11	\$58,844.36	\$61,786.58
(-) Costo de Ventas	\$8,848.22	\$9,025.18	\$9,295.94	\$9,667.78	\$10,151.16
Utilidad Bruta	\$45,007.78	\$45,907.94	\$47,285.18	\$49,176.58	\$51,635.41
(-) Gastos Operativos					
Gastos de Personal	\$13,292.31	\$13,651.20	\$14,006.13	\$14,450.32	\$14,873.53
Gastos indirectos	\$184.61	\$184.61	\$184.61	\$184.61	\$184.61
Gastos fijos	\$6,347.07	\$6,518.44	\$6,687.92	\$6,895.25	\$7,102.10
Gastos administrativos	\$1,033.84	\$1,061.75	\$1,089.36	\$1,123.13	\$1,156.82
Gastos de ventas	\$2,508.44	\$2,576.17	\$2,643.15	\$2,725.09	\$2,806.84

Depreciación y amortización	\$1,227.70	\$1,227.70	\$1,227.70	\$1,227.70	\$1,227.70
Utilidad Operativa	\$24,593.97	\$25,219.88	\$25,838.87	\$26,596.10	\$27,351.61
(-) Gastos Financieros	\$2,079.87	\$1,782.64	\$1,411.11	\$946.70	\$366.18
Utilidad Antes de Impuestos	\$22,514.10	\$23,437.23	\$24,427.76	\$25,649.50	\$26,985.43
(-) Impuesto a la Renta	-\$6,078.81	-\$6,328.05	-\$6,595.50	-\$6,925.34	-\$7,286.07
Utilidad Neta	\$16,435.30	\$17,109.18	\$17,832.27	\$18,724.06	\$19,699.36

Fuente: Elaboración Propia

Para el presente proyecto, los resultados indican que como utilidad del ejercicio genera una rentabilidad de más de \$10,000 anuales con un crecimiento a generar 100%.

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1 Evaluación Económica

La evaluación económica presenta un análisis de los flujos económicos de la empresa

y su rentabilidad sobre la inversión total. En el siguiente cuadro se definen los indicadores de evaluación económica, con una tasa de costo de oportunidad de capital de trabajo del 19%

Tabla 73. Evaluación Economía

CPPC	19%
VAN	42,267.30
TIR	76%
B/C	2.73
PR	1.33

Fuente: Elaboración Propia

La investigación de exportación de mermelada de arándano endulzado con estevia a Miami es rentable económicamente, ya que obtiene un Valor Neto Actual Económico (VANE) de \$ 42,267.30 ($VANE > 0$) y una Tasa Interna de Retorno Económico de 76%. Además, se tiene que el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años. En base a estos resultados se puede establecer que el plan de exportación es viable económicamente.

6.13.2 Evaluación Financiera

La evaluación financiera presenta un análisis de los flujos financieros de la empresa y

su rentabilidad sobre la inversión total.

De igual manera en el siguiente cuadro se definen los indicadores de evaluación financiera con la tasa de costo de oportunidad de capital del 16%.

Tabla 74. Evaluación Financiera

COK	16%
VAN	41,093.02
TIR	76%

B/C	3.81
PR	1.99

Fuente: Elaboración Propia

La investigación de exportación de mermelada de arándanos endulzado con estevia a Miami es rentable financieramente, ya que obtiene un Valor Neto Actual Financiero (VANF) de \$ 41,093.02 (VANF>0) y una Tasa Interna de Retorno Financiero de 76%. Además, se tiene que el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años. En base a estos resultados se puede establecer que el plan de exportación es viable financieramente

6.13.3 Evaluación Social

El presente plan de negocios es sostenible socialmente, ya que genera nuevos puestos de trabajo, formales además de contar con todos los requisitos solicitados por las autoridades competentes. Los agricultores de arándanos han denunciado de ser víctimas de maltrato y de no contar con condiciones laborales adecuadas.

Viendo esta situación alarmante en nuestro país, queremos contribuir con los derechos del trabajador dando bienestar de explotación de trabajos a los agricultores, nosotros queremos contribuir con el bienestar de los agricultores, dando un trato justo y equitativo.

6.13.4 Impacto Ambiental

Nuestra empresa al ofrecer un producto natural, está comprometido 100% con el medio ambiente, por tanto, se compromete a concientizar al consumidor todo lo referente al reciclaje, con el fin de evitar la contaminación.

Además, se desarrollará estrategias de producción con pequeños agricultores que vivan en estas zonas, con los cuales se trabajará conjuntamente mejorando sus técnicas de manejo de tierras, control de plagas, aprovechamiento de cosechas con el fin de obtener un fruto y ser productores de nuestra materia prima en sociedad con los agricultores.

6.14. Evaluación de Costo Oportunidad del Capital de Trabajo

El WACC, de las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, también denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión. El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o puede ser útil teniendo en cuenta tres enfoques distintos: como activo de la compañía que es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado, desde el pasivo que es el coste económico para la empresa de atraer capital y al sector en deuda o patrimonio neto de la compañía.

Para estimar el coste del patrimonio (k_e) generalmente se utiliza el Capital Asset Pricing Model, o CAPM. Este modelo sirve para calcular el precio de un activo o una cartera de inversión y supone la existencia de una relación lineal entre el riesgo y la rentabilidad financiera del activo.

Tabla 75. Costo de Oportunidad

COK	16%
Tasa de interés bancaria	16%

% Aporte propio	50%
% Terceros	50%
WACC	16.0%

6.15. Cuadro de Riesgo del Tipo de Cambio

El riesgo de tipo de cambio se da porque existe una reevaluación o devaluación de la moneda los cuales pueden afectar los flujos de caja de la compañía. Por la crisis mundial que actualmente se vive a efectos del Covid-19 el tipo de cambio se encuentra en un estado volátil, por lo cual se utilizará una cobertura cambiaria para resguardar el riesgo.

El objetivo principal de la cobertura es asegurar una obligación futura contra los movimientos de precios en tasas de interés o tipos de cambio, el efecto depende del riesgo y la rentabilidad

esperada en el proyecto, el cual permite realizar operaciones a futuro con el tipo de cambio logrando una mejor planeación financiera.

La cobertura que utilizaremos es el FORWARD DE DIVIDAS que administra el riesgo en el que se incurre por los posibles efectos negativos de la volatilidad del tipo de cambio en el flujo esperado de ingresos de la empresa.

El análisis de sensibilidad se determina como el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto en el valor económico como en el valor financiero. El tipo de cambio para el siguiente plan de negocio es de S/. 3.50 se obtiene una relación beneficio/costo de 1.33, lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se gana \$ 0.33, mientras más alto el tipo de cambio, mayor será la relación beneficio/costo.

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

1. Los resultados encontrados nos muestran que en la actualidad el producto de Arándano en su presentación de mermelada de Arándano orgánico con estevia cuenta con una viabilidad comercial, técnica y económica financiera para ser exportada a Miami Estados Unido y a otros países por tener una preferencia potencial en aumento de su consumo en los últimos años.

2. En el desarrollo de la estructura organizacional de la empresa, JAMBERRIES S.A.C se constituye como una Sociedad Anónima Cerrada y su estructura orgánica está compuesta por 2 socios los cuales desempeñan actividades necesarias para el desarrollo de la empresa; tenemos al gerente general, gerente comercial y a una persona contratada que es el gerente operacional. La empresa JAMBERRIES S.A.C se constituye como MYPE ya que sus ventas no superan a los 150 UIT. La marca de la empresa JAMBERRIES S.A.C. como los procedimientos s de la mismas están inscritas en INDECOPI evaluando requisitos y la licencia de funcionamiento, en cuanto a la tributación se ha elegido al régimen Especial de Impuesto a la Renta en el cual se promueve la simplicidad y el crecimiento del negocio.

3. Con respecto a la determinación del mercado el siguiente Plan de exportación de mermelada de arándano endulzado con estevia, dirigiendo su producto a la ciudad de Miami por hombres y mujeres entre 25-45 años, de clase media y alta de las familias en Miami, que buscan consumir productos

funcionales, naturales, con valor nutricional, que lo adquieran en supermercados, tiendas naturales, entre otros. La empresa comercializará a través de un distribuidor mayorista para poder llegar al consumidor final. Así mismo, se ha establecido la existencia de una demanda insatisfecha de 7, 560, 522 kg, para lo cual la empresa en el primer año se desea exportar 7, 344 kg, con lo cual determina la viabilidad comercial del negocio.

4. En el plan de Logística Internacional se ha elegido por utilizar envases de vidrio con tapa rosca de una capacidad de 8 onzas (200 gramos), tendrá una medida de 8 cm de diámetro x 10 cm de alto, se enviarán en cajas de cartón corrugado de 33cm x 50 cm x 21 cm, con capacidad para 40 frascos con la finalidad de garantizar la calidad de la materia prima compra el arándano

5. INKA BERRIES, terceriza su producción mermelada a la empresa Peruvian Nature S&S SAC maquiladora que cuenta con la certificación HACCP para el ingreso de los productos al mercado estadounidense. Se pegará la etiqueta con el contenido nutricional y contará con el certificado de origen de salida otorgada por el SENASA y cumplirá con los requisitos de entrada dada por la FDA.

6. En el plan de Comercio internacional se evalúa y se define el proceso de adquisición de la mercadería con el estudio de cotizaciones, identificación del mejor termino comercial, evaluando el medio financiero a utilizar en la transacción, así como la identificación de los procesos de exportación y la definición del proceso de comercialización local.

7. En el plan Financiero se tiene una inversión inicial de \$ 24,393.35 para poder establecer las actividades de formación de la empresa, remodelación de las instalaciones y obtención del capital de trabajo necesario para comenzar las operaciones. Se va a recurrir un préstamo bancario por el monto de \$ 9,757.34 (40%) a un plazo de 3 años, el cual tiene una tasa de interés efectiva anual del 25%, con método de cuota fija mensual de \$ 3,268.77. Se estima unas ventas para el año 2019 (Año 1) de 24,480 frascos de mermelada que nos representa un ingreso de \$53,856.00. Se ha considerado una tasa de crecimiento para los cuatro años restantes de 2%, 3%, 4% y 5%. La empresa obtiene ganancias para todo el periodo de funcionamiento, siendo el último año donde obtiene una mayor ganancia, la cual es del monto de \$19,699.36. Se obtiene un Valor Neto Actual Económico (VANE) de \$ 42,267.30 (VANE>0) y una Tasa Interna de Retorno Económico de 76%. Además, se tiene que el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años. Se obtienen también, un Valor Neto Actual Financiero (VANF) de \$ 41,093.02 (VANF>0) y una Tasa Interna de Retorno Financiero de 76%

7.2. Recomendaciones.

1. Las empresas exportadoras de arándano deberían invertir en productos de origen orgánicos ya que existe un mercado insatisfecho para la mermelada de arándano orgánico por la alta tendencia del consumidor estadounidense de productos naturales y con propiedades medicinales.

2. Las empresas exportadoras de mermelada de arándanos deben de contar con asesoría técnica en comercio internacional para determinar los estados de aceptación del producto, así como las diferentes formas de presentación del producto que podrían captar una mayor cantidad de clientes.

3. Se sugiere a las empresas en la primera etapa de operatividad utilice la tercerización de su elaboración, debido a que la obtención de la certificación de producción de alimentos para su ingreso a Estados Unidos (HACCP) es muy costosa y además necesita contar con una experiencia en este giro.

4. Es importante aprovechar los beneficios arancelarios que gozamos con EEUU, ya que tenemos pago de arancel 0% y establecer un financiamiento adecuado.

8. Anexo

Anexo 1. Contrato de Compra Venta Internacional

Conste por el presente documento privado el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: JAMBERRIES S.A.C. inscrita en la Partida N° 1100965 Del Registro de Personas Jurídicas, debidamente representado por su Gerente General NOELIA NICOLE PALACIOS CARRERA, identificado con DNI N° 76219311, con domicilio fiscal en Jirón San Martín 898 Magdalena del Mar, Provincia y Departamento de Lima – Perú, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte XXXXXXXXXXXX., debidamente representado por su Gerente General don XXXXXXXX, identificado con Documento de Identidad N° XXXXXXXX, y con domicilio o en XXXXXXXXXXXX, Estados Unidos de

América, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:

PRIMERA: GENERALIDADES

1.1 Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes anteriormente nombradas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

1.2 Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:

a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en inglés).

b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3 Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4 Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5 Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

SEGUNDA: CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

2.1 Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá de forma anual los siguientes productos: 24,480 frascos de MERMELADA DE ARÁNDANO en presentación de 8 OZ., y EL COMPRADOR pagará el precio de FOB CALLAO USD 146,916.00 por dichos productos de conformidad con el artículo.

2.2 También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

TERCERA: PLAZO DE ENTREGA

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega en un periodo 60 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

CUARTA: PRECIO

Las Partes acuerdan el precio de FOB CALLAO USD 146,916.00 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en un periodo de 60 días.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto. El precio ofrecido se encuentra en base del Incoterms FOB ("Free on Board") debido a que el envío se hará por vía marítima.

QUINTA: CONDICIONES DE PAGO

Las partes acuerdan que la forma de pago será por valorizaciones por envío (06 veces al año) en tal sentido por cada envío se tendrá que abonar a la cuenta del vendedor un adelanto del 40%, antes de enviar la carga, mientras que el saldo (60%) será cancelado una vez se haya recibido la mercancía en buen estado, por modalidad de cobranza documentaria.

SEXTA: INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

Si una de las Partes no cumple con el pago de las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al 2 % por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de 10 % del total de este contrato.

SÉPTIMA: RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de EL VENDEDOR hasta que se haya completado el pago del precio por parte de EL COMPRADOR.

OCTAVA: TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

Las partes deberán incluir y respetar el tipo de INCOTERMS acordado.

NOVENA: CLAUSULA RETRASO DE ENVIOS

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a EL VENDEDOR el pago de daños equivalente al 0,2 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del EL VENDEDOR a EL COMPRADOR.

CLAUSULA DÉCIMA: INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS EL COMPRADOR se compromete a examinar los productos tan pronto como le sea

posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a EL VENDEDOR cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que EL COMPRADOR descubra dicha inconformidad y deberá probar a EL VENDEDOR que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de EL VENDEDOR.

EL COMPRADOR no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si no comunica a EL VENDEDOR sobre dicha inconformidad dentro de los 60 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por EL COMPRADOR, EL VENDEDOR deberá tener las siguientes opciones de reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador, o en todo caso reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

DÉCIMO PRIMERA: COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a EL VENDEDOR de cualquier reclamo realizado contra EL COMPRADOR de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a EL COMPRADOR de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de EL COMPRADOR.

DÉCIMO SEGUNDA: CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a EL VENDEDOR ni a EL COMPRADOR, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes. La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

DÉCIMO TERCERA: RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

A menos que se estipule de otra forma por escrito, toda la disputa surgida en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley del Perú y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes del Perú.

DÉCIMO CUARTA: ENCABEZADOS

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

DÉCIMO QUINTA: NOTIFICACIONES

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

CLAUSULA DÉCIMO SEXTA: ACUERDO INTEGRAL

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes. No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 30 Días del mes de enero del 2021

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

ANEXO N°2

Anexo 2. Factura Comercial

**JAMBERRIES SAC**

(51)1 980406729
palacioscarreranoelia@gmail.com

FACTURA
FAC0002

FECHA
21 nov. 2020

VENCIMIENTO
20 ene. 2021

SALDO DEUDOR
EUR 6.477,00 €

CLIENTE**Distribuidora Freshco Grocery & Deli**

ARTÍCULO	TARIFA	CANT.	TOTAL
Mermelada de arándano endulzado con estevia Producto 100% natural con un sabro agridulce, agradable al paladar	2,54 €	2.550	6.477,00 €
TOTAL PARCIAL			6.477,00 €
IMPUESTO (0%)			0,00 €
TOTAL			6.477,00 €
SALDO DEUDOR			EUR 6.477,00 €

Medio de Pago
Adelantado 40% saldo a 30 días luego de recibir la carta

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 3. Orden de Compra Internacional

ORDEN DE COMPRA

SUNAT

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Nombre de la dependencia

JAM BERRIES S.A.C.

Dirección de la dependencia

JIRÓN SAN MARTIN 898 MAGDALENA DEL MAR- LIMA - PERÚ

Teléfono/Fax

(51)1980406729

RUC:

20131312955

SEÑORES: THE FRESH MARKET RUC: 20313463631 NOMBRE COMERCIAL: THE FRESH MARKET DIRECCIÓN: 8760 SW 136th Miami, FL TELEFONO / FAX: 305-253-2500	NUMERO D/C	FECHA DE EMISIÓN
	20052N0000009	30-12-2020
	LUGAR DE ATENCIÓN	
MIAMI- FLORIDA- ESTADOS UNIDOS		

De acuerdo a su propuesta de fecha 30 de diciembre del 2020, les agradeceremos se sirvan atender lo siguiente:



ITEM	CANTIDAD	UNID	DESCRIPCIÓN	Precio unitario USD\$	Precio Total USD\$
1	2550	Fascos	Mermelada de Arándano	\$2.54	\$6,477
			<u>FORMA DE PAGO:</u> Transferencia Bancaria <u>PLAZO DE ENTREGA:</u> 30 días hábiles de recepción de la Orden de Compra. <u>LUGAR DE ENTREGA:</u> 8760 SW 136th Miami, FL <u>SOLICITADO POR:</u> THE FRESH MARKET <u>INCOTERMS:</u> FOB		
SUB TOTAL					\$6,477
IGY 18 %					2,928.82
Son: Siete mil seiscientos cuarenta y dos con 86/100 dólares americanos.				TOTAL \$/.	7,642.86

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 4. Guía de Remisión del Remitente

Razón Social					RUC XXX GUIA DE REMISIÓN – REMITENTE N° XXXXX		
Domicilio Fiscal: Punto de Emisión: Fecha de inicio del traslado: Punto de partida: Punto de llegada: Motivo de Traslado:							
Venta	Compra	Consignación	Devolución	Recojo	Traslado entre establecimientos de la misma empresa		
Traslado para transformación		Emisor Itinerante		Traslado zona primaria Importación Exportación		Otros	
Datos del bien transportado:							
DESCRIPCIÓN					CANTIDAD	UM	PESO TOTAL
Datos la Unidad de Transporte (Transporte Privado)				Datos del transportista (Transporte Público)			
Marca y Placa		Licencia de Conducir		RUC		Denominación, apellidos y nombres	

Fuente: PROMPERU

Anexo 5. Guía de Remisión Transportista

Razón Social		RUC XXX	
Domicilio Fiscal:		GUIA DE REMISIÓN – TRANSPORTISTA N° XXXXX	
Punto de Emisión:			
REGISTRO M.T.C. :			
Punto de partida:		Punto de llegada:	
Fecha de inicio del traslado:			
Información de la unidad de transporte y conductor:			
PLACAS	CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN	LICENCIA DE CONDUCIR	
Datos del bien transportado:			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UM	PESO TOTAL

Fuente: PROMPERU

Anexo 6. Packing List o Lista de Empaque

LISTA DE EMPAQUE				
La presente lista se refiere a la factura N°			de fecha	
Cantidad	Número	Contenido de cada bulto	Dimensiones de cada bulto	Peso bruto de cada bulto

Fuente: PROMPERU

Anexo 7. Booking Note o Reserva de Espacio

By :				
Date :				
Updated:				
<u>BOOKING CONFIRMATION ADVICE/BOOKING NOTE</u>				
BKG No. :			DATE: 05-02-2013	
VESSEL :				
L. PORT:			ETA:	
			ETD:	
P.DISCH.:			ETA:	
CONNECT:			ETD:	
F.DISCH:			ETA:	
SHP:				
PL. RCPT.:	SVC	:		
CUTOFF:				
P.DLVRY:			MODE:	
F.DEST.:			HUB:	BLK:
STOWAGE:				
COMMODITY:			TARF ITEM No.:	
TTL PKG:			MSR (M3)	
PICKUP DT:			TRUCKER :	
RMKS:				
FRGT RMKS:				
Container:				
<u>TYPE ABRV:</u>	<u>SPECIAL REQ</u>	<u>EQP NO</u>	<u>MTY DISP LCN</u>	<u>TEMP</u>
<u>VENT</u>				
		TEMP MIN.:		TEMP MAX:
*Please contact the local operation group for empty dispatch location.				

Fuente: PROMPERU

9. Bibliografía

- ADEX (2017). Ficha de requisitos técnicos de acceso al mercado DE EE.UU. (En línea). <http://docplayer.es/amp/35037042-Ficha-de-requisitos-tecnicos-de-acceso-al-mercado-de-ee-uu.html>.
- AGROINDUSTRIA (2017). *Estados Unidos ofrece grandes oportunidades para mermeladas y purés peruanos*. Boletín de vigilancia tecnológica agroindustria N°001-2017. Aprovechamiento de la uva red globe de la región Moquegua: mermelada y néctar. Recuperado de https://www.itp.gob.pe/archivos/vtic/AGROINDUSTRIA_001-2017/files/assets/basic-html/page12.html
- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO (2016). *El Arándano en el Perú y el Mundo*
- Lerma, A.E. (2017). *Desarrollo de nuevos productos: una visión integral*. Cengage Learning Editores, México
- MINCETRUR (2016). Oportunidad para las mermeladas y purés peruanos. Inteligencia comercial. Inteligencia de mercado: EE.UU. *Oficina Comercial del Perú del MINCETUR en Los Ángeles. Año 7 - Número 8 del 2 de agosto del 2016*.
- PROMPERÚ (2018). Exportando paso a paso. Recuperado el 01 de 03 de 2017, de export.Promperú.gob.pe
- SIICEX. (2015). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos*. Lima: PROMPERÚ.

- SUNAT. (2017). *Arancel de ADUANAS*. Lima: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
- OFICINA COMERCIAL DE PERÚ EN MIAMI (2018) *Perfil del mercado de Arándanos en los Estados Unidos de América*