

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS GLOBALES



TESIS

VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE AGUAYMANTO ORGÁNICO
PHYSALIS PERUVIANA L. A NEW YORK, ESTADOS UNIDOS

PRESENTADO POR LA BACHILLER

STEFANNY ALEXANDRA PEREZ PANDURO

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

LIMA, PERÚ

2019

A mi mamá y abuelos por ser la razón de seguir adelante y por brindarme todo su apoyo a lo largo de mi carrera universitaria y a Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor, objetantes y profesores de la carrera, por
sus consejos, apoyo y conocimientos brindados
durante toda la tesis.

INTRODUCCIÓN

El Perú se viene consolidando como una región productora de aguaymanto, la cual actualmente se cultiva en diversos países del mundo, aunque en mayor cantidad en la totalidad de los países que conforman la Cordillera de los Andes, desde Venezuela hasta Chile; así como en el lejano continente de África se cultiva en Egipto, Kenia y Sudáfrica. Igualmente se siembra en algunos países de Asia, lo mismo que en Oceanía.

Estados Unidos, es el principal importador potencial de aguaymanto dado que prefiere productos orgánicos, ecológicos o naturales, que puedan ser consumidos en nichos de alta diferenciación y a precios atractivos, además la evolución del consumo de aguaymanto en sus diferentes presentaciones.

En los últimos años se viene exportando mermelada de aguaymanto orgánico desde el Perú hacia Estados Unidos en general para acompañar el desayuno y en especial para la lonchera de niños en su etapa escolar, el cual es preferido por ser un producto nutritivo y saludable que es rico en vitaminas A, B y C, lo mismo que en hierro, fósforo, fibra y carbohidratos. Debido a la gran presencia de nutrientes y vitaminas, este alimento es beneficioso para preservar la salud de los tejidos especializados como la retina, ayudar al desarrollo y la salud de los tejidos de la piel, las membranas mucosas, la mejora de la función cardiovascular, y la producción de una mayor cantidad glóbulos rojos.

La presente investigación trata inicialmente las generalidades del aguaymanto orgánico, partiendo de una descripción general de la fruta, para establecer un plan de exportación con estudios comercial, técnico y económico – financiero, para establecer su viabilidad de exportación a New York Estados Unidos. Los estudios del plan de exportación tratarán de los requisitos de entrada de la mermelada de aguaymanto al mercado de los Estados Unidos, y así mismo los convenios comerciales que sostiene el Perú con este país.

Finalmente se hará una propuesta puntual del medio adecuado para el transporte de la mermelada de aguaymanto a Estados Unidos, así como de las acciones a desarrollar para la introducción de la misma en el mercado norteamericano, para posteriormente tomar los principales componentes de una exportación y realizar una aproximación de costos e ingresos totales de la misma generando un margen de rentabilidad para una empresa exportadora como lo que se busca con este proyecto es facilitarle a la empresa Andean Foods S.A.C., las herramientas necesarias para efectuar una exportación de mermelada de aguaymanto orgánico con estevia exitosamente a los Estados Unidos.

A continuación, presentamos los contenidos por capítulos de la investigación:

CAPÍTULO I. Se describió la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos de la investigación, la delimitación de la investigación, la justificación e importancia de la investigación, y las limitaciones de la investigación.

CAPÍTULO II. Se desarrolló los antecedentes de la investigación que nos muestra el avance de la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico en los diversos sectores económicos, marco histórico, marco legal, marco teórico, el marco conceptual, que explican las bases teóricas para el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO III. Se desarrolló el marco metodológico que incluyó el método de la investigación, diseño de la investigación, la población y muestra de la investigación, las variables de la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de procesamiento de análisis de datos.

CAPÍTULO V. Se presentaron los resultados obtenidos

Finalmente, se presentaron las conclusiones, y las recomendaciones, asimismo se señala las referencias bibliográficas según lo establecido por las Normas APA (sexta edición), y se incluye en el apéndice, la matriz de consistencia.

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA | II |
| AGRADECIMIENTOS..... | III |
| INTRODUCCIÓN..... | IV |
| ÍNDICE..... | VI |
| LISTA DE TABLAS | VIII |
| LISTA DE FIGURAS | X |
| RESUMEN..... | XI |
| ABSTRACT | XII |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO | 1 |
| 1. Formulación del problema | 1 |
| 2. Objetivos General y Específicos | 4 |
| 2.1. General | 4 |
| 2.2. Específicos | 4 |
| 3. Justificación e importancia de la Investigación | 4 |
| 4. Alcance y Limitaciones de la Investigación | 5 |
| CAPÍTULO II..... | 6 |
| MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL | 6 |
| 1. Antecedentes de la investigación | 6 |
| 2. Bases teórico – científicas..... | 8 |
| 2.1. Marco Histórico | 8 |
| 2.2. Marco Legal | 10 |
| 2.3. Plan de exportación | 11 |
| 2.4. Viabilidad del negocio de exportación | 19 |
| 2.5. Aguaymanto | 20 |
| 2.6. Mermeladas | 23 |
| 2.7. Mermelada de Aguaymanto Orgánico | 25 |
| 2.8. Flujo de los procesos de Exportación | 29 |
| 3. Definición de términos básicos | 30 |
| CAPÍTULO III..... | 33 |
| HIPÓTESIS Y VARIABLES..... | 33 |
| 1. Hipótesis | 33 |

| | |
|--|-----|
| 2. Identificación de variables o unidades de análisis..... | 33 |
| 3. Matriz lógica de consistencia..... | 35 |
| CAPÍTULO IV | 36 |
| MÉTODO | 36 |
| 1. Tipo y método de investigación | 36 |
| 2. Diseño específico de la investigación | 36 |
| 3. Población, Muestra o Participantes..... | 37 |
| 4. Técnicas de procesamiento y análisis de datos | 38 |
| 5. Procedimiento de ejecución del estudio | 39 |
| CAPÍTULO V..... | 40 |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 40 |
| 1. Análisis de Resultados..... | 40 |
| 1.1. Viabilidad Comercial..... | 40 |
| 1.2. Viabilidad Técnica | 68 |
| 1.3. Viabilidad Económica – Financiera | 84 |
| 2. Discusión de resultados | 95 |
| CAPÍTULO VI | 97 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 97 |
| 1. Conclusiones..... | 97 |
| 2. Recomendaciones | 99 |
| REFERENCIAS..... | 100 |
| APÉNDICE | 104 |

LISTA DE TABLAS

| | | |
|----------|---|----|
| Tabla 1 | Estructura de la Subpartida Nacional | 14 |
| Tabla 2 | Taxonomía del aguaymanto | 21 |
| Tabla 3 | Composición nutricional del aguaymanto | 22 |
| Tabla 4 | Exportación de mermeladas, jaleas y purés del 2016 al 2018..... | 27 |
| Tabla 5 | Exportación de mermeladas, jaleas y purés por producto 2016 al 2018* | 28 |
| Tabla 6 | Principales mercado de Exportación de aguaymanto (2013 – 2015)..... | 28 |
| Tabla 7 | Matriz de Operacionalización de Variables | 34 |
| Tabla 8 | Listado de Empresas que exportan mermelada a Estados Unidos | 37 |
| Tabla 9 | Clasificación arancelaria de la mermelada de aguaymanto en Perú y Estados Unidos..... | 41 |
| Tabla 10 | Preferencia arancelaria de la mermelada de aguaymanto en Estados Unidos.. | 41 |
| Tabla 11 | Composición nutricional de la mermelada de aguaymanto | 42 |
| Tabla 12 | Empresa de servicio de maquila de mermeladas | 44 |
| Tabla 13 | Ficha técnica comercial | 45 |
| Tabla 14 | Características técnicas..... | 45 |
| Tabla 15 | Importaciones Internacionales a nivel mundial de la partida 20.07.99 (expresado en miles de dólares americanos) | 46 |
| Tabla 16 | Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 20.07.99 (expresado en miles de dólares americanos)..... | 47 |
| Tabla 17 | Exportaciones peruanas del 2017 para la partida del 20.07.99 (kilogramos)... | 48 |
| Tabla 18 | Principales empresas peruanas exportadoras..... | 49 |
| Tabla 19 | Principales mermeladas exportadas a Estados Unidos | 49 |
| Tabla 20 | Producción nacional de aguaymanto en el 2017..... | 50 |
| Tabla 21 | Análisis de la competitividad del mercado de mermeladas | 51 |
| Tabla 22 | Indicadores del país de Estados Unidos..... | 51 |
| Tabla 23 | Indicadores del país de Estados Unidos..... | 52 |
| Tabla 24 | Población de los Estados del país de Estados Unidos | 53 |
| Tabla 25 | Importación de la partida 2007.99.45.00 por ciudades de Estados Unidos (en miles de dólares americanos)..... | 54 |
| Tabla 26 | Importación de la partida 2007.99.45.00 por ciudades de Estados Unidos (en toneladas)..... | 55 |
| Tabla 27 | Indicadores Socioeconómicos de Nueva York..... | 59 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabla 28 | Demanda potencial del Estado de Nueva York | 60 |
| Tabla 29 | Demanda de Nueva York del 2012 al 2017 (en toneladas) | 60 |
| Tabla 30 | Método de los Mínimos Cuadrados | 61 |
| Tabla 31 | Demanda proyectada | 61 |
| Tabla 32 | Distribuidores de Alimentos en New York | 66 |
| Tabla 33 | Principales Ferias de New York | 67 |
| Tabla 34 | Medios de transporte..... | 83 |
| Tabla 35 | Determinación de los tiempos de duración de los procesos | 84 |
| Tabla 36 | Inversión Tangible | 84 |
| Tabla 37 | Inversión Intangible | 85 |
| Tabla 38 | Capital de Trabajo..... | 85 |
| Tabla 39 | Total de Inversión | 86 |
| Tabla 50 | Estructura del financiamiento | 86 |
| Tabla 41 | Servicio de la deuda..... | 86 |
| Tabla 42 | Costos Directos | 87 |
| Tabla 43 | Costo de Productos Tercerizados..... | 87 |
| Tabla 44 | Costos de Exportación | 87 |
| Tabla 45 | Costos de Indirectos..... | 88 |
| Tabla 46 | Gastos de Personal | 88 |
| Tabla 47 | Gastos Fijos | 89 |
| Tabla 48 | Gastos Administrativos..... | 89 |
| Tabla 49 | Gastos de Ventas..... | 89 |
| Tabla 50 | Costos Fijos | 89 |
| Tabla 51 | Costos Variables | 90 |
| Tabla 52 | Proyección de Costos Variables | 90 |
| Tabla 53 | Estructura de Precio | 90 |
| Tabla 54 | Punto de Equilibrio | 90 |
| Tabla 55 | Ingreso por Ventas | 91 |
| Tabla 56 | Flujo de Caja Proyectado..... | 92 |
| Tabla 57 | Amortización y Depreciación | 93 |
| Tabla 58 | Estado de Pérdidas y Ganancias | 93 |
| Tabla 59 | Evaluación Económica | 94 |
| Tabla 60 | Evaluación Financiera | 94 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Proceso de elaboración de mermeladas de frutas..... | 24 |
| Figura 2. Proceso de Exportación desde el Perú hacia Estados Unidos | 29 |
| Figura 3. Proceso de Recepción y Comercialización de los productos en Estados Unidos | 30 |
| Figura 4. Demanda proyectada desde el 2018 al 2023 | 62 |
| Figura 5. Estrategia de distribución comercial | 64 |
| Figura 6. Distribución física del producto | 65 |
| Figura 7. Envase de los productos | 68 |
| Figura 8. Cajas de cartón corrugado | 69 |
| Figura 9. Paleta para el transporte de los productos | 69 |
| Figura 10. Proceso de embalaje de las cajas de cartón | 70 |
| Figura 11. Ejemplo de rotulado de cajas | 72 |
| Figura 12. Proceso de producción de mermelada..... | 74 |
| Figura 13. Requisitos de la FDA | 78 |
| Figura 14. Elección de la cadena logística internacional..... | 83 |

RESUMEN

En la presente investigación de negocios internacionales sobre la “Viabilidad de exportación de mermelada de aguaymanto orgánico *Physalis Peruviana L.* a New York, Estados Unidos”, tuvo como objetivo general establecer un plan de exportación con viabilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York y objetivos específicos de determinar un estudio de mercado con viabilidad comercial, determinar un estudio técnico – operativo con viabilidad técnica y determinar un estudio económico – financiero con viabilidad financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico. Se ha considerado los aspectos comerciales de la organización y aspectos legales, plan de logística internacional, plan de comercio exterior y plan económico financiero. Asimismo, 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 aguaymanto 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 59 años con tendencia al consumo saludable de productos nutritivos, exportados en frascos de 350 gramos (12 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.

Palabras claves: Mermelada, arancel, viabilidad

ABSTRACT

In the present investigation of international business on the "Feasibility of export of marmalade of organic aguaymanto *Physalis Peruviana L.* to New York, United States", had as general objective to establish an export research plan with commercial, technical and financial viability for the export of organic aguaymanto jam to New York and specific objectives to determine a market study with commercial viability, determine a technical - operative study with technical feasibility and determine an economic - financial study with financial viability for the export of organic aguaymanto jam. It has considered the commercial aspects of the organization and legal aspects, international logistics plan, foreign trade plan and financial economic plan. Also, aspects of supply, demand, the profile of the consumer. It details the conditions under which the product complies with the FDA (Food and Drug Administration), as well as the unitarization and cubic capacity of the cargo for its international physical distribution. A price fixing analysis is carried out, the Incoterm is determined and the export regime is chosen. It has been established that the export of marmalade from organic aguaymanto with estevia to New York enjoys tariff preferences exempted from the payment of tariffs in the US and tax from the IGV and the ISC in Peru, which is very popular in the State of New York to public between 25 to 59 years with a tendency to healthy consumption of nutritious products, exported in bottles of 350 grams (12 ounces) at a cost price of USD \$ 2.21, whose elaboration of the marmalade is outsourced to a maquila company and is distributed through a logistic operator using the FOB incoterm, it is commercially, technically and financially viable. The initial investment of the project amounts to \$ 24,393. A positive NPVF of \$ 41,093 is obtained. 02, an IRRR of 106% and a Benefit / Cost of \$ 3.81; The Recovery Period of the investment is the second year.

Keywords: Marmalade, tariff, viability

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1. Formulación del problema

Estados Unidos es un país desarrollado, caracterizado por la comercialización de cadenas de comida rápida más exitosas del mundo (Fast Food), que ha traído como consecuencia que gran parte de la población sufra de problemas de sobrepeso y obesidad. A causa de estos problemas sus habitantes han ido cambiando sus hábitos de consumo alimentario, enfocándose a una alimentación saludable, prefiriendo el consumo de productos de procedencia de alimentos naturales sin pesticidas (orgánicos), que ayuden a la regulación del metabolismo y mejoren su calidad y estilo de vida. Debido a esto, en Estados Unidos ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos 10 años de la importación de alimentos orgánicos y productos que son elaborados con ingredientes de procedencia de cultivos orgánicos debido a la gran demanda del consumidor final.

Enmarcados en esta tendencia de consumo se encuentran el consumo de mermeladas y jaleas en el mercado estadounidense, que según la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos (USITC), en el 2015 las importaciones de mermeladas y jaleas alcanzaron ventas hasta US\$ 242 millones, registrando un incremento de 3.1% con respecto al 2014. También, según USITC en el 2016 las ventas anuales de mermeladas, jaleas y frutas para untar anuales representan cerca de US\$ 700 millones. (Agroindustria, 2017).

En el mercado americano la categoría general de productos o alimentos untables de frutas (mermeladas, jaleas, frutas para untar, mermeladas cítricas), las ventas de mermeladas representan el 22%, de jaleas representan aproximadamente el 21%, las frutas para untar acaparan el 17%, las mermeladas cítricas el 6% y los productos en frascos de vidrio, los cuales representan el 34% de las ventas (Mincetur, 2016).

La consultora especializada Euromonitor International (2016), en un reciente estudio estima que “las ventas en el rubro de mermeladas, jaleas y purés seguirán creciendo en Estados Unidos durante los próximos años, basado en el crecimiento en el periodo 2012-2015 donde las ventas aumentaron en alrededor de 5% hasta alcanzar ventas de casi US\$ 5 millones” (Mincetur, 2016).

Las exportaciones peruanas de jaleas y mermeladas actualmente presentan una tendencia positiva, en productos ya exportados considerados como tradicionales como lo son las mermeladas de uva y fresa representa cerca del 85% de la producción. Pero, en los últimos cinco años se viene exportando otras frutas diferentes a las tradicionales, como son “las mermeladas de frutos como cocona, camu camu o aguaymanto, que han tenido una gran acogida entre los consumidores del mercado americano (Mincetur, 2016).

El aguaymanto Physalis peruviana L., tiene una gran demanda en el mercado estadounidense debido a los numerosos beneficios alimenticios y sabor exquisito que posee esta fruta. La situación actual del mercado peruano presenta una carencia de procesadoras de aguaymanto, falta de conocimiento de los agricultores sobre los beneficios del aguaymanto y la alta comercialización en forma deshidratada ha generado una demanda insatisfecha ante la baja producción de aguaymanto procesado.

El cultivo de aguaymanto con un enfoque comercial se ha iniciado en el Perú alrededor de una década, contando con una marcada producción orgánica de este producto, que es la nueva tendencia del consumidor por alimentos orgánicos, que garantiza a dicho producto precios más estables y crecimientos de su demanda de exportación en un 20% aproximadamente.

En el año 2016 el aguaymanto peruano llegó a 35 países, y el primer lugar lo ocupa Estados Unidos, que concentra envíos por US\$ 770,662, concentrando el 29% de los despachos al exterior, seguido en la lista los Países Bajos (22% del total), Alemania (14%), Japón (11%), Canadá (6%) y Corea (4%). (Gestión, 2016)

En el Perú, Sierra Exportadora informa que entre los años 2013 y 2015 la exportación de aguaymanto experimentó un crecimiento de 161%, en base a la identificación de nuevos nichos de mercados, mejoramiento de productos, capacitación y asesorías en que los productores cumplen un rol importante en esta cadena de valor.

La mermelada de aguaymanto orgánico tiene presencia en el mercado extranjero, ya que es considerada como una fruta muy rentable que posee altas expectativas de crecimiento.

Debido a sus características nutricionales, su sabor distintivo, aroma agradable y a la creciente demanda del mercado de Estados Unidos por consumir productos orgánicos que sean beneficiosos para su calidad de vida y salud, constituyen una oportunidad de negocio para que los exportadores peruanos mejoren su posicionamiento en un mercado internacional importante como es el de Estados Unidos (MINCETUR, 2016)

Con lo expuesto anteriormente, se presenta una interesante oportunidad para que más empresas peruanas dedicadas a la agroindustria apuesten por el cultivo del aguaymanto orgánico y más aún apuesten por la fabricación de mermelada de aguaymanto orgánico, exportando al mercado estadounidense donde tienen tan buena acogida.

Para ello la investigación realizada sobre la “Viabilidad de exportación de mermelada de aguaymanto orgánico Physalis Peruviana L., a New York, Estados Unidos” proporcionara a los productores una información adecuada de las consideraciones técnicas del comercio internacional (arancelaria, aduanera y logística) que requiere la exportación a Estados Unidos que permita ser un negocio viable comercial, técnica y económicamente.

Problema general

¿De qué manera la elaboración de un plan de exportación permite la viabilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos?

Problemas específicos

- ¿De qué manera la elaboración del estudio de mercado de un plan de exportación permite la viabilidad comercial para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos?
- ¿De qué manera la elaboración del estudio técnico de un plan de exportación permite la viabilidad técnica para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos?
- ¿De qué manera la elaboración del estudio económico y financiero de un plan de exportación permite la viabilidad financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos?

2. Objetivos General y Específicos

2.1. General

Establecer un plan de exportación con viabilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.

2.2. Específicos

- Determinar un estudio de mercado de un plan de exportación con viabilidad comercial para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.
- Determinar un estudio técnico – operativo de un plan de exportación con viabilidad técnica para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.
- Determinar un estudio económico – financiero de un plan de exportación con viabilidad financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.

3. Justificación e importancia de la Investigación

La presente investigación se justifica por las siguientes razones:

En lo teórico, porque la investigación utiliza los conceptos, teorías y herramientas administrativas del Comercio Internacional, para obtener la viabilidad comercial, técnica y financiera. La viabilidad comercial mediante las teorías del estudio de Mercado en donde se plantea el estudio de los clientes potenciales y la demanda insatisfecha. La viabilidad técnica mediante la teoría de las normas técnicas aduaneras de exportación y los Incoterms. La viabilidad financiera mediante las teorías contables (impuestos y tributos), económicas (presupuestos de ingresos y egresos, estados financieros), financieras (estructura de financiamiento) y de finanzas (Indicadores de evaluación económica y financiera).

En lo teórico porque servirá como una guía de consulta para diseñar un plan de exportación para la mermeladas de distintas tipo frutas, con el fin de aprovechar la creciente producción de aguaymanto y el cambio en la tendencia de consumo de alimentos, sobre todo en los países desarrollados, dentro de los que se encuentra Estados Unidos que

es el destino de mayor preferencia de este fruto por la preferencia de productos orgánicos, con propiedades nutritivas y saludables, para dar un mayor dinamismo exportador al país.

En lo social, porque permitirá la incursión de las empresas a la realización de una actividad de Comercio Internacional, que permitirá una mayor recaudación de impuestos al estado peruano, el aumento de mayores puestos de trabajo y el reconocimiento internacional de ser proveedores de una fuente de recursos naturales de frutas que se contienen propiedades saludables con un alto contenido nutricional.

La importancia de esta investigación es mostrar las altas expectativas de rentabilidad y éxito en la exportación de mermelada de aorgánico tanto en el ámbito empresarial y como en lo referente al mercado internacional, donde se busca crear ecológica y promover una alimentación saludable, mediante la exportación de la mermelada de aguaymanto y/o productos similares que generen ingreso de divisas al país, mediante la gestión empresarial realizada por la duración del proyecto.

4. Alcance y Limitaciones de la Investigación

El alcance de la investigación es la elaboración de estudios de mercado, técnicos - operativos y económicos – financieros para su viabilidad comercial, técnica y financiera del producto mermelada de aguaymanto orgánico para el mercado de Estados Unidos.

Limitaciones

Se cuenta con escasos recursos económicos para realizar viajes a Estados Unidos con la finalidad de estudiar con más certeza la aceptación real del producto a exportar.

Sin embargo, esta limitación no ha impedido conseguir los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1. Antecedentes de la investigación

León (2016), en su investigación titulada “Estudio de la viabilidad económica para la producción y comercialización de aguaymanto en los Valles de Huac-Huas, Lucanas – Ayacucho” que tuvo como objetivo principal la ejecución de la investigación de producción y comercialización de aguaymanto como un negocio innovador en los valles de Huac-Huas. La investigación desarrolló el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero de la implementación del proyecto, además de describir los procesos para la producción y comercialización del aguaymanto en la zona. La investigación concluye que producto del aumento en la demanda de aguaymanto tanto en el mercado nacional como internacional, genera que los productores cambien la forma de producción actual que no considera al aguaymanto como una oportunidad de negocio. Se propone como una solución a la problemática actual, que los productores se agrupen para juntos mejorar el proceso de producción de aguaymanto para exportación, mejorando las condiciones de cultivo, cosecha y obtener mayores volúmenes para negociar con el mercado y la industria.

Sejuro, Quispe y Zegarra, F. (2017), en su tesis titulada “Propuesta para implementar una empresa de mermeladas en base al fruto arándano con fines de exportación” cuyo objetivo fue la implementación de una empresa productora de mermelada de arándano para la exportación al mercado de los Países Bajos (Holanda). La investigación realiza el análisis de perfil del consumidor y de la demanda del producto de jaleas y mermeladas. Para analizar la oferta se realizó un estudio de los principales proveedores que abasten el mercado de Países Bajos (Holanda), donde se encontró que el Perú abastece de forma mínima el mercado de Holanda en lo respectivo a las jaleas y mermeladas. Se encontró que existe una demanda satisfecha, lo que representa una oportunidad de exportación que incrementaría las relaciones comerciales entre ambos países. Mediante el análisis de macro localización se determinó que la planta se ubicara en la zona agroindustrial del distrito de la Joya (Arequipa), debido al fácil acceso a la materia prima para la producción. Del análisis comercial se determinó que el tipo de sociedad más conveniente para la exportación es la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), ya que cumple con las normas legales para ser una empresa productora y exportadora de mermelada de arándano.

Del análisis económico y financiero se determinó que el proyecto de exportación es rentable, y que requiere de un monto de inversión de 346,090.35 soles, donde su Valor Actual Neto (VAN) de 412,173.44 soles y una Tasa Interna de retorno (TIR) del 45%. En conclusión, la producción de mermelada de arándano para la exportación al mercado de los Países Bajos (Holanda), es un proyecto viable que representa una excelente oportunidad de negocio.

Casasola y Meza, J (2016) en su tesis titulada “Factores técnicos para la exportación de mermelada de aguaymanto al mercado de EE.UU.”, que tuvo como objetivo general analizar los factores técnicos que facilitan la exportación de la mermelada de Aguaymanto. La investigación utilizada fue en primera instancia de tipo exploratoria y luego de tipo descriptiva en la segunda fase. La investigación estuvo estructurada en identificar las condiciones para la inversión y viabilidad tomando en cuenta otras investigaciones. Entre los principales resultados obtenidos se demostró la viabilidad técnica para la exportación de mermelada de aguaymanto, con esta información cualquier productor o agricultor podría iniciar o ingresar al mercado internacional. En otro resultado relevante de la investigación es que existe un mercado potencial en los EE. UU respecto al consumo de mermeladas o jaleas el volumen de consumo o importación anual de estos productos supera los 200 millones de Dólares Americanos en los últimos años.

Pérez y Willis (2015), en su tesis titulada “Proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de aguaymanto deshidratado en la Provincia de Celendín para la exportación al mercado de New York, EE.UU.”, que tuvo como objetivo el determinar la viabilidad del proyecto producción, comercialización y exportación de aguaymanto deshidratado a New York. Se realizó un estudio de mercado donde se determinó las preferencias de los clientes y la demanda del aguaymanto deshidratado. También se realizó un estudio técnico donde se determinaron la capacidad de la planta procesadora de aguaymanto teniendo en cuenta la demanda, el estudio financiero y económico determino que se necesita una inversión inicial de S/.276 601, la cual se encuentra financiado por una entidad financiera por un monto de S/. 99 000, con esto se obtiene una rentabilidad financiera para el proyecto de exportación de aguaymanto deshidratado.

Urdampilleta (2016) en su tesis “Estudio de prefactibilidad para la instalación de una línea de aguaymanto Physalis peruviana L., deshidratado para exportación en una empresa del departamento de Lambayeque”, la investigación tuvo como finalidad el realizar un proyecto de prefactibilidad para la producción de aguaymanto deshidratado para su exportación. Se realizó un estudio de mercado donde se estableció una lista de países que tienen interés en la importación de aguaymanto deshidratado, los cuales serán evaluados teniendo en cuenta los criterios como facilidad de acceso, crecimiento del mercado, relaciones internacionales, entre otros, donde queda establecido que el mercado a exportar serán los Países Bajos (Holanda). En el estudio técnico se determinó que el proceso de deshidratación del aguaymanto debe ser por bandejas, debido que permite conservar de manera óptima las propiedades del fruto, tiene un menor tiempo de operación, conserva la calidad del producto y conlleva un menor costo. Del estudio económico – financiero, se pudo establecer que el indicador de Valor Actual Neto (VAN) es positivo, con un monto de S/.202 100.20, y el indicador Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 15.72% siendo mayor que la tasa mínima de rendimiento aceptado. En base a los resultados de la investigación se pudo determinar que el proyecto es viable.

2. Bases teórico – científicas

2.1. Marco Histórico

El aguaymanto, capulí, uchuva o bien Physalis peruviana L. pertenece a la familia de las solanáceas, que incluyen especies como la papa, el tomate, la berenjena, el pimiento, entre otros, aun cuando su crecimiento es arbustivo.

Su procedencia como fruta nativa es de América, es especial es oriundo de los andes peruanos, donde ya era consumido por los antiguos pobladores de las culturas preincaicas y por los Incas, siendo una de las plantas que era cultivada en los jardines de los principales templos del valle sagrado del imperio de los Incas.

Según, Angulo (2011) en el Perú “la Uchuva se conoce como aguaymanto, uva de monte, capulí o tomate silvestre, cambia de nombre según la región donde proviene, teniendo por ejemplo, que en Cusco se llama aguaymanto, mientras que en Cajamarca es conocido como capulí” (Angulo, 2011, p. 19).

A nivel mundial los principales productores del aguaymanto: son “Colombia, Kenia, Zimbabwe, Australia, Nueva Zelanda, India y Ecuador” (Beltran, 2009, p. 75). Se cultiva en menor importancia en: Estados Unidos, Brasil, Venezuela, Bolivia, Perú, Chile, Centroamérica, México. (...) China, Japón, Malasia. (...) Reino Unido e Israel” (Fischer y Melgarejo, 2013, p. 19).

Fischer, y Melgarejo (2013) manifiestan que “dentro de los principales países que compran este producto, se encuentran: Holanda, Alemania, Francia, Inglaterra, España, Bélgica, Suiza, Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Italia y Brasil, además Rusia, Turquía y Japón” (Fischer y Melgarejo, 2013, p.21).

Según Fischer y Miranda (2012) sobre el cultivo del aguaymanto manifiesta:

En la actualidad se cultiva en California, Sudáfrica, Australia, Kenya, India, Egipto, el Caribe, Asia y Hawái. En Sudamérica, se cultiva en Ecuador, Perú, Chile y Brasil países que están aumentando su área de cultivo. (Fischer y Miranda, 2012, p. 860)

En el Perú, se vienen implementando proyecto de desarrollo sostenibles para el cultivo del aguaymanto en forma comercial como el proyecto GIZ de cultivo del aguaymanto en “algunas zonas, como en Cajamarca, Cuzco, Huancayo, La Libertad y Ancash, especialmente para abastecer el mercado interno, y especialmente para el procesamiento con miras a la exportación” (PDRS/GIZ, 2011, p. 41).

En procesamiento industrial del aguaymanto se viene realizando en algunos países como por ejemplo Colombia; elaborando productos como mermelada, yogurt, dulces, helados, conservas enlatadas y licores. Pero en la mayoría de los países Sudamericanos el aguaymanto se consume fresco, solo o en ensaladas, dándole un toque agridulce a las comidas y/o sirviendo de elemento decorativo (de la misma forma que una cereza) para adornar tortas y pasteles. El cultivo del aguaymanto (Uchuva), es una alternativa de producción para la economía de muchos países, debido a “que presenta buenas perspectivas e interés en los mercados internacionales, lo cual se deriva de las características nutricionales y propiedades medicinales por su contenido en proteínas, vitaminas y minerales que posee el fruto” (Gastelum, 2012, p. 74).

En la actualidad ha conquistado importantes mercados en la Unión Europea y Estados Unidos. Sus principales consumidores son Inglaterra y Alemania.

2.2. Marco Legal

Las regulaciones de la importación y exportación de la mermelada de aguaymanto vienen reguladas por leyes de los países involucrados en el Comercio Internacional, como son Estados Unidos y el Perú.

País Importador: Estados Unidos:

La importación de alimentos de los Estados Unidos se rige bajo la regulación y control por las siguientes agencias federales:

- **Environmental Protection Agency (EPA):** Es la agencia que se encarga de reglamentar las leyes ambientales, como es el caso de la determinación del nivel de tolerancia o los límites máximos de residuos de plaguicidas y otros contaminantes presentes en los alimentos.
- **La Food and Drug Administration (FDA):** Es la agencia responsable de proteger la salud pública, dando medidas de inocuidad, de los alimentos (tanto para seres humanos como para animales), suplementos alimenticios, los cuales deben estar incluidos en su correcto envasado y etiquetado. Entre sus funciones se encarga de inspeccionar los alimentos de origen animal o vegetal, sólidos o líquidos que no contengan alcohol o más de 2% de componentes cárnicos, los suplementos nutricionales y los aditivos alimentarios. Esta agencia pertenece al Department of Health and Human Services (HHS).
- **El Animal And Plant Health Inspection Service (APHIS):** Es la agencia que tiene funciones de proteger, promover, impedir y controlar la propagación de plagas mediante los protocolos zoonosarios y fitosanitarios del ingreso de los productos desde los países de origen. Para ello tiene a su cargo la sanidad agropecuaria, inspeccionar los productos vegetales frescos y animales vivos importados a los Estados Unidos, con el objeto de previo cumplimiento de los tratamientos cuarentenarios y demás requisitos que se establezcan en los protocolos. Esta agencia depende de la United States Department of Agriculture (USDA), es la encargada de promover el comercio agrícola y a la producción que trabaja para asegurar la seguridad alimentaria protegiendo los recursos naturales.

País Exportador: PERÚ

Son tres las autoridades en materia de inocuidad de los alimentos en el Perú, cuyas competencias están definidas en la “Ley de Inocuidad de los Alimentos (D. Leg. N° 1062)”, publicada en junio del 2008.

- Ministerio de Agricultura (SENASA)
- Ministerio de Salud (DIGESA)
- Ministerio de Producción (ITP)

2.3. Plan de exportación

Según Lerma (2017) un plan exportación es “la guía que muestra al empresario hacia dónde dirigir su esfuerzo exportador y cómo competir con sus productos y/o servicios en el mercado internacional (exportaciones seguras, en incremento y rentabilidad) a fin de lograr el éxito”. (Lerma, 2017, p. 266)

Según Ochoa (2008) el plan de exportación es “la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecer” (Ochoa, 2008, p. 26).

Es decir, dicho plan de exportación es una secuencia de pasos que debe seguir el exportador y la forma que debe ingresar a mercados externos de manera competitiva que permita una adecuada comercialización de sus productos.

Paredes (2015) manifiesta que “El Plan de Negocio es un resumen detallado de la empresa existente, que sirve para ayudar a conocer el negocio, sus antecedentes, los factores de éxito o fracaso, las estrategias y metas” (Paredes, 2015, p. 3).

Es decir que en todo proyecto de exportación se elaboran ideas de los productos que se desean internacionalizar, para ello se debe de establecer un “Plan de Negocio de Exportación que lleva la idea de negocio hacia el ámbito internacional, para ello selecciona el producto adecuado para su exportación y el país seleccionado como mercado objetivo” (Paredes, 2015, p. 4).

Entre las principales ventajas del plan de exportación tenemos: permite la elaboración de un análisis FODA identificando sus “oportunidades y amenazas” en mercados internacionales: permite adecuarse a los requerimientos “técnicos de producción y comercialización” que se deben cumplir antes del proceso de exportación; permite determinar la demanda insatisfecha en los mercados internacionales mediante el estudio de mercado; permite evaluar los factores críticos para la exportación ubicando la forma óptima de internacionalización donde exportar: permite adecuar los programas de logística y distribución; permite identificar socios o aliados estratégicos que puedan actuar como facilitadores, entre otros.

Dimensión 1: Estudio de Mercado Exportador

En el Comercio Internacional las exportaciones son realizadas mediante un análisis de mercado o estudio de mercado, donde se detalla y verifica la admisibilidad de los productos a exportar, lo cual responde a los requerimientos del protocolo fitosanitario suscrito entre el organismo de protección fitosanitaria como son para la exportación de frutas y hortalizas desde el Perú hacia Estados Unidos, en el Perú es SENASA y el de Estados Unidos la agencia federal APHIS.

- Protocolos de Admisibilidad

Los protocolos de admisibilidad son la “documentación que define los deberes y responsabilidades requerida para la exportación” (Echevarría, 2007, p. 19). En este documento, se establecen “los requerimientos sanitarios a realizar, los puertos disponibles para el desembarco de la mercadería, las zonas de producción y las instalaciones en el país o en el exterior para realizar los tratamientos” (Echevarría, 2007, p. 24).

Para la exportación de frutas y vegetales, desde el Perú a Estados Unidos, el documento del protocolo de admisibilidad debe de estar firmado entre el SENASA (encargado de brindar información sobre los protocolos fitosanitarios para la exportación de productos alimentarios a Estados Unidos) y el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal, APHIS, de EEUU, en donde se define “los deberes y responsabilidades de cada participante, en el cual, se explican claramente las acciones de mitigación de plagas necesarias para asegurar la integridad fitosanitaria de los productos exportados a los Estados Unidos” (ADEX, 2017, p. 8)

- **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, que consiste en proporcionar “un código numérico que no solo va a determinar el régimen tributario y la alícuota aplicable, sino que también emite las prohibiciones a aplicar, para evitar estar comprendido en algún tipo de delito aduanero al cometer errores en su uso” (SUNAT, 2017, p. 15).

En el ámbito de la aduana peruana, el proceso de clasificación arancelaria está reglamentada por la Nomenclatura Arancelaria Común de la Comunidad Andina (NANDINA)

NANDINA, adopta una estructura del arancel, basada en el “Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Comprende las partidas, subpartidas correspondientes, Notas de Sección, de Capítulo y de Subpartidas, Notas Complementarias, así como las Reglas Generales para su interpretación” (SUNAT, 2017, p.11).

El Código numérico se muestra en la Figura 1, donde se puede apreciar diez (10) dígitos, siendo los 2 primeros para identificar el Capítulo, luego si solo tiene cuatro dígitos corresponderá a una Partida del Sistema Armonizado, con seis dígitos, corresponderá a una Subpartida del Sistema Armonizado, con ocho dígitos corresponderá a una Subpartida NANDINA y por ultimo con diez dígitos a una Subpartida Nacional. Cuando que no ha sido necesario desdoblar la Subpartida NANDINA se han agregado ceros para completar e identificar la Subpartida Nacional. (SUNAT, 2017)

Tabla 1

Estructura de la Subpartida Nacional

| DÍGITOS | | | | | DENOMINACIÓN |
|---------|-------|-------|-------|--------|-----------------------------------|
| 1° 2° | 3° 4° | 5° 6° | 7° 8° | 9° 10° | |
| 1° 2° | | | | | Capítulo |
| 1° 2° | 3° 4° | | | | Partida del Sistema Armonizado |
| 1° 2° | 3° 4° | 5° 6° | | | Subpartida del Sistema Armonizado |
| 1° 2° | 3° 4° | 5° 6° | 7° 8° | | Subpartida NANDINA |
| 1° 2° | 3° 4° | 5° 6° | 7° 8° | 9° 10° | Subpartida nacional |

Fuente: SUNAT, 2017. Estructura del Arancel de Aduanas en el Perú

- Operatividad Aduanera

Se refiere a los despachos, envíos, manifiesto, tránsito aduanero internacional, adopción de regímenes operaciones y destinos especiales, a la Restitución de Derechos, (Drawback), entre otros.

La operatividad aduanera está dirigida por la SUNAT, mediante el uso de documentos aduaneros conocido como “TELEDESPACHO”, para ser transmitidos por medios electrónicos (e-mail), para su procesamiento y respuesta a las Intendencias de Aduana, en formatos oficiales (archivos de control, datos generales y detalle, los archivos auxiliares) establecidos por ADUANAS.

También, en su envío como procedimientos operativos se usa el DAM (Declaración Única de ADUANAS), la Declaración del Valor, Orden de Embarque, Declaración Simplificada, Cuadro Insumo Producto, Relación Insumo Producto que dependen de cada Régimen.

ADUANAS procesa la información electrónica y decide si “acepta o rechaza los documentos. En caso de documentos rechazados, se adjuntan los códigos de error correspondientes. El Despachador de Aduanas, una vez corregidos los motivos de rechazo, puede enviar nuevamente el documento” (ADUANAS, 2017, p. 3).

El TELEDESPACHO en la actualidad “se encuentra implementado para los Regímenes, Destinos Especiales, Operaciones Aduaneras, algunos procesos de manifiestos y Autoliquidaciones de Adeudo” (SUNAT, 2017, p. 5).

- **Términos contratos de comercialización.**

En un contrato de compraventa realizado entre importador y exportador, se estipulan las cláusulas por las que se regulara dicha operación comercial, la cual implica riesgos como: pérdidas, deterioros, extravíos, entre otros, donde se deben tener definidas las responsabilidades tanto para el comprador como vendedor para evitar malos entendidos, si se basan en reglas claras y sencillas.

Mediante 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).

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

Las modificaciones sufridas por los Incoterms desde su entrada en vigencia son denominadas según el año de publicación:

- Los Incoterms 1936 son publicados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), ubicada en París, siendo una serie de reglas internacionales.
- Los Incoterms 2000 rigen desde el 01.01.2000 al 31.12.2010, los cuales cuentan con 13 Incoterms: en cada contrato de compra/venta internacional se especificará cuál de ellos se aplica, en función de lo acordado entre exportador e importador.
- Los Incoterms 2010, para ser aplicados desde el primero de enero 2011 que reemplazan los Incoterms 2000. Se introducen dos nuevos Incoterms “D”, DAT (Entregado en Terminal) y DAP (Entregado en el punto de destino) y se suprimieron cuatro Incoterms: DEQ, DES, DAF y DDU.

Las cláusulas internas de un contrato de compra y venta, la situación de la mercancía, el traspaso de propiedad, la garantía, la concreción de pago y el incumplimiento de compromisos del contrato de compra, entre otras, están fuera de la regulación de los INCORTEM.

Dimensión 2: Estudio Técnico

Entre las actividades que corresponden al estudio técnico tenemos:

- Descripción técnica

Se debe de realizar una descripción técnica mediante la ficha técnica del producto motivo de investigación para su posterior exportación al país de los Estados Unidos, mediante su nombre científico y nombre comercial.

- Generalidades del producto

Se debe de identificar las características externas del producto como el color, textura, sabor, entre otros, así como las diferentes variedades del mismo.

También, identificar lo nutricional, en base a la referencia de la composición química del producto a exportar y los usos que se dan a estos productos tanto en el mercado nacional como internacional.

Así mismo, se debe identificar técnicamente la producción, los proveedores sobre todo a lo referente a la inocuidad por ser productos considerados orgánicos o naturales.

- Envasado y presentación:

Se debe de determinar el tipo de envasado de conveniencia según las características del producto y la preferencia del consumidor en cuanto al empaque del producto la cual se deberá hacerse en condiciones higiénicas tales que impidan la contaminación del producto.

- Condiciones de transporte:

Se deberá de determinar el medio de transporte que se utilizara y la empresa de transporte que se utilizará; así como el tipo de contenedores, el tipo de vehículos para uso exclusivo solamente con ese fin, para no alterar el producto.

Dimensión 3: Estudio económico – financiero

Entre las actividades que corresponden al estudio económico – financiero tenemos:

- Descripción del negocio

Es importante exponer información detallada acerca de la empresa. En especial una descripción de su capacidad, experiencia y habilidades para poner en práctica el proyecto, en donde se detalle los objetivos a largo y corto plazo, el plan del negocio de exportación, la estrategia de inserción al mercado meta, y la descripción del producto o servicio.

Así, también se debe de establecer en el plan de negocio, precios, costos, competidores, técnicas a utilizar para su producción, entre otros.

- Análisis de mercado

El mercado debe estar completamente analizado desde el consumo interno, sus competidores desde el punto de vista de los importadores más importantes que ingresan sus productos al mercado, el análisis de la industria, el consumo per cápita, las barreras y las preferencias arancelarias, entre otras.

- Recursos humanos

Según Paredes (2015) detalla que es valioso “exponer el capital humano con los que cuenta la empresa para enfrentar el proyecto de exportación donde además, es importante detallar si su empresa cuenta con asesores externos en el área de comercio internacional como así también las alianzas estratégicas” (p. 29)..

- Operatividad

Se conoce como parte operativa a llevar a cabo la operación desde el punto de vista administrativo, técnico, financiero, y comercial, donde es necesario “incluir todo aquello relacionado a los aspectos internacionales de la operativa como también de la producción” (PromPerú, 2018, p. 12).

La operatividad debe de contar con dos aspectos, los cuales son:

En los Aspectos Internacionales: “Precio de Exportación, logística internacional, requisitos formales para exportar/importar, barreras arancelarias y no arancelarias, cotizaciones (INCOTERMS), contratos, formas de pago, negociaciones, envase/embalaje, seguros, promoción, distribución, actividades de desarrollo del mercado y contactos en el extranjero” (PromPerú, 2018, p. 15).

En los aspectos de producción: “Materias primas, calidad y normas, capacidad, instalaciones, localización, mano de obra, subcontratación, proveedores, tecnología e inventarios” (PromPerú, 2018, p. 17).

Según PromPerú, un aspecto importante de la investigación de exportación es “la Identificación de los problemas potenciales que puedan tener un efecto negativo en el proyecto”. Además, se deben detallar los “planes de contingencia para contrarrestarlos. Una de las formas más fáciles de mitigar los riesgos que pueda llegar a tener la operación contratando un seguro de crédito a la exportación. Este seguro otorga cobertura a las ventas a crédito realizadas en el mercado internacional” (PromPerú, 2018, p. 20).

- **Proyecciones financieras**

Las investigaciones sobre proyectos de exportación deben de contar con los estados financieros proyectados, que permitan al empresario tener en cuenta con qué recursos cuenta para llegar el proyecto de exportación. Esta información financiera específicamente es proyectada para los correspondientes estados como: el flujo efectivo, el estado de resultados, el estado de situación financiera, las principales razones financieras de liquidez, de actividad y de rentabilidad, entre otros.

Elaborar adecuadamente la investigación de exportación le permite a la empresa a evaluarse su rentabilidad, la cual debe ser flexible y adaptable, permitiendo su revisión a medida que avanza las operaciones.

2.4. Viabilidad del negocio de exportación

Dimensión 1: Viabilidad Comercial

Para determinar la viabilidad comercial se debe de empezar por conocer los aspectos del mercado en lo referente a los demandantes y los ofertantes de un bien o servicio, que son parte de la actividad que realiza la empresa exportadora.

Para la viabilidad comercial de un negocio de exportación (Por ejemplo, la mermelada de aguaymanto orgánico) se debe de realizar los siguientes pasos:

Conocer las características, competencias y beneficios del negocio, determinando la oferta actual, diagnosticar la demanda actual y diagnosticar la demanda a futuro de la mermelada de aguaymanto orgánico en EE. UU

Para ello se debe determinar los factores comerciales que permiten la exportación de mermelada de aguaymanto al mercado de New York en Estados Unidos (EE. UU), entre los cuales se tienen:

- Identificar los indicadores para el control de la exportación de mermelada de aguaymanto al mercado de New York en EE.UU.
- Identificar los beneficios que nos brinda preferenciales aranceles para exportar a Estados Unidos el Tratado de Libre Comercio (TLC),
- Establecer si los productos a exportar están exonerados de aranceles, como es la mermelada de aguaymanto de la categoría P.A.2007.99.45.00, que tienen eliminados el pago de aranceles.

Dimensión 2: Viabilidad técnica

A la condición que hace posible el funcionamiento del sistema, proyecto o idea al que califica, atendiendo a sus características tecnológicas y a las leyes de la naturaleza involucradas se le conoce en el Comercio Internacional como “la viabilidad técnica”.

Para determinar los factores técnicos que permiten la exportación de mermelada de aguaymanto al mercado de EE. UU se deben de realizar los siguientes pasos:

- Identificar la norma técnica nacional de la mermelada de fruta
- Identificar las características, propiedades y Aspectos Nutricionales

- La descripción del producto a exportar
- Las especificaciones técnicas del envasado y presentación
- La operatividad aduanera
- Condiciones de transporte
- Los términos de contratos internacionales
- Normas de seguridad en el manejo

Se tendrá en cuenta la norma general referida a la mermelada de otros frutos en el cual nos basaremos N° NTP 203.047:1991, la cual establece “los requisitos que deben de presentar las mermeladas de frutas envasadas, en el momento de su expedición o venta, siendo también aplicable a las mermeladas obtenidas a partir de otras materias primas vegetales” (CID INACAL, 2017, p. 23).

Dimensión 3: Viabilidad financiera

Para la viabilidad financiera de deberá de elaborar un Plan económico Financiero para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico, en donde se determine su implementación mediante un análisis de evaluación económica y financiera mediante indicadores del Valor actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el ratio Beneficio / Costo (B/C) y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) mediante la elaboración de los siguientes pasos:

- Aspectos generales del proyecto
- Estudio de Mercado del proyecto
- Estudio de Tamaño y Localización de Planta del proyecto
- Estudio de aspectos organizacionales del proyecto
- Estudio de aspectos económicos y financieros del proyecto
- Evaluación económica y financiera del proyecto.

2.5. Aguaymanto

- Definición

El aguaymanto Physalis peruviana L. es una fruta nativa de los andes de los países andinos (Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia) que contiene gran concentración de vitaminas y de propiedades saludables. Su cultivo se realiza en los valles interandinos constituyen las zonas más apropiadas para este cultivo, por ser su medio agroecológico natural.

En el Perú, su desarrollo se ha incrementado en los últimos cinco años, siendo la sierra del Perú en los departamentos de Cusco, Huánuco, Huancavelica, Junín y Cajamarca, los de mayor producción, sin embargo, en la costa y selva se cultiva, pero menor proporción.

La planta de aguaymanto es de consistencia herbácea, de ciclo productivo anual, de porte bajo hasta una altura de 1.2 m – 1.8 m. Los tallos y hojas están cubiertos por una pubescencia fina y blancuzca que desaparece con la edad. Las hojas son alternas acorazonadas con bordes dentados de 2 a 6 cm de largo por 1 a 4 cm de ancho, muy vellosas; las flores tienen forma de campana, son grandes y abiertas, de color amarillo con manchas purpúreas en el interior. El cáliz posee 5 lóbulos que van creciendo hasta envolver completamente al fruto. Su fruto mide entre 1.25 y 2.5 cm de diámetro y contiene muchas semillas planas. De forma redonda, que varía del color amarillo a naranja, de sabor agrídulce y pequeña con un peso que puede oscilar entre 4 y 10 g (Schreiber, 2012, pág. 52)

- **Taxonomía**

En lo referente a la clase, orden familia, género que pertenece el fruto del aguaymanto se tiene la siguiente Tabla 2.

Tabla 2

Taxonomía del aguaymanto

| | |
|-------------------|--------------------|
| Reino | Vegetal |
| División | Megnoliophyta |
| Clase | Magnoliopsida |
| Orden | Solanales |
| Familia | Solanaceae |
| Subfamilia | Solanoidae |
| Tribu | Physaleae |
| Subtribu | Physalinae |
| Género | Physalis |
| Especie | Physalis peruviana |

Fuente: Tomado de Schreiber (2012)

El sembrío de aguaymanto se adapta a diferentes pisos altitudinales, presentando varios ecotipos que con características de planta y fruto distintos.

Por esta razón existe frutos amarillo anaranjados, denominados aguaymantos Naranja o Gold y frutos de color verde limón denominados aguaymanto silvestre el fruto.

- **Composición Nutricional**

Su composición nutricional es una de sus principales características, el alto contenido de vitamina A, C y vitaminas del complejo B, además su alto contenido de hierro y fosforo, contribuye al crecimiento y desarrollo de los diferentes órganos humanos, previniendo la osteoporosis, el cáncer al estómago, fortifica el nervio óptico y alivia las afecciones de la garganta y próstata, entre otros.

Tabla 3

Composición nutricional del aguaymanto

| Parámetro | Valor |
|-------------------|--------------|
| Calorías (Kcal) | 54 |
| Agua (%) | 79 |
| Proteína (g) | 1.1 |
| Grasa (g) | 0.4 |
| Carbohidratos (g) | 13.1 |
| Fibra (g) | 4.8 |
| Cenizas (g) | 1 |
| Calcio (mg) | 8 |
| Fósforo (mg) | 39 |
| Hierro (mg) | 1.2 |
| Vitamina A (mg) | 1.1 |
| Vitamina C (mg) | 46 |
| Tiamina (mg) | 0.18 |
| Ribflavina (mg) | 0.03 |
| Niacina (mg) | 1.3 |
| Diamina (mg) | 0.01 |

Nota: calculado para una porción de 100 g del fruto

Fuente: Tomado de Schreiber (2012)

- **Cultivo del aguaymanto**

a. Suelos

La uchuva o aguaymanto “necesita suelos sueltos, no compactos, ya que su sistema radicular no tolera los encharcamientos de agua y, además, el suelo ha de ser rico en materia orgánica, con elevada capacidad de retención de agua, profundo y suelto” (AMPEX, 2008, p. 53)

b. Siembra

Para la siembra de la uchuva o aguaymanto se usa “semillas de 6 a 12 g/ha, el distanciamiento es de 1,5 m entre planta y 2 m entre surco, en zonas de ladera; los plantones deben tener de 10 a 15 cm, buenas cualidades, sin presencia de plagas y enfermedades” (AMPEX, 2008, p. 54).

c. Cosecha

En la cosecha de aguaymanto “el tiempo entre la siembra y la primera cosecha es de aproximadamente 9 meses y medio, posteriormente se tiene un periodo útil de producción de alta calidad de entre 9 y 11 meses, después de este tiempo disminuye tanto la productividad como la calidad de la fruta” (AMPEX, 2008, p. 56)

2.6. Mermeladas

- Definición

Las mermeladas son el resultado semisólido de la mezcla de fruta con azúcares, adicionada con ácidos, glucosa y sustancias gelificantes, siendo el resultado de la cocción concentrada de la pulpa de un fruto sano, limpio y con un nivel de madurez propio.

La fruta posee pectina y ácidos que permiten realizar el proceso de solidificación. La pectina tiene el poder desolidificar una masa con contenido de 65% de azúcares e incluso hasta 0.8% de ácidos. El contenido de ácidos debe concluir en un pH de 3.0 hasta 3.4 al elaborar las mermeladas de acuerdo con las normas alimentarias CODEX STAN 296-2009 dadas por la FAO (Catota, 2011, p. 12)

La mermelada tras ser procesada y obtenida como producto final “continúa preservando su esencia ósea sus características organolépticas, ya que es un alimento nutritivo que se obtiene de la fruta, por lo tanto aporta una dosis de energía cuando se consume” (Catota, 2011, p. 14)

La preferencia de su uso es para consumirse en desayunos o meriendas en compañía de pan, tostada o galletas, en sitios tales como panaderías, restaurantes, oficinas,

etc., orientándose su consumo a toda la familia al ser considerado un producto básico de la canasta familiar.

- **Proceso de elaboración**

El proceso de elaboración de mermelada de aguaymanto orgánico depende si se va a utilizar el fruto fresco o el fruto conservado para la elaboración de mermeladas. Si se utiliza el fruto fresco su proceso de elaboración es el siguiente:

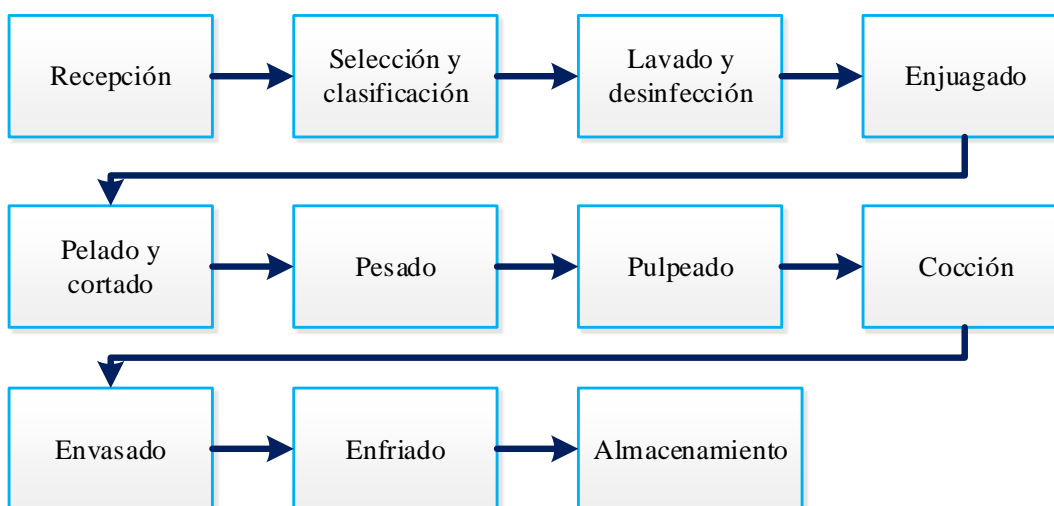


Figura 1. Proceso de elaboración de mermeladas de frutas

Fuente: Vera (2012)

Elaboración propia

En la Figura 1, se muestra el proceso de elaboración cuando se trabaja con el fruto fresco en donde como se muestra sigue un proceso de “recepción, selección, clasificación, lavado, desinfección, pelado, corte y finalmente el despulpado, obteniendo la pulpa para pasar a la etapa de concentración,” (Catota, 2011, p. 19)

El Codex Stan 296- 2009 define distintos tipos de mermelada:

- **Mermelada de agrios:**

Es una mezcla de frutas cítricas y elaboradas hasta adquirir una consistencia adecuada. Se puede usar: fruta(s) entera(s) o en trozos, que pueden tener toda o parte de la cáscara eliminada, pulpa(s), puré(s), zumo(s) jugo(s), extractos acuosos y cáscara que están mezclados con productos alimentarios que confieren un sabor dulce, con o sin la adición de agua.

- Mermelada sin frutos cítricos:

Es el producto preparado por cocimiento de fruta(s) entera(s), en trozos o en pulpa mezcladas con productos alimentarios que confieren un sabor dulce hasta obtener un producto semi-líquido o espeso/viscoso.

- Mermelada tipo jalea:

Es el producto que se obtiene siguiendo el mismo proceso de elaboración de la mermelada de agrios, pero a la cual se le ha eliminado todos los sólidos insolubles pero dejando o no una cáscara finamente cortada.

- **Requisitos de su elaboración**

La mermelada deberá tener una consistencia gelatinosa adecuada con el color amarillento del aguaymanto, exento de materiales defectuosos como las hojas o cascaras asociados con el producto, minimizando cualquier sabor impartido por ingredientes facultativos o por cualquier colorante permitido utilizado.

2.7. Mermelada de Aguaymanto Orgánico

La mermelada de aguaymanto orgánico es uno de los súper productos exportable que cuenta el Perú, el cual es muy apreciado en los mercados del extranjero tanto por su exquisito sabor, así como sus propiedades nutritivas y saludables por ser un producto de cultivo orgánico que es la nueva tendencia del consumidor de los países desarrollados.

- **Características del producto**

La mermelada de aguaymanto orgánico es un “producto elaborado a base de fruta entera o trozada o molida con estevia, que ha sido calentada y evaporada hasta alcanzar una concentración de azúcar equivalente a los 65° Brix” (Paltrinieri y Figuerola, 1998, p. 93).

La mermelada de aguaymanto es la mezcla de la estevia agregado a la pectina presente en el aguaymanto, para formar un gel, que le otorga al producto una naturaleza especial. El gel se forma cuando la mezcla alcanza los 65° Brix (65% de azúcar), una acidez de 1% y un contenido total de pectina de 1%. (Bejas, 2016, p. 33).

La mermelada de aguaymanto tiene la propiedad de conservación por su baja actividad de agua, por su alta concentración de pectina como azúcar natural, donde su aroma y color amarillento oro proporcionado por la fruta entera o en trozos imprimen un carácter especial al producto, dándole una calidad superior

La partida arancelaria en ambos países concuerda en los seis primeros dígitos, difiriendo en los posteriores.

PERÚ

| PARTIDA ARANCELARIA | DESCRIPCIÓN |
|---------------------|--|
| 2007.99.91.00 | Las demás mermeladas de frutas y otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante |

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT. <http://www.aduanet.gob.pe/>

EEUU

| PARTIDA ARANCELARIA | DESCRIPCIÓN |
|---------------------|---|
| 2007.99.45.00 | Other Jams, obtained by cooking, whether or not containing added sugar or other sweetening matter |

Fuente: United Status International Trade Commission – USITC. <http://www.usitc.gov/>

El arancel fijado y normado por el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los países EE.UU. y el Perú, que entró en vigencia el 01 de febrero del 2009, reglamenta las preferencias arancelarias en 10 dígitos de la siguiente manera.

Se elimina completamente los aranceles a las mercancías originarias de la categoría A y dichas mercancías quedarán libres de aranceles en la fecha en que el TLC entre en vigor.

Para que el producto se beneficie de las preferencias arancelarias asignadas por el TLC, este “debe ser originario de los países signatarios del mismo, para lo cual debe cumplir con los criterios de calificación de origen indicados en dicho Tratado”. (SIICEX, 2015)

La exportación de mermelada de aguaymanto en sus impuestos, el del Impuesto General a las Ventas (IGV) y el Impuesto Selectivos al Consumo (ISC) son de 0% lo cual es favorable para el desarrollo de su exportación. Presenta un pago del 6% ad-valorem y un 2.5% de seguro para su salida el Perú.

Para el ingreso a Estados Unidos tiene la preferencia arancelaria de 0 pagos de aranceles.

- Oferta Exportable

Las exportaciones de jaleas y mermeladas representaron US \$ 3, 649, 471 FOB en el 2017, mientras que en el 2016 represento US \$ 4, 166, 307 FOB

Tabla 4

Exportación de mermeladas, jaleas y purés del 2016 al 2018

| MES | 2018 | | | 2017 | | | 2016 | | |
|---------------------|----------------|----------------|-------------|------------------|------------------|-------------|------------------|------------------|-------------|
| | FOB | KILOS | PREC. PROM | FOB | KILOS | PREC. PROM | FOB | KILOS | PREC. PROM |
| ENERO | 3,506 | 2,363 | 1.48 | 47,525 | 30,770 | 1.54 | 225,644 | 225,915 | 1.00 |
| FEBRERO | 337,172 | 442,804 | 0.76 | 1,486 | 616 | 2.41 | 141,829 | 126,157 | 1.12 |
| MARZO | 241,644 | 245,529 | 0.98 | 115,301 | 112,800 | 1.02 | 285,965 | 277,611 | 1.03 |
| ABRIL | 149,177 | 172,282 | 0.87 | | 149,472 | 0.00 | 194,070 | 186,484 | 1.04 |
| MAYO | | | | 298,348 | 298,353 | 1.00 | 350,524 | 335,100 | 1.05 |
| JUNIO | | | | 257,329 | 227,385 | 1.13 | 231,498 | 220,519 | 1.05 |
| JULIO | | | | 605,896 | 654,952 | 0.93 | 278,341 | 299,720 | 0.93 |
| AGOSTO | | | | 245,219 | 242,169 | 1.01 | 457,894 | 483,541 | 0.95 |
| SEPTIEMBRE | | | | 547,060 | 548,447 | 1.00 | 438,787 | 529,361 | 0.83 |
| OCTUBRE | | | | 142,183 | 139,080 | 1.02 | 409,771 | 443,004 | 0.92 |
| NOVIEMBRE | | | | 689,196 | 706,907 | 0.97 | 637,676 | 677,046 | 0.94 |
| DICIEMBRE | | | | 545,571 | 562,258 | 0.97 | 514,308 | 554,048 | 0.93 |
| TOTALES | 731,499 | 862,978 | 0.85 | 3,495,114 | 3,673,209 | 0.99 | 4,166,307 | 4,358,506 | 0.96 |
| PROMEDIO MES | 182,875 | 215,745 | | 317,738 | 306,101 | | 347,192 | 363,209 | |
| %CREC. PROM. | -40% | -30% | -15% | -12% | -16% | -4% | 24% | 25% | -1% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: AGRODATAPERU

Con respecto a los productos de mermeladas, jaleas y purés exportados por el Perú, la mermelada de aguaymanto orgánico representa en el 2017 un valor de US \$ 7,528 FOB, mientras que en el 2016 represento US \$ 10,096 FOB, lo que nos representa que este producto, todavía necesita posicionarse más en el mercado para que se tenga un crecimiento en sus ventas como sucede con otras mermeladas y jaleas exportadas de fresa y uva (US \$ 1,716,348FOB y US \$ 1,663,692 FOB respectivamente), mostrados en la tabla 4.

Tabla 5

Exportación de mermeladas, jaleas y purés por producto 2016 al 2018*

| PROD | 2018 | | | 2017 | | | 2016 | | |
|----------------------|----------------|----------------|-------------|------------------|------------------|-------------|------------------|------------------|-------------|
| | FOB US\$ | KILOS | PRECIO | FOB US\$ | KILOS | PRECIO | FOB US\$ | KILOS | PRECIO |
| AGUAYMANTO | 5,161 | 931 | 5.54 | 7,528 | 1,678 | 4.49 | 10,096 | 1,176 | 8.59 |
| AJI AMARILLO | | | | 1,689 | 273 | 6.19 | | | |
| AJI LIMO | | | | | | | | | |
| ALBARICOQUE | | | | | | | 308 | 277 | 1.11 |
| ARANDANO | | | | 1,080 | 506 | 2.13 | 546 | 547 | 1.00 |
| CAMU CAMU | 271 | 28 | 9.68 | 1,424 | 180 | 7.91 | 843 | 83 | 10.16 |
| CARAMBOLA | | | | | | | | | |
| CASTAÑAS | | | | | | | 190 | 209 | 0.91 |
| COCONA | 200 | 75 | 2.67 | 192 | 60 | 3.20 | | | |
| CEREZAS | | | | | | | 462 | 605 | 0.76 |
| DURAZNO | 24,263 | 33,675 | 0.72 | 78,504 | 84,163 | 0.93 | 105,257 | 89,143 | 1.18 |
| FRAMBUESA | | | | | | | 244 | 220 | 1.11 |
| FRESA | 224,511 | 252,032 | 0.89 | 1,716,348 | 1,712,497 | 1.00 | 1,932,858 | 2,006,900 | 0.96 |
| GUANABANA | 840 | 110 | 7.64 | 219 | 69 | 3.17 | 520 | 56 | 9.29 |
| HIGO | | | | | | | 412 | 453 | 0.91 |
| JALEA REAL | | | | | | | | | |
| KION CONFITADO | | | | | | | | | |
| LUCUMA | 1,901 | 262 | 7.26 | 532 | 63 | 8.44 | 1,003 | 89 | 11.27 |
| MANGO | 600 | 225 | 2.67 | | | | 3,170 | 811 | 3.91 |
| MARACUYA | 12,097 | 3,146 | 3.85 | 14,609 | 5,456 | 2.68 | 1,321 | 455 | 2.90 |
| MIEL DE ABEJA | 125 | 28 | 4.46 | | | | | | |
| NARANJA | 255 | 200 | 1.28 | | | | 378 | 370 | 1.02 |
| PAPAYA | | | | 1,394 | 561 | 2.48 | 1,231 | 426 | 2.89 |
| PERA | | | | | | | | | |
| PIÑA | 1,660 | 228 | 7.28 | 386 | 50 | 7.72 | 768 | 77 | 9.97 |
| PLATANO | 200 | 75 | 2.67 | 192 | 28 | 6.86 | | | |
| ROCOTO | | | | 10,296 | 2,106 | 4.89 | 12,494 | 2,174 | 5.75 |
| SAUCO | 1,197 | 342 | 3.50 | 926 | 188 | 4.93 | 6,288 | 1,306 | 4.81 |
| UVA | 441,021 | 548,143 | 0.80 | 1,663,692 | 1,811,714 | 0.92 | 2,035,050 | 2,237,881 | 0.91 |
| Yacón, Jaleas y Me | 1,462 | 372 | 3.93 | 43,309 | 11,760 | 3.68 | 23,033 | 6,242 | 3.69 |
| VARIOS | 15,735 | 23,106 | 0.68 | 107,151 | 42,362 | 2.53 | 29,835 | 9,006 | 3.31 |
| Total general | 731,499 | 862,978 | 0.85 | 3,649,471 | 3,673,714 | 0.99 | 4,166,307 | 4,358,506 | 0.96 |

Fuente: SUNAT

Elaboración: AGRODATAPERU

- Demanda Exportable

La demanda de exportación de aguaymanto orgánico desde el Perú hacia los mercados de exportación para el 2016 presenta a Estados Unidos como el país que compra el 82% del total de las exportaciones de aguaymanto orgánico, mostrado en la Tabla 6.

Tabla 6

Principales mercado de Exportación de Aguaymanto (2013 – 2015)

| País Socio | US\$ FOB | | | % de participación | | |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|-------------|-------------|
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Estados Unidos | 14.70 | 2,353.17 | 4,215.00 | 0.20% | 49.20% | 82.00% |
| Francia | 142.60 | 162.50 | 220.19 | 1.98% | 3.30% | 4.00% |
| Taiwán | 5,828.50 | 450.00 | | 80.78% | 9.50% | 0.00% |
| Chile | 1,277.00 | 1,823.76 | 713.58 | 17.01% | 38.00% | 14.00% |
| Malaysia | 2.12 | | | 0.03% | 0.00% | 0.00% |
| Total | 7,264.82 | 4,789.33 | 5,148.77 | 100% | 100% | 100% |

Fuente: Sunat

2.8. Flujo de los procesos de Exportación

Fase de Exportación desde Perú

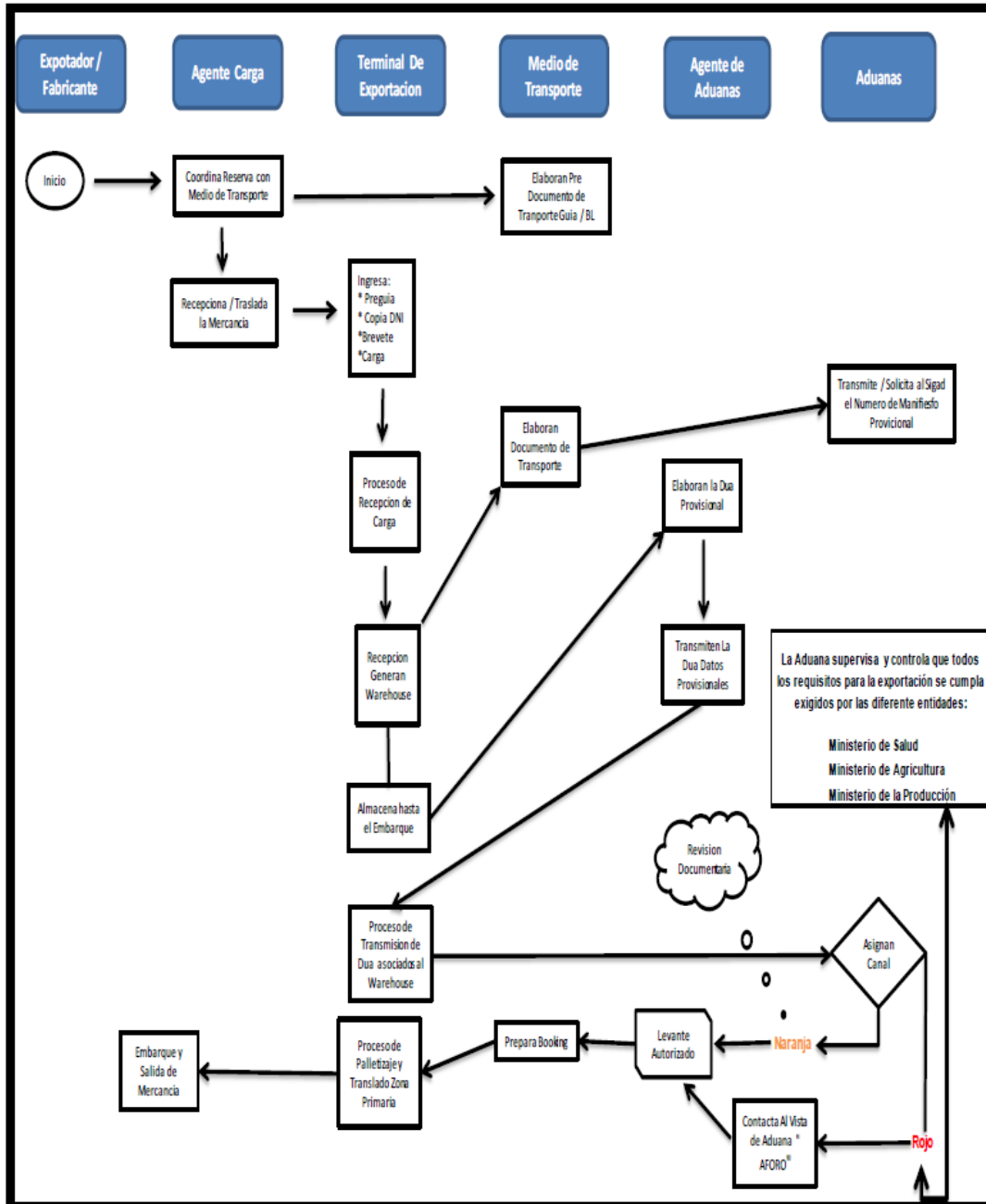


Figura 2. Proceso de Exportación desde el Perú hacia Estados Unidos

Fuente: Vera (2012)

Fase de Exportación desde EEUU

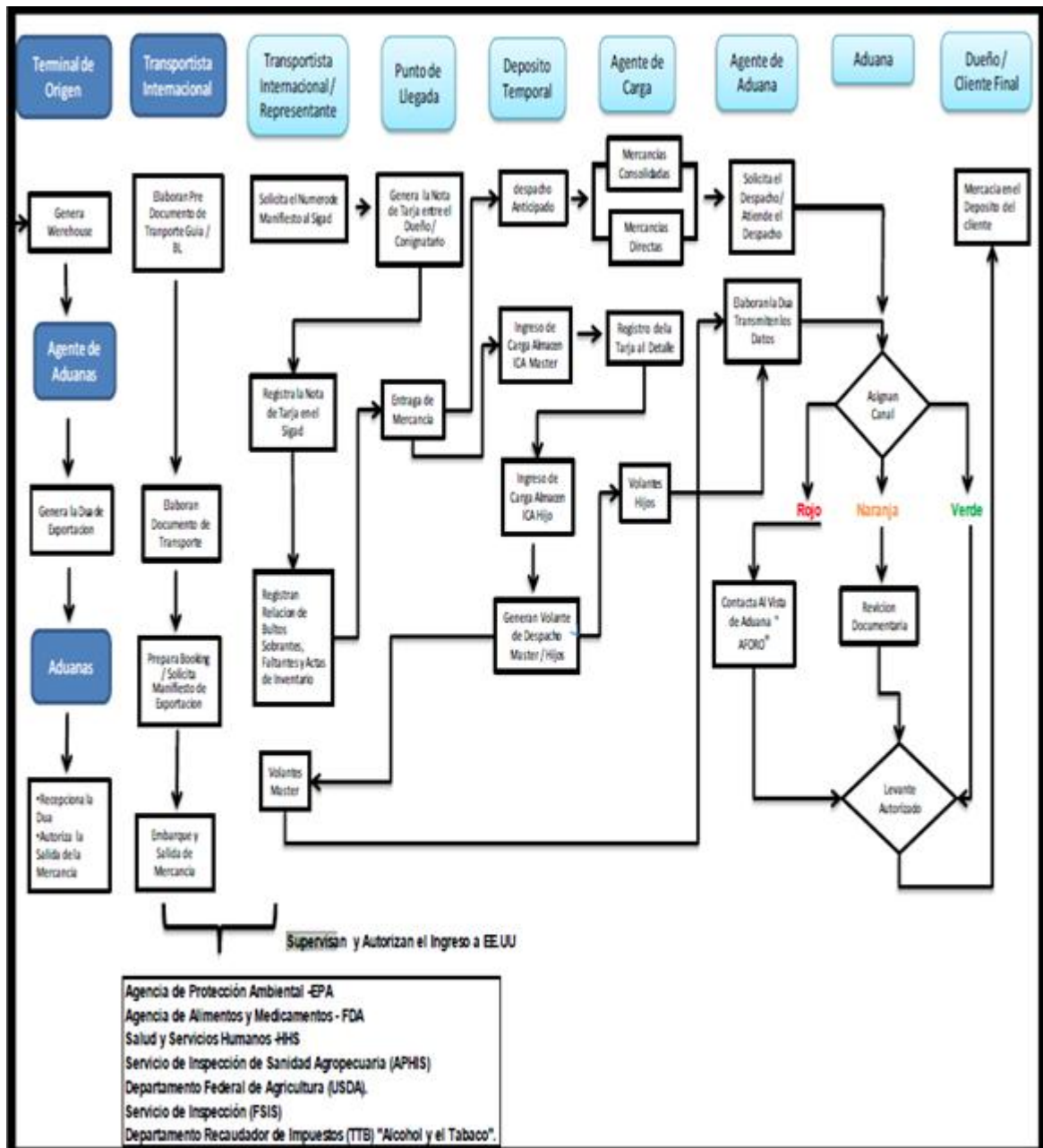


Figura 3. Proceso de Recepción y Comercialización de los productos en Estados Unidos
 Fuente: Vera (2012)

3. Definición de términos básicos

Acuerdos Comerciales:

Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes.

Aduana:

Unidad administrativa encargada de la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercadería, como el control del tráfico de los bienes que se internan o externa de un territorio aduanero, realizando su valoración, clasificación y verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones.

Agente de Aduana:

Profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.

Arancel:

Impuesto o derecho de aduana, que se cobra sobre una mercancía cuando ésta se importa o exporta.

Demanda de mercado

Según Kotler, P y Armstrong G. (2005), define como “la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. Deseos humanos respaldados por el poder de compra” (p. 211).

Estudio de mercado

Según Jacque (1997), es un “proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado, puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos” (p. 13).

Evaluación de un Proyecto de Inversión

Es la evaluación económica y financiera para determinar su rentabilidad económica y financiera de tal manera que asegure un retorno de la inversión en forma eficiente, segura y rentable.

Oferta de mercado

Según Parkin y Esquivel (2001), son “los vendedores reales y potenciales de un bien en el mercado, representando la cantidad que están dispuestos a vender en un periodo determinado y el precio del bien depende del precio de los factores utilizados en la producción y las técnicas utilizadas” (p. 15).

País de Origen:

Es el país donde son producidos si se trata de productos naturales, y si se trata de manufacturas, el lugar donde se ha efectuado la transformación, para darles la condición con que son introducidas en el país importador.

País de procedencia:

Es el país del cual llega directamente la mercadería, sin considerar si fue producida o manufacturada en él.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

1. Hipótesis

H₀: El Plan de Exportación de mermelada de Aguaymanto Orgánico New York no es viable

H₁: El Plan de Exportación de mermelada de Aguaymanto Orgánico New York es viable

2. Identificación de variables o unidades de análisis

Variable Independiente (X):

Plan de Exportación de Mermelada de Aguaymanto Orgánico

Dimensión 1 (X₁):

Estudio de mercado

Dimensión 2 (X₂):

Estudio técnico

Dimensión 3 (X₃):

Estudio económico – financiero

Variable Dependiente (Y):

Viabilidad del negocio de exportación de mermelada de aguaymanto orgánico

Dimensión 1 (Y₁):

Viabilidad comercial

Dimensión 2 (Y₂):

Viabilidad técnica

Dimensión 3 (Y₃):

Viabilidad Financiera

Tabla 7**Matriz de Operacionalización de Variables**

| Variables | Dimensiones | Indicadores | Instrumento |
|-------------------------------|--------------------------------|---|--|
| Variable Independiente | | Segmentación del mercado | Matriz de segmentación |
| Plan de Exportación | Estudio de mercado | Estacionalidad de oferta y demanda | Metodología de investigación de mercados |
| | | Monitoreo de la competencia | Metodología de investigación de mercados |
| | | Descripción de requerimientos técnicas | Guía técnica de Exportación |
| | Estudio tecnico | Capacidad teórica o instalada | Mapeo de procesos de logísticos |
| | | Ubicación de los puntos de ventas | Matriz de localización |
| | | Descripción del negocio | Ficha técnica de producto y procesos |
| | Estudio económico - financiero | Estructura económica | Matriz OMEM de Operaciones |
| | | Proyecciones financieras | Plan de aprovisionamiento |
| | | | |
| Variable Dependiente | | | |
| Viabilidad del negocio | Viabilidad comercial | Competitividad del sector | Matriz FODA Cruzada |
| | | Demanda insatisfecha (%) | Estudio de mercado |
| | | Alianzas estratégicas para la distribución del producto | Estudio de mercado |
| | Viabilidad Técnica | Normas técnicas nacionales e Internacionales | Guía técnica de Exportación |
| | | Especificación de envasado y presentación | Guía técnica de Exportación |
| | | Condiciones de transporte | Guía técnica de Exportación |
| | Viabilidad Financiera | Valor Actual Neto (VAN) | Flujo de Caja Proyectado |
| | | Tasa Interna de Retorno (TIR) | Flujo de Caja Proyectado |
| | | Indicador de Beneficio Costo (B/C) | Flujo de Caja Proyectado |
| | | Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) | Flujo de Caja Proyectado |

Elaboración: Propia

3. Matriz lógica de consistencia

| Problema | Objetivos | Variables | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|-------------------------------|--------------------------------|--|
| Problema general | Objetivo general | Variable Independiente | | |
| ¿De qué manera la elaboración de un plan de exportación permite la viabilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos? | Establecer un plan de exportación con viabilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos. | Plan de Exportación | Estudio de mercado | Nivel de demanda anual (Kg) |
| | | | | Cantidad de clientes potenciales (supermercados) |
| | | | | Nivel de Oferta anual (Kg) |
| | | | Estudio técnico | Cantidad de normas técnicas de la producción |
| | | | | Cantidad de normas técnicas del mercado peruano |
| | | | | Cantidad de normas técnicas del mercado de estadounidense |
| | | | Estudio económico - financiero | Monto de inversión (\$) |
| | | | | Presupuesto de ingresos (\$) |
| | | | | Presupuesto de egresos (\$) |
| Problemas Específicos | Objetivos Específicos | Variable Dependiente | Dimensiones | Indicadores |
| ¿De qué manera la elaboración del estudio de mercado de un plan de exportación permite la viabilidad comercial para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos? | Determinar un estudio de mercado de un plan de exportación con viabilidad comercial para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos | Viabilidad del negocio | Viabilidad comercial | Nivel de demanda insatisfecha (kg) |
| | | | | Nivel de preferencia arancelaria (%) |
| | | | | Número de convenios internacionales |
| ¿De qué manera la elaboración del estudio técnico de un plan de exportación permite la viabilidad técnica para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos? | Determinar un estudio técnico - operativo de un plan de exportación con viabilidad técnica para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos | Viabilidad del negocio | Viabilidad Técnica | Nivel de normas técnicas de la producción cumplidas (%) |
| | | | | Nivel de normas técnicas del mercado peruano cumplidas (%) |
| | | | | Nivel de normas técnicas del mercado de estadounidense cumplidas (%) |
| ¿De qué manera la elaboración del estudio económico y financiero de un plan de exportación permite la viabilidad financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos? | Determinar un estudio económico - financiero de un plan de exportación con viabilidad financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos | Viabilidad del negocio | Viabilidad Financiera | Valor Actual Neto (\$) |
| | | | | Tasa Interna de Retorno (%) |
| | | | | Beneficio Costo (razón) |
| | | | | Periodo de Recuperación de la Inversión (años) |

CAPÍTULO IV

MÉTODO

1. Tipo y método de investigación

El tipo de investigación es descriptivo. Porque mediante este método se describió la realidad de situaciones, eventos, de los procedimientos de un plan de exportación, que permitieron llegar a conocer las características comerciales, técnicas y el análisis económico y financiero para la viabilidad comercial y técnica de la exportación de mermelada de aguaymanto a USA.

Según Sánchez y Reyes (2006) la investigación descriptiva consiste en “recolectar en dos o más muestras con el propósito de observar el comportamiento de una variable, tratando de controlar estadísticamente otras variables que se consideran puedan afectar la variable estudiada” (p. 33).

2. Diseño específico de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental de clasificación transversal. Es no experimental según Hernández, Fernández y Baptista (2014), debido a que:

“(…) podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (p. 152)

Es transversal, según Hernández et al. (2014) debido a que:

“Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede” (p.155)

El estudio presente es diseño descriptivo porque representa como se están comportando la variable de exportación de aguaymanto.

El esquema de investigación descriptiva es el siguiente:

M \longrightarrow O1

Donde:

M: Muestra de Supermercado y Tiendas Gourmet de New York

O1: Exportación de Mermelada de Aguaymanto

3. Población, Muestra o Participantes

Población

Hernández, et al. (2014) definen a la población como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones planteadas por el investigador, una vez que se ha definido cuál será la unidad de análisis, y se ha pensado en una muestra de estos” (p. 55).

La población corresponderá a todas las empresas peruanas que exportan mermelada al mercado de Estados Unidos.

Muestra

La muestra es del tipo no probabilístico de tipo censal, es decir, que estará conformada por el total de la población. La muestra queda conformada por las 8 empresas peruanas que exportan mermelada al mercado de Estados Unidos.

Tabla 8

Listado de 8 Empresas Peruanas que exportan mermelada a Estados Unidos

WORLD ARTS EXPORT E.I.R.L.
 AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C.
 AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C.
 PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.
 GERALD & CAMILA EXPORT E.I.R.L.
 PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.
 IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E.
 I.R.L
 ECOANDINO S.A.C.

Fuente: SUNAT (2017)

4. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para la recolección de datos se utilizó fuentes primarias de un tipo de estudio cualitativo. En primer lugar, se visitaron empresas exportadoras de aguaymanto para establecer la idea del negocio. Luego mediante el uso de fuentes secundarias se recaudó la información de fuente bibliográfica, publicaciones, documentales, anuarios, informes técnicos, informes institucionales, entre otros, en forma escrita como virtual para establecer los objetivos planteados.

Para la información comercial se consultó las fuentes de las regulaciones de importación de alimentos de los Estados Unidos se rigen bajo diferentes organismos y con un reparto muy específico de competencias, entre las principales agencias federales involucradas en la regulación y control de la importación de alimentos como: La Environmental Protection Agency (EPA), la Food and Drugs Administration (FDA), que pertenece al Department of Health and Human Services (HHS), El Food Safety and Inspection Service (FSIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA), entre otras. Y en el Perú a las autoridades en materia de inocuidad de los alimentos, cuyas competencias están definidas en la “Ley de Inocuidad de los Alimentos (D. Leg. N° 1062), entre las cuales están Ministerio de Agricultura. Ministerio de Salud, Ministerio de Producción. Además de entidades reguladoras de la exportación como son Aduanas, SUNAT, TLC, entre otras.

Para la información técnica se consultaron fuentes como: Resolución de la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias No. 026-2010/CNB-INDECOPI, la Norma Técnica Nacional de la Mermelada de Frutas NTP 203.047:1991, las Fichas Técnicas y Manuales de Elaboración de productos con aguaymanto entre otros.

Para la información económica – financiera, se utilizaron los Incoterms, INEI, ADEX, SICEX, entre otros que permitieron establecer los presupuestos de inversión, ingresos, egresos y los estados financieros y la obtención de la evaluación económica y financiera para un estudio de exportación.

5. Procedimiento de ejecución del estudio

Las técnicas de recolección y análisis de datos permitieron el proceso de la información en cuanto a requisitos, trámites y condiciones del comercio exterior, factores técnicos que se deben conocer ampliamente para adelantar las gestiones en forma eficiente, cuando se toma la decisión de exportar, para establecer la viabilidad del plan de exportación, tanto comercial como técnica.

También para la viabilidad financiera se obtuvo también mediante recopilación antes mencionada en la cual se utilizó el programa Microsoft Excel, para tabular la información, luego elaborar los presupuestos de inversión, egresos, ingresos, estados financieros y de evaluación económica y financiera, para determinar la viabilidad del proyecto de exportación de mermelada de aguaymanto a Estados Unidos.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Análisis de Resultados

1.1. Viabilidad Comercial

Descripción del producto

La mermelada de aguaymanto endulzada con estevia es una nueva propuesta para el mercado de los Estados Unidos, dando una presentación de un producto natural y funcional.

Según códigos internacionales (CODEX STAN 296-2009) se entiende por mermelada al producto preparado de frutas enteras, en trozos o machacadas con productos alimentarios que confieren un sabor dulce, hasta obtener un producto semilíquido.

La mermelada de aguaymanto presentará las siguientes características:

- Elaborado a base de aguaymanto.
- Endulzado con estevia.
- Su consistencia será untable.
- La proporción de frutas y hortalizas no será inferior a 50% de las partes del producto.
- Tendrá aroma y sabor propio.

La Mermelada de aguaymanto endulzada con estevia será comercializados con marca propia y serán elaboradas a base de 100% fruta, considerando la corta época de escasez. Se comercializará la mermelada de aguaymanto en presentaciones de pomo de vidrio de 350 gramos (12 onzas), con la finalidad de ser usado en cualquier momento del día y de preservar los componentes como vitaminas y proteínas que favorecen a la salud.

Este producto es apto para todo público, a su vez es una alternativa para personas que sufren de diabetes, ya que por ser endulzado con estevia es apto para personas que sufren esta enfermedad. El aguaymanto cuenta con grandes beneficios en proteínas y vitaminas que pueden ayudar a mejorar la alimentación dentro de una dieta balanceada.

Partida arancelaria

La mermelada de aguaymanto se acogerá a la clasificación arancelaria, según la validación de la Cámara de Comercio de Lima:

Tabla 9

Clasificación arancelaria de la mermelada de aguaymanto en Perú y Estados Unidos

| País | Partida Arancelaria | Descripción |
|-------------------------------|---------------------|--|
| 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 Destino) | 2007.99.45.00 | Other jams, obtained by cooking, whether or not containind added sugar or other sweetenind matter |

Fuente: Sunat (2017)

Elaboración: Propia

Preferencia arancelaria

En cuanto a convenios podemos asegurar que cuenta con liberación del 100% debido al Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – Estados Unidos, de los cuales el porcentaje liberado de Ad valorem es del 100%.

Tabla 10

Preferencia arancelaria de la mermelada de aguaymanto en Estados Unidos

| Heading/ Subheading | Stat Suf Fix | Article Description | Unit of Quantity | Rates of Duty | | 2 |
|------------------------|-----------------|------------------------|---------------------|---------------|---|-----|
| | | | | 1 General | Special | |
| 2007.99.45.00 | 00 | Other | Kg | 5.60% | Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) | 35% |

Fuente: USITC (2017)

Elaboración: Propia

Cadena de Valor

La propuesta de valor de la empresa busca satisfacer la necesidad de consumir un producto natural con beneficios para la salud y con gran valor nutricional, siendo la mermelada de aguaymanto endulzada con estevia un sabor innovador en el mercado americano y contando con una presentación Premium (vidrio) que no altera sabor del producto. Se tiene como objetivo ingresar a un mercado americano, el cual muestra una fuerte tendencia de consumidores que prefieren productos orgánicos y saludables.

Estados Unidos es un mercado exigente en el consumo de productos orgánicos y de calidad, ya que la población norteamericana viene tomando conciencia sobre las enfermedades que están presentando por una mala alimentación. Es por eso que mediante la mermelada de aguaymanto se fomenta el consumo de productos con valores nutricionales a fin de lograr una mejora en la dieta de los habitantes del Estado de New York.

La mermelada de aguaymanto contiene “un 15% de sólidos solubles (principalmente azúcares) y su alto nivel de fructosa hace que sea muy útil para personas con diabetes. El nivel de fósforo es muy alto y su alto contenido de fibra dietética permite que la pectina de fruta actúe como un regulador intestinal” (Ramadán y Mörsel, 2004, p. 11)

A continuación, se detallan la composición nutricional de la mermelada de aguaymanto:

Tabla 11

Composición nutricional de la mermelada de aguaymanto

| Atributo | Cantidad |
|----------------------|----------|
| Humedad (g) | 78.9 |
| Proteínas (g) | 0.3 |
| Lípidos (g) | 0.2 |
| Carbohidrato (g) | 19.6 |
| Fibra (g) | 4.9 |
| Ceniza (g) | 1.0 |
| Calcio (mg) | 8.0 |
| Fosforo (mg) | 55.3 |
| Hierro (mg) | 1.2 |
| Caroteno (mg) | 1.6 |
| Tiamina (mg) | 0.1 |
| Riboflavina (mg) | 0.0 |
| Niacina (mg) | 1.7 |
| Ácido ascórbico (mg) | 43.0 |

Basado en una porción de 100 g

Fuente: Universidad Nacional Agraria la Molina

A partir del tercer año se optará por la obtención del símbolo de marca Perú, lo cual será beneficioso para la empresa al reconocer que este producto es cosechado dentro del ande peruano.

Logística

Logística interna

El proveedor de pulpa de aguaymanto escogido será la APROFHZEL (Asociación de Productores Orgánicos de Frutas y Hortalizas Zelendín), quien se establece como el principal proveedor de materia prima, para luego ser entregado a la empresa maquiladora que se encargará de desarrollar la elaboración del producto.

Operaciones

El producto será elaborado en la empresa PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. quien se encargará de realizar el proceso de producción de la mermelada, dando como resultado el producto final envasado y listo para la exportación.

Logística externa

Con la finalidad de preservar la calidad del producto la empresa enviará al encargado de logística para que tenga la potestad de realizar las coordinaciones de la materia prima que servirá para el producir, así mismo realizará una verificación una vez esté envasado y listo para ser despachada, de esta manera también se encargara de los trámites aduaneros para la exportación del producto.

Marketing y ventas

Se utilizará la publicidad por internet, página web, ferias internacionales, para poder ubicar a los futuros compradores potenciales quienes estén enterados de obtener el producto.

Servicios

El jefe comercial se encargará de coordinar las ventas antes y después, realizando un mayor seguimiento mediante una comunicación fluida con un correo corporativo.

Infraestructura de la organización

La empresa cuenta con las siguientes áreas: Gerencia general, Asistente de logística, asistente de finanzas, las cuales contarán con todas las herramientas necesarias, así como ambientes saludables para realizar las actividades que deben desempeñar día a día. Considerando que deben orientar todos los esfuerzos para lograr los objetivos de la empresa.

Recursos Humanos

Por una buena imagen corporativa la empresa se preocupa por la estabilidad de sus colaboradores, como consecuencia del esfuerzo se podrá emitir bonos o incentivos a fin de reconocer las labores que se realizan día a día dentro de la organización.

Compras

El proveedor principal de pulpa de aguaymanto es la empresa APROFHZEL (materia prima), pero en caso de que el proveedor no pueda cumplir con la cantidad establecida que se requiera en el tiempo solicitado, se evaluará otras alternativas que puedan cumplir con los requerimientos, se tiene en lista los siguientes proveedores:

- AGROSELVA S.A.C
- AGRICULTORES TAGUFE SAC

Como el producto será tercerizado, se tiene una cartera de empresas que son maquiladoras y que cumplen con los requerimientos de producción del producto.

Tabla 12

Empresa de servicio de maquila de mermeladas

| Razón Social | RUC | Ubicación |
|---|-------------|--|
| Alimentos de Exportación - ALIEX S.A.C | 20504187587 | Mza. S/n Lote. 03 Fundo Buena Vista - Lurín |
| PERUVIAN NATURE S & S S.A.C | 20502203461 | Las Gardenias Mza. I Lote. 12 Urb. Praderas de Lurín (Alt. Km. 50 antigua panamericana |
| INKA CROPS S.A. | 20291939083 | Av. El Santuario 1127 - Zárate |

Fuente: SUNAT (2017)

Elaboración: Propia

En el caso los proveedores necesiten tener los permisos necesarios para utilizar los pomos de vidrio y tapas así mismo como las cajas que serán embaladas, las empresas proveedoras presentaran el sustento para demostrar que cumplen con los requisitos necesarios.

Ficha técnica comercial

Tabla 13

Ficha técnica comercial

| | |
|--|--|
| Denominación del bien | Mermelada |
| Denominación Técnica | Mermelada de Frutas Tropicales |
| Partida arancelaria | 2007.99.91.00 |
| Grupo de Identificación según resolución | Grupo de Alimentos 14.-Frutas, hortalizas y otros vegetales (Incluyendo raíces, tubérculos y hongos comestibles, frutos de cáscara y frutos secos). |
| Ministerial N° 615-2003-SA/DM. | Sub Grupo 14.5.- Mermeladas, jaleas y sucedáneos |
| Unidades de medida | Frascos de vidrio de 350 gramos / 12 oz. |
| Materia Prima | Aguaymanto Estevia |
| Descripción General | Es el producto de consistencia obtenidas de la concentración de la pulpa de Aguaymanto, limpio y adecuadamente preparada, adicionándole estevia, hasta obtener una consistencia con o sin adición de agua. |
| Elaboración: Propia | |

Tabla 14

Características técnicas

Físico - Organolépticos.
 Textura: Pastosa, gelatinosa.
 Olor: Aromático, distintivo, característico de frutas.
 Color: Brillante.
 Sabor: Característico de frutas.
 Peso: 350 gr.

Elaboración: Propia

Características del Envase

- Frasco: vidrio con tapa rosca con capacidad de 350 gr.
- Todos los frascos deben estar libres de defectos (grietas, rajaduras, que puedan afectar la hermeticidad u otros).
- Las cajas deberán de ser tal que garanticen un almacenamiento y transporte apropiados para asegurar las condiciones de limpieza de los envases y evitar su deformación física.

Tiempo de Vida Útil

Se considera que tendrá una vida útil de 12 meses.

Rotulado

- Nombre del Tipo del Producto
- Una vez abierto consumase totalmente o consérvese en refrigeración.
- Peso neto
- Relación de Ingredientes utilizados
- Origen del producto.
- Código de identificación de lote de producción.
- Consérvese en un lugar fresco y ventilado.

Empaque

- Frascos de 350 gramos / 12 oz.
- En cajas de cartón de 40 frascos cada caja de cartón corrugado.

Estudio de mercado

Tabla 15

Importaciones Internacionales a nivel mundial de la partida 20.07.99 (expresado en miles de dólares americanos)

| Importadores | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mundo | 2,330,139 | 2,162,817 | 2,185,253 | 2,352,597 |
| Estados Unidos de América | 250,015 | 251,272 | 275,826 | 267,756 |
| Alemania | 227,811 | 202,421 | 202,954 | 220,088 |
| Francia | 210,643 | 181,864 | 185,793 | 181,912 |
| Reino Unido | 131,857 | 134,078 | 130,434 | 160,988 |
| Países Bajos | 123,538 | 129,272 | 117,502 | 143,641 |
| Italia | 82,778 | 77,041 | 83,582 | 89,789 |
| Canadá | 86,438 | 89,687 | 88,171 | 87,367 |
| Rusia, Federación de | 132,177 | 94,934 | 60,967 | 87,179 |
| Bélgica | 73,650 | 65,298 | 67,192 | 72,324 |
| España | 43,147 | 50,579 | 55,539 | 61,527 |

Fuente: Trademap

La tabla 14, muestra a los principales países importadores con la partida 20.07.99 (Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos obtenidos por cocción), en la que Estados Unidos de América se encuentra en el primer puesto con la mayor demanda y un crecimiento constante de importación.

Tabla 16

Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 20.07.99 (expresado en miles de dólares americanos)

| Exportaciones | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Mundo | 5,956 | 3,930 | 5,138 | 4,196 |
| Estados Unidos de América | 4,074 | 3,259 | 4,199 | 3,433 |
| Países Bajos | 1,473 | 386 | 605 | 317 |
| Bolivia | 207 | 181 | 209 | 287 |
| Chile | 50 | 8 | 33 | 63 |
| Guinea | 0 | 0 | 0 | 49 |
| España | 4 | 0 | 1 | 15 |
| Colombia | 0 | 11 | 0 | 14 |
| Francia | 4 | 2 | 45 | 8 |
| Alemania | 0 | 0 | 18 | 0 |
| Nueva Zelanda | 0 | 0 | 16 | 0 |

Fuente: Trademap

Según la Tabla 15, se observa que Estados Unidos constituye el principal destino de las exportaciones peruanas de la partida 20.07.99. Asimismo, se tiene que los mercados de Países Bajo, Bolivia y Chile que siguen como principales destinos. Pero podemos notar que la diferencia de estos mercados, con el mercado norteamericano es muy significativa. Con lo cual se puede establecer que el mercado norteamericano es el elegido para exportar el producto de mermelada de aguaymanto.

Tabla 17

Exportaciones peruanas del 2017 para la partida del 20.07.99 (kilogramos)

| País de Destino | Valor FOB (dólares) | Peso Neto (Kilos) |
|------------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| US - UNITED STATES | 3,292,905.92 | 3,511,682.98 |
| BO - BOLIVIA | 247,243.37 | 128,006.72 |
| CL - CHILE | 60,545.03 | 14,247.16 |
| GN - GUINEA | 48,837.60 | 10,706.50 |
| PR - PUERTO RICO | 15,015.00 | 12,304.08 |
| SE - SWEDEN | 3,873.21 | 509.58 |
| CO - COLOMBIA | 3,311.42 | 537.6 |
| CR - COSTA RICA | 2,281.07 | 508 |
| FR - FRANCE | 2,142.23 | 436.266 |
| MX - MÉXICO | 1,375.00 | 550 |
| CA - CANADÁ | 856 | 417.926 |
| GT - GUATEMALA | 452.92 | 72 |
| CH - SWITZERLAND | 273.86 | 81.24 |
| AW - ARUBA | 62 | 23.889 |
| ES - SPAIN | 39.86 | 2.47 |
| IT - ITALY | 34.51 | 25 |
| DE - GERMANY | 29.97 | 20.439 |
| KR - KOREA, | 6 | 1.939 |
| LOS DEMÁS - LOS DEMÁS | 0 | 0 |
| TOTAL - TOTAL | 3,679,284.97 | 3,679,933.78 |

Fuente: SUNAT (2017)

De la tabla 15, podemos observar que para el año 2017 el mercado de Estados Unidos se establece como el principal consumidor de la partida 20.07.99.91.00, esto nos quiere decir que la producción que se realiza dentro del territorio peruano se destina al país norteamericano, a fin de abastecer la gran demanda.

De acuerdo los datos de la tabla 17, donde se tienen los indicadores macro de Estados Unidos, el cual se establece como mercado objetivo ya que reúne una serie de atributos que podrían reflejar un ambiente favorable para la exportación de nuevos productos.

Se debe resaltar que uno de los criterios que se considera a nivel de empresa más importante es el PBI per cápita, porque podrá influir mucho en la capacidad adquisitiva con la que cuenta el consumidor, adicionalmente la demanda en Kg del país de destino.

Tabla 18

Principales empresas peruanas exportadoras

| Empresa | % Var (2016 - 2017) | %Part (2017) |
|---|------------------------|-----------------|
| PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. | 370% | 50% |
| ECOANDINO S.A.C. | | 28% |
| GREENBOX SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA... | 9% | 22% |
| LABORATORIO HERBAL FOOD SOCIEDAD ... | | 3% |
| EXPORTADORA FRUTICOLA DEL SUR SA | 89% | 3% |
| GRANOS AGRICOLAS DEL PERU S.A.C. | | 2% |
| GLINT S.A.C. | | 1% |
| LLERENA MACHADO ROSA ANGELICA | 1957% | 1% |
| PRONATUR S.A.C | -99% | 0% |
| Otras Empresas | | 0% |

Fuente: SUNAT (2017)

Las principales empresas exportadoras son Peruvian Nature (50%), Ecoandino (28%) y Greenbox (22%). Los países con mayor volumen de envíos del Perú son hacia Estados Unidos, Bolivia y Chile para el año 2017.

Tabla 19

Principales mermeladas exportadas a Estados Unidos

| Razón Social | Descripción Comercial 1 | Precio |
|---|--|--------|
| World Arts Export E.I.R.L. | Fracos mermelada Fanny | 2.15 |
| Agroindustrias Huayllacan S.A.C. | Mermelada de aguaymanto | 2.17 |
| Agroindustrias Huayllacan S.A.C. | Mermelada de sauco | 2.19 |
| Productos Extragel y Universal S.A.C. | Mermelada sabor fresa en vaso 320g | 2.15 |
| Gerald & camila export E.I.R.L. | Mermelada de fresa | 2.16 |
| Productos extragel y universal S.A.C. | Mermelada de fresa vaso | 2.18 |
| Importadora y exportadora doña Isabel E. I.R.L | Mermelada de fresa "Inca's Food" 12 x 18 oz | 2.14 |
| Ecoandino S.A.C. | Mermelada orgánica de aguaymanto con agave | 2.19 |

Fuente: ADEX Data Trade

Los precios de la competencia en mermelada de aguaymanto orgánico en el mercado de Estados Unidos se encuentran entre los \$2.17 a \$2.19, con lo cual el precio a comercializar del producto debe ser acorde a los requerimientos de producción y ser competitivo con los precios establecidos por la empresa, ya que al ser un nuevo producto y marca en el mercado se debe tener la mayor competitividad. Además, al ser un producto orgánico considerado premium en el mercado los clientes están dispuestos a pagar un precio extra en lugar de los productos convencionales como son la mermelada de fresa o mermelada de uva.

Tabla 20

Producción nacional de Aguaymanto en el 2017

| Concepto | Nacional | Huánuco | Lambayeque |
|---------------------------|----------|---------|------------|
| Superficie Cosechada (Ha) | 289 | 160 | 73 |
| Producción (tn) | 1,295 | 934 | 147 |
| Rendimiento (kg/Ha) | 4,489 | 5,838 | 2,014 |
| Precio (Soles/Kg) | 1.86 | 1.65 | 2.64 |

Fuente: MINAGRI (2018)

De acuerdo con la información del MINAGRI, se tiene una producción nacional de aguaymanto de 1,295 Ton, donde en el departamento de Huánuco (934 ton) y Lambayeque (147 ton) se concentra la mayoría de la producción. Se tiene un rendimiento de 5,838 para Huánuco y de 2,014 para Lambayeque, donde se destaca el departamento de Huánuco como el principal productor de aguaymanto en el Perú.

EMPRESA ANDEAN FOODS SAC

La empresa Andean Foods S.A.C, considera que el benchmarking es el sistema más comprendido y aplicado, ya que es el método más sencillo de entender, donde se da el mayor número de negativas para colaborar; es por esa razón que se recurre a obtener información a través de revistas, páginas web, de los propios empleados, entre otros. A continuación, se hará un análisis de competitividad con los principales competidores de empresas posicionadas en el Perú (Tabla 20).

Tabla 21

Análisis de la competitividad del mercado de mermeladas

| Empresa/ Característica | Multifoods S.A.C | Industrias Alimentarias S.A.C | Sciedad Agrícola S.A.C. | Andean Foods S.A.C |
|------------------------------------|---|--|---|--|
| Destino | Virginia, Ángeles, Houston y Miami | Cochabamba, La Paz | Valparaíso, San Antonio, Le Havre | Nueva York |
| Precio del producto | \$2.20 | \$2.16 | \$2.30 | \$2.20 |
| Innovación en sus productos | Diversidad de sabores | Sabores tradicionales | Sabores tradicionales | Sabores andinos |
| Valor de exportación | \$4,156,320 | \$216,069 | \$34,683 | |
| Promoción y publicidad | Feria, página web y rueda de negocio | Feria, página web y rueda de negocio | Feria, página web y rueda de negocio | Feria, página web y rueda de negocio |
| Participación en el mercado | 86.80% | 8.87% | 4.33% | |

Fuente: Elaboración propia

La empresa Andean Foods S.A.C., es una micro empresa, nueva en el mercado, que no cuenta con posicionamiento en el mismo, capacidad económica, promoción y publicidad, debido a que las empresas con las que compete ya tienen tiempo en el mercado, conocen del rubro, además ya tienen su propia planta de procesamiento, lo cual los hace expertos en su proceso de producción.

Tabla 22

Indicadores del país de Estados Unidos

| N° | Indicadores | PAÍS: Estados Unidos |
|-----------|----------------------------------|---|
| 1 | Población 2016 | 323 995 528 |
| 2 | Tasa de inflación 2016 | 1,3% |
| 3 | Crecimiento del PIB | 1,6% |
| 4 | Demanda de la partida kg | 3,511,682.98 |
| 5 | Riesgo país (confianza) | Situación económica interna: Regular Situación política: muy estable Situación Externa: regular |
| 6 | Barreras arancelarias Ad valoren | 5.60% |
| 7 | Preferencias arancelarias | 0% |
| 8 | Barreras no arancelarias | alta exigencia |
| 9 | PIB 2016 | \$18.56 trillion |
| 10 | PIB per cápita, PPA 2016 | \$57,300 |
| 11 | Idioma | Ingles |
| 14 | Tasa de desempleo 2016 | 4.70% |
| 15 | Número de usuarios de internet | 239 580 000 |
| 19 | Estrategia de entrada | Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU. |

Fuente: Trademap, CIA; Sicex, Cesce

Según SIICEX (2017) Estados Unidos de América es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal y el distrito de la capital Washington D. C.,

Estados Unidos posee la primera economía del mundo, delante de China, y está recién emergiendo de la crisis financiera internacional del 2008, gracias al estímulo presupuestario y monetario de largo alcance, su economía “se ha recuperado y el crecimiento se elevó a 2,6% del PIB en 2015, estimulado por el consumo privado, las bajas tasas de interés y el dinamismo de la creación de empleos” (SIICEX, 2015).

En Estados Unidos la deuda pública sigue siendo elevada (cerca de 108% del PIB) y seguirá creciendo. La apreciación del dólar y el débil crecimiento de las economías europeas y japonesa afectan a las exportaciones, lo que alimenta un déficit de cuenta corriente cada vez mayor. El déficit presupuestario sobrepasa 4% del PIB.

Tabla 23

Indicadores del país de Estados Unidos

| Indicadores macroeconómicos | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| PIB (miles de millones de USD) | 15,802,855 | 16,208,861 | 16,672,692 | 16,920,328 | 17,304,984 |
| PIB (crecimiento anual en %, precio constante) | 1.68 | 2.57 | 2.86 | 1.49 | 2.27 |
| PIB per cápita (USD) | 49,971.95 | 50,871.67 | 51,933.50 | 52,319.16 | 53,128.54 |
| Tasa de inflación (%) | 1.46 | 1.62 | 0.12 | 1.26 | 1.84 |
| Tasa de paro (% de la población activa) | 7.38 | 6.17 | 5.28 | 4.87 | 4.44 |

Fuente: Banco Mundial

Estados Unidos es considerado un importante exportador de productos alimenticios y de alimentos procesados. Los servicios representan el 78% del PIB del país. Las actividades más importantes en el sector incluyen los bienes raíces, transporte, finanzas, salud y servicios de oficina. Las reformas reglamentarias limitarán rentabilidad de los bancos, obligándolos a buscar en el extranjero nuevas fuentes de crecimiento.

Estados Unidos se encuentra en la posición 7 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios, de 2015. Este país no varió con respecto a la posición obtenida en 2014.

“La población actual estadounidense se estima en 322 millones de habitantes, donde el 82% de la población del país habita zonas urbanas. La estructura de la población presenta un 19% menores de 14 años, 66% se encuentra entre 15 y 64 años, mientras que el 15% restante tiene más de 65 años. La edad mediana es de 38 años, y la esperanza de vida es 79 años. El idioma oficial es el inglés, con más de 82% de personas que hablan inglés americano como primera lengua. Cerca de 11% hablan español” (SIICEX, 2015)

Tabla 24

Población de los Estados del país de Estados Unidos

| Estado | Habitantes |
|---------------|------------|
| Los Ángeles | 17,718,858 |
| Nueva York | 16,713,992 |
| Chicago | 9,655,015 |
| San Francisco | 6,989,419 |
| Houston | 6,519,358 |
| Miami | 5,805,883 |
| Washington DC | 6,022,391 |
| Atlanta | 4,762,159 |
| Dallas | 4,547,218 |
| Filadelfia | 4,066,064 |
| Phoenix | 4,163,445 |
| Detroit | 3,801,161 |
| Boston | 3,684,250 |
| Minneapolis | 3,496,061 |
| San Diego | 3,215,637 |
| Seattle | 2,776,119 |

Fuente: Santander, Census Bureau.

En lo que refiere a segmentación de mercado, según Santander Trade (2017), Estados Unidos tiene una población con una esperanza de vida de aproximadamente 79.2 años de vida para mujeres y hombres.

Tabla 25

Importación de la partida 2007.99.45.00 por ciudades de Estados Unidos (en miles de dólares americanos)

| Distritos aduaneros | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| New York, NY | 4,935 | 6,058 | 6,472 | 6,894 | 7,974 | 9,335 |
| Detroit, MI | 5,551 | 5,283 | 7,334 | 3,465 | 5,219 | 3,450 |
| Los Ángeles, CA | 1,130 | 1,295 | 1,592 | 1,427 | 2,184 | 1,917 |
| Buffalo, NY | 1,747 | 1,920 | 2,064 | 1,495 | 1,823 | 1,760 |
| Baltimore, MD | 54 | 106 | 180 | 809 | 720 | 1,091 |
| San Francisco, CA | 685 | 866 | 759 | 899 | 880 | 963 |
| Chicago, IL | 765 | 663 | 555 | 1,166 | 797 | 693 |
| Houston-Galveston, TX | 382 | 502 | 417 | 621 | 461 | 649 |
| Miami, FL | 425 | 157 | 129 | 152 | 541 | 602 |
| Savannah, GA | 223 | 233 | 425 | 692 | 615 | 357 |
| Laredo, TX | 339 | 374 | 460 | 257 | 305 | 243 |
| Norfolk, VA | 1,418 | 2,183 | 2,070 | 1,990 | 1,673 | 173 |
| Cleveland, OH | 35 | 25 | 230 | 23 | 62 | 149 |
| Boston, MA | 75 | 62 | 69 | 64 | 51 | 120 |
| Minneapolis, MN | 10 | 22 | 0 | 0 | 6 | 120 |

Fuente: USITC (2018)

De la tabla 24, se puede determinar que los principales distritos aduaneros en Estados Unidos que importan la partida 2007.99.45.00 son: Nueva York, Detroit, Los Ángeles y Búfalo. Siendo el destino el distrito aduanero con más atractivo para la exportación de mermelada de aguaymanto el de Nueva York, ya que tienen los mayores montos de importación.

Se establece que la aceptación de mercado por productos naturales y orgánicos con beneficios para salud, como la mermelada de aguaymanto endulzada con estevia, tiene una gran aceptación por parte de los consumidores en el mercado de Nueva York.

Tabla 26

Importación de la partida 2007.99.45.00 por ciudades de Estados Unidos (en toneladas)

| Distrito | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| New York, NY | 1,475 | 1,737 | 1,884 | 2,234 | 2,589 | 2,902 |
| Los Ángeles, CA | 486 | 522 | 731 | 454 | 765 | 750 |
| Detroit, MI | 1,348 | 1,244 | 1,704 | 744 | 1,149 | 739 |
| Baltimore, MD | 18 | 38 | 57 | 313 | 327 | 415 |
| San Francisco, CA | 195 | 229 | 222 | 350 | 363 | 378 |
| Buffalo, NY | 454 | 490 | 498 | 282 | 376 | 327 |
| Houston-Galveston, TX | 110 | 242 | 183 | 246 | 174 | 314 |
| Chicago, IL | 300 | 258 | 229 | 352 | 319 | 270 |
| Miami, FL | 473 | 48 | 41 | 57 | 363 | 219 |
| Laredo, TX | 178 | 185 | 248 | 127 | 150 | 120 |
| Savannah, GA | 105 | 99 | 145 | 182 | 160 | 89 |
| Norfolk, VA | 1,097 | 1,768 | 1,846 | 1,808 | 1,505 | 56 |
| San Juan, PR | 28 | 11 | 21 | 17 | 18 | 44 |
| San Diego, CA | 7 | 42 | 50 | 23 | 110 | 41 |
| Cleveland, OH | 8 | 6 | 109 | 7 | 19 | 41 |

Fuente: USITC (2018)

Los distritos aduaneros que tiene una mayor importación en toneladas de la partida 2007.99.45.00 son: Nueva York, Los Ángeles y Detroit. Siendo el distrito aduanero de Nueva York el de mayor atractivo para la exportación de la mermelada de aguaymanto

De esta manera se puede establecer que Nueva York es el destino de mayor atractivo para la exportación de mermeladas de frutas, al tener el mayor volumen de importación y tener los mayores montos de importación.

El estado de Nueva York está situado en el noreste de Estados Unidos. El último censo de 2010 registro un total de 19,4 millones de habitantes en este estado, el 6,3% del total nacional. En 2014, las estimaciones de la oficina del censo señalaban que su población ascendía a 19,7 millones de habitantes un 6.2% de la población nacional. Los núcleos urbanos más importantes del estado son New York, Búfalo, Rochester, Yonkers Siracusa y Albany, su capital. El PBI del Estado de Nueva York en 2014 fue de 1.28 billones de dólares, un 8.1% del PBI de todo de todo Estados Unidos. En estos términos, es el tercer estado del país, únicamente por detrás de California y Texas, Búfalo, Rochester, Yonkers, Siracusa Yalbany, su capital.

Por otro lado, es importante señalar que el área metropolitana de la ciudad de Nueva York (Nueva York- Newark-Jersey City) es la primera por PBI EEUU. En 2013 ascendió a 1,37 miles de millones de dólares (PBI real).

El PBI per cápita fue 64.818 dólares en 2014, lo que hace que Nueva York sea el cuarto estado en este ranking si se incluye el distrito de Columbia.

Desde el punto de vista del comercio exterior, las exportaciones del estado alcanzaron en 2013 un valor de 86.007 millones de dólares, un 5.3% del total de Estados Unidos. De la misma forma, el valor de las importaciones ascendía a 133.759 millones de dólares, un 5.7% de las de todo el país.

Geografía:

El estado de Nueva York tiene una extensión de 141.299 km² la administración del estado está dividida en 62 condados. Nueva York limita con Nueva Jersey y Pensilvania por el sur; con los lagos Enrié y Ontario, por el oeste con Connecticut, Vermont, Massachusetts y el Océano Atlántico por el este con Canadá por el norte, además la isla Long Islán tiene frontera marítima con el estado de Rhode Island.

Al norte del estado de allá la cordillera de los Aridondack, un gran macizo rocoso declarado parque nacional en los años 80.

En el centro y sur del estado encontramos la Meseta de Allegheny, donde se ubican las ciudades de Rochester, Búfalo, Siracusa y Albany.

El río Hudson recorre el estado de sur a norte, desde los Aridondack hasta el Océano Atlántico cruzando entre otras, las ciudades de Kingston, Albany y la ciudad de Nueva York.

En el oeste, las Cataratas del Niagara drenan el lago Erie hacia el lago Ontario y constituyen un atractivo turístico de primer orden. La vía marítima de San Lorenzo hace navegable las aguas del río Ontario, desde Montreal hasta el lago Erie. Esta vía conecta la región de los grandes lagos de Canadá y Estados Unidos con el Océano Atlántico.

Clima:

El clima en el estado de Nueva York se clasifica como continental húmedo, como en la mayoría del noreste del país. No obstante, debido a su posición geográfica, presenta un clima cambiante relacionado con las grandes masas de agua que lo rodean: el Océano Atlántico y los grandes lagos Erie y Ontario.

Su climatología está marcada por la influencia estacional de tres grandes masas de aire. La primera trae corrientes frías y secas del norte e interior de Canadá. En el caso de la segunda, las fuertes presiones transportan anticiclones cálidos y húmedos del sur, influenciado por las aguas subtropicales del golfo de México. La tercera masa de aire proviene del Océano Atlántico. Fría y nubosa, trae precipitaciones especialmente en el este del estado.

La temperatura media varía a lo largo del estado. Así, por ejemplo en la cordillera de los Adirondacks es de 4.4°C y en la ciudad de Nueva York es de 13°C. En invierno, los mínimos en la zona central de la meseta suelen estar entre -26°C y -32°C en la región de los Grandes lagos y el sur del estado el mercurio puede descender hasta -18°C o -12°C. respectivamente. Por último, la ciudad de Nueva York experimenta temperaturas mínimas que varían entre los -16°C y -12°C. Por otro lado. El verano es fresco en la región de los Adirondacks mientras que en el valle del Hudson y en el área de la ciudad de Nueva York. Las temperaturas medias máximas y mínimas se sitúan entre los 21 y los 27°C.

La precipitación anual media es de 114cm³. La lluvia es más abundante en el sur y en el este del estado y menor en las cordilleras del norte. La precipitación media en forma de nieve es de 102 cm³., no obstante, en una gran parte del estado y menor en las cordilleras del norte. La caída anual de nieve alcanza los 178 cm³. Este nivel desciende considerablemente en la zona el sur, pues en el área de la ciudad de Nueva York y Long Island solo se registran entre 63 y 81 cm³ al año.

Población:

El estado de Nueva York cuenta con 19,75 millones de habitantes. La población total del estado ha aumentado de manera lenta en los últimos años, un 1,9% entre los años 2010 y 2014, frente a un crecimiento del 3,4% en todo Estados Unidos. En 2013, la

población latina era del 18,4% mientras que la de origen asiático era del 8,2% y un 17,5% de raza negra. El número de personas por vivienda es de 2,61 (2009-2013).

El 2010 del 22% de la población del estado de Nueva York ha nacido en el extranjero. Es el segundo estado por población de origen extranjero, solamente por detrás de California (27%).

Cabe destacar la importancia demográfica de la ciudad de Nueva York, pues sus 8.505.837 habitantes (estimación de 2013) suponen un 42,68% de la población total del estado.

Otra cuestión reseñable es la alta densidad de población de la ciudad de Nueva York. En el 2010 era de 10.430 habitantes por km² frente a 159 habitantes por km² del estado de Nueva York.

Aeropuertos:

El estado de Nueva York cuenta con 129 aeropuertos públicos y 267 aeropuertos privados, de los que 18 se consideran aeropuertos comerciales primarios.

The Port Authority of New York & New Jersey gestiona un total de seis aeropuertos (JFK, La Guardia y Stewart en Nueva York; Newark, Teterboro y Atlantic City en Nueva Jersey).

Entre estos destaca por su importancia el aeropuerto de John F. Kennedy International Airport al este en la ciudad de Nueva York (6º aeropuerto de EEUU en tráfico de pasajeros con 50,4 millones de pasajeros en 2013, de acuerdo de Newark a pocos kilómetros de la ciudad de Nueva York (13º aeropuerto de EEUU en tráfico de pasajeros con 34 millones en 2013) y el de la Guardia al norte de la ciudad de Nueva York (20º por tráfico de pasajeros con 26,7 millones).

Puertos:

En cuanto a las infraestructuras marítimas, el principal puerto del estado es el de Nueva York y Nueva Jersey, tercero del país, por detrás de los puertos californianos de los Ángeles y Long Beach, gestionando igualmente por the port authority of New Jersey. En

2014 tuvo un tráfico total de 4,28 millones de TEUS 1,35 millones de TEUs dedicados a las exportaciones y 2,92 millones de TEUs a las importaciones.

Es importante señalar que Nueva York comparte competencias de infraestructuras con el estado de Nueva Jersey, con el que ha creado una entidad conjunta para la gestión de puentes, túneles, aeropuertos y puertos marítimos: la Port Authority of New York and New Jersey.

Tabla 27

Indicadores Socioeconómicos de Nueva York

| Indicadores | Año 2017 |
|---|----------------|
| Población de Estados Unidos | 321,368,864.00 |
| % poblacional | 0.06 |
| Estado de New York | 19,673,174.00 |
| % poblacional de New York | 0.42 |
| Ciudad de New York | 8,175,133.00 |
| % Población de edades de 25 a 59 años | 0.51 |
| Mercado disponible de 25-59 años (n) | 4,130,043.00 |
| Ingreso por hogares de (US\$) | 724,726.00 |
| Ingreso Per cápita (US\$) | 33,078.00 |
| Consumo per capita anual (Kg) | 1.50 |
| Demanda potencial (Q) | 6,195,064.50 |
| Importación de New York según el veri trade | 2,590,000.00 |
| Exportación de New York según el veri trade | 1,224,543.00 |
| Demanda Insatisfecha | 7,560,522.00 |
| Cuota de mercado % | 0.00 |
| Cantidad a exportar | 13,708.80 |

Fuente: Census Bureau.

Cálculo de la Demanda

De acuerdo con la información recaudada se procederá con la estimación de la demanda, mediante la siguiente formula:

$$Q = n \times q$$

Dónde:

Q: demanda potencial del mercado.

n: mercado disponible.

q: consumo per cápita.

De acuerdo con nuestra investigación hallamos que el 50.52% de la población de New York tiene entre 25 a 59 años y que se tiene un consumo per cápita de 1.5 kg al año (Census Bureau).

$$Q = 4,130,043 \times 1.5$$

$$Q = 6,195,064.50$$

Se establece una demanda potencial del mercado es 6, 195,064.50 kg

Tabla 28

Demanda potencial del Estado de Nueva York

| Indicadores | Cantidad |
|--------------------------------------|--------------|
| Demanda potencial (Q) | 6,195,064.50 |
| Importación de la ciudad de New York | 2,590,000 |
| Exportación de la ciudad de New York | 1,224,543 |
| Demanda Insatisfecha | 7,560,522 |
| Cuota de mercado % | 0.11% |
| Cantidad a exportar | 8,320 |

Fuente: Santander Trade (2017)

Para determinar la demanda insatisfecha a la demanda potencial se suma la importación, y se le resta la exportación, obteniendo como resultado la demanda insatisfecha de 7, 560,522 Kg. Entonces la cuota del mercado para el 2019 sería 0.110% que representa una cantidad de 8,320 Kg que es la cantidad que la empresa (Andean Foods S.A.C.) tiene como meta exportar el primer año.

Proyección de la Demanda

Tabla 29

Demanda de Nueva York del 2012 al 2017 (en toneladas)

| Distrito | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| New York, NY | 1,475 | 1,737 | 1,884 | 2,234 | 2,589 | 2,902 |

Fuente: USITC (2018)

Para la proyección de la demanda se utiliza el Método de Mínimos Cuadrados, utilizando la data histórica de demanda de la partida 2007.99.45.00 para el Nueva York.

Tabla 30

Método de los Mínimos Cuadrados

| Año | Periodo (X) | Toneladas (Y) | XY | X ² |
|------|-------------|---------------|--------|----------------|
| 2012 | 1 | 1,475 | 1,475 | 1 |
| 2013 | 2 | 1,737 | 3,474 | 4 |
| 2014 | 3 | 1,884 | 5,652 | 9 |
| 2015 | 4 | 2,234 | 8,936 | 16 |
| 2016 | 5 | 2,589 | 12,945 | 25 |
| 2017 | 6 | 2,902 | 17,412 | 36 |
| B= | 286.89 | | | |
| A= | 1132.7 | | | |

Fuente: Elaboración propia

La fórmula para la proyección de la demanda queda establecida de la siguiente forma:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1132.7 + 286.89X$$

Tabla 31

Demanda proyectada

| Año | Periodo (X) | Toneladas (Y) |
|------|-------------|---------------|
| 2018 | 7 | 3,141 |
| 2019 | 8 | 3,428 |
| 2020 | 9 | 3,715 |
| 2021 | 10 | 4,002 |
| 2022 | 11 | 4,288 |
| 2023 | 12 | 4,575 |

Fuente: Elaboración propia

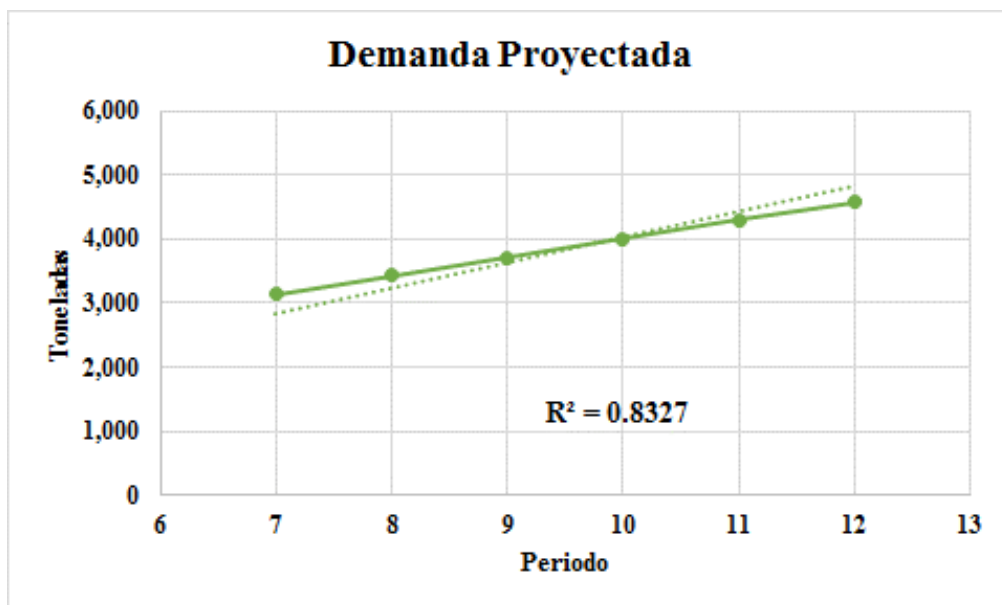


Figura 4. Demanda proyectada desde el 2018 al 2023

Fuente: Elaboración propia

La proyección de la demanda tiene un coeficiente de determinación (R^2) de 0.8327, lo cual nos indica que la fórmula utilizada para la proyección de la demanda es confiable, por ende, se acepta el modelo de regresión planteado.

Plan de Comercialización

Segmentación del mercado

Andean Foods S.A.C. va a establecer una estrategia genérica de segmentación que es elaborar productos funcionales que están dirigidos a aquellos consumidores que buscan adquirir productos naturales y orgánicos, que tienen por finalidad mejorar la calidad de vida de las personas y ayudar a la dieta balanceada.

Este producto está dirigido a hombres y mujeres entre 25-59 años, ya que en este rango de edades se tienen capacidad adquisitiva y comienzan a preocuparse por su calidad de vida; es por ello que pueden tomar la decisión de adquirir un producto que tiene un precio más elevado a los convencionales.

En cuanto a la segmentación se orientará el producto a hombres y mujeres, entre los 25 a 59 años, de clase media y alta de las familias americanas, que cumplan las siguientes características:

- Geográficamente: el producto mermelada de aguaymanto endulzado con estevia estará dirigido al consumidor de New York - Estados Unidos.
- Demográficamente: se buscará comercializar el producto a personas de clase media y alta, con poder adquisitivo.
- Psicográficamente: El cliente busca consumo de productos funcionales, naturales, es decir valoran la procedencia y el valor nutricional.
- Conductualmente: Personas que consumen mermelada en supermercados, tiendas naturales, entre otros.

Estrategias de posicionamiento.

Andean Foods S.A.C buscar ingresar al mercado con un producto que tiene una combinación perfecta, de aguaymanto endulzado con estevia.

Según el modelo de Ansoff, se puede obtener una cuota de mercado ubicándose en uno de los cuadrantes de la matriz que es penetración de mercado, debido a que Andean Foods S.A.C. ingresará al mercado con un producto existente solo de diferente sabor, y a un mercado existente tal cual es New York - Estados Unidos.

En consecuencia, buscará posicionarse como una empresa que ofrece un producto de calidad altamente funcional y también en ser una empresa que se preocupa por el estilo de vida del consumidor.

Las etiquetas darán información completa y detallada de lo que es el producto y sus cualidades; las variables directamente relacionadas con este posicionamiento serán:

- La calidad: Brindar un servicio con “atención”, “respeto” y “adaptabilidad” “valores” desde la materia prima (productores) con la finalidad de cumplir con las exigencias del mercado norteamericano, en usos, tipos y costumbres del consumidor en New York- Estados Unidos, así como también, mantener un alto grado de “compromiso” y “dedicación” del vendedor respecto de su relación comercial con el comprador, lo que implican contactos telefónicos regulares, correspondencia fluida (de preferencia en inglés) y presencia en los principales eventos del sector como seminarios, ferias y exposiciones.

- Sabor: el sabor será innovador y tendencioso si bien este producto no es nuevo en el mercado, por ser una mermelada si es nuevo por la fruta base aguaymanto endulzada con estevia.
- El aroma es delicioso y bastante agradable al gusto.

Estrategias de distribución

La empresa Andean Foods S.A.C., decidirá sus ventas de acuerdo a las políticas establecidas por la misma, tales como:

- Ofrecer productos de calidad que destaque su valor nutricional, para de esa manera atraer clientes potenciales (distribuidores).
- Rotular el envase con la información del producto.
- Realizar una correcta homologación de proveedores, para poder brindar un servicio en cuestión de precios, disponibilidad, entre otros.
- Solicitar a la empresa maquiladora los permisos y licencias de DIGESA, para garantizar la inocuidad del producto.
- La información será restringida para la protección de información del comprador.
- Se trabajará con la modalidad Incoterms®2010 FOB New York.

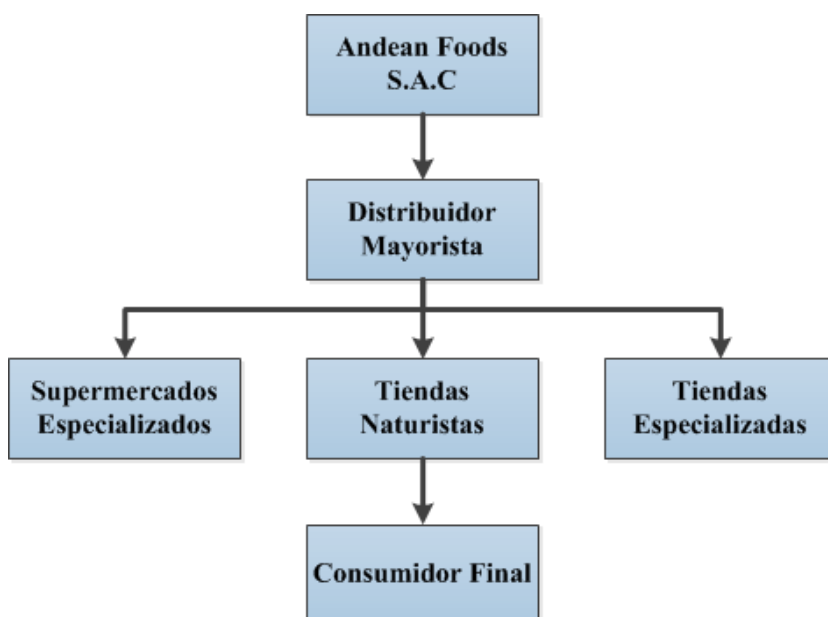


Figura 5. Estrategia de distribución comercial

Fuente: Elaboración propia

De la figura 5, se observará que la empresa Andean Foods S.A.C. comercializará a través de un distribuidor mayorista para poder llegar al consumidor final, como inicio de actividades comerciales, además porque según el análisis preliminar realizado, los supermercados en New York y gran parte de Estados Unidos, se prefiere tercerizar el proceso de importación por los costos que conllevaría implementar un área de logística internacional dentro de su empresa. 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.

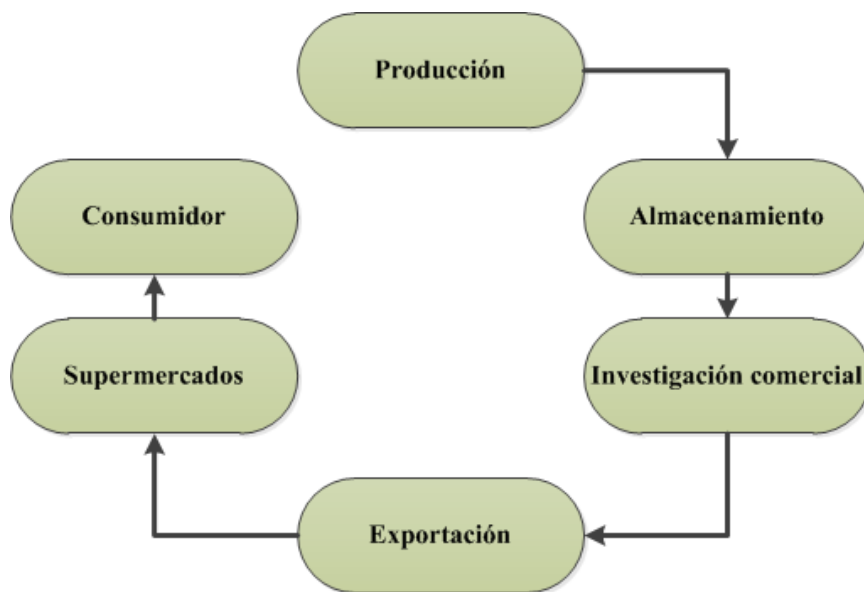


Figura 6. Distribución física del producto

Fuente: Elaboración propia

La idea de generar ventas a través de distribuidores es para tener la facilidad de acceder al mercado de destino, posicionarse en la mente del consumidor y acceder con barreras de acceso inferiores, ya que se reducen tiempos y costos, debido a que, al crear una marca nueva durante los primeros años, demandaría mayor presupuesto. Sin embargo, se buscará una activa participación en ferias de Promperú para poder conseguir potenciales clientes y dejar de usar los bróker en el futuro.

Tabla 32

Distribuidores de Alimentos en New York

| Distribuidores | Dirección | Teléfono |
|-------------------|---------------------------------------|----------------|
| J & R Food Market | 7 W Centre St, New York, MD 21201 | (410) 539-3758 |
| Gundalow LLC | 3200 James St., New York, MD 21230 | (443) 604-3973 |
| Uac Food Market | 901 Bennett Pl, New York, MD 21223 | (410) 225-9822 |

Fuente: Google

Estrategias de Promoción

Al ser la mermelada de aguaymanto un producto funcional, lo que se realizará como empresa es dar a conocer la mermelada como un producto altamente natural por lo que explotaremos sus cualidades y beneficios que conlleva su consumo a través de las diversas ferias realizadas por Promperú y/o entre otras ferias que ahí se realicen para resaltar las características del producto.

Ferias:

Las ferias son consideradas mercados vivos de operaciones comerciales, donde se encuentra concentrada la mejor fuente de información del sector en vivo y en directo, de modo que te permite poder intercambiar opiniones y tendencias. Por tal motivo que estas deben usarse de forma óptima y rentable con el objetivo de fomentar el desarrollo de la empresa. Se buscará informarse sobre la feria, antigüedad, reconocimiento dentro del sector, dimensión internacional, periodicidad y lo que es más importante su poder de convocatoria; lo que se buscará es exigirle a la feria, que sea el punto de encuentro entre la mejor oferta y demanda.

Además, las personas que concurren a estos eventos permiten establecer un contacto directo con los potenciales importadores y estrechar vínculos con los clientes, agentes, distribuidores, mayoristas, entre otros.

Tabla 33

Principales Ferias de New York

| Feria | BioFach América | Natural Products Expo East |
|--------------|--|--|
| Sectores | Alimentación, Hostelería, Bebidas, Comida natural, Comida orgánica | Alimentación, Alimentos naturales, Alimentos orgánicos y Productos naturales |
| Periodicidad | Anual | Anual |
| Alcance | Privado | Privado |
| Lugar | New York Convention Center | New York Convention Center |

Fuente: Elaboración propia

La feria de Natural Products Expo East, recibe más de 1450 marcas, incluyendo 450 expositores.

Agregados comerciales

Perú cuenta en la mayoría de los países con agregados comerciales que son quienes se encuentran bajo la responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), con la finalidad de apoyar comercialmente al exportador peruano. El Consejero Económico Comercial de Perú en Estados Unidos:

- Nombre: Conrado José, Falco Scheuch.
- E-mail: cfalco@mincetur.gob.pe.
- Dirección: 767 Third Ave. Suite 3B. New York NY 10017.

Internet (e-commerce)

Se creará una página web, donde los posibles clientes pueden conocer los beneficios del producto, mediante la edición de imágenes didácticas, llamando la atención de nuestros consumidores y clientes.

- Página web: será la plataforma donde se plasmarán los videos, el correcto suministro de información, y la posibilidad de un contacto directo con el cliente.

Adwords

La empresa asimismo empleara la herramienta de google adwords es una herramienta que te permite posicionarte entre los primeros al momento de realizar una búsqueda, y permite a los clientes visualizar los anuncios mientras visitan el sitio web.

Visitas comerciales

Se visitará a los importadores/distribuidores del producto, con la intención de afianzar la relación del negocio y discutir temas de comercialización. Se aprovechará en realizar estas visitas durante la estadía de participación en ferias.

Envío de muestras a los clientes (distribuidores)

Se enviará muestras del envase de mermelada de aguaymanto a los principales importadores/distribuidores en Estados Unidos - New York de este modo, los potenciales compradores podrán evaluar el producto y hacer el pedido.

1.2. Viabilidad Técnica

Envase

Se ha elegido por utilizar envases de vidrio con tapa rosca de una capacidad de 12 onzas, 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 8 cm de diámetro x 10 cm de alto.



Figura 7. Envase de los productos

Fuente: Elaboración propia

Empaque

Se eligió cajas de cartón corrugado de 33cm x 50 cm x 21 cm, debido a que proporcionara mayor seguridad y protección a los productos durante el proceso logístico, hasta llegar al consumidor final.

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.

Las cajas de cartón que se emplearan serán las traspaladas, debido a que brindan mayor seguridad y acogimiento al producto, y sobre todo evitará que se desfonde o se abran. Las cajas tendrán dos niveles, para transportar una mayor cantidad de frascos de mermelada.



Figura 8. Cajas de cartón corrugado

Fuente: Elaboración propia

Embalaje

Se utilizarán pallets de madera de cuatro entradas para facilitar el manipuleo de la carga (entrada de la horquillas 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.



Figura 9. Paleta para el transporte de los productos Fuente:

Elaboración propia

Finalmente en el proceso de embalado, 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. Es importante saber usar el film, para reducir el consumo de este por paleta por lo que la técnica de aplicación es importante para que el ajuste sea óptimo a la carga.

Luego del proceso de empaque se procede la etapa de embalaje, las cajas de cartón corrugadas serán envueltas con stretch film:



Figura 10. Proceso de embalaje de las cajas de cartón

Fuente: Elaboración propia

Rotulado y marcado

Para un correcto diseño de la etiqueta de acuerdo al producto y lugar a exportar, 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).

Se deberá considerar la siguiente información para la etiqueta:

- Declaración de identidad.
- Nombre común o usual del alimento (naturaleza del producto): Mermelada.
- Marca o logo del producto.
- Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen): 350 gramos / 12 oz.
- Nombre del fabricante.
- Envasador o distribuidor o exportador.
- País de origen: Perú.

Etiquetado nutricional, será considerado por Andean Foods S.A.C., de acuerdo a los requisitos de FDA, los componentes deberán estar listados según el siguiente orden:

- Calorías totales (total calories)
 - Calorías de grasas (calories from fat)
 - Calorías de grasas saturadas (calories from saturated fat)
 - Grasas saturadas (saturated fat)
 - Grasas polisaturadas (polysaturated fat)
 - Colesterol (cholesterol)
 - Carbohidratos totales (total carbohydrate)
 - Fibra dietética (dietary fiber)
 - Fibra soluble (soluble fiber)
 - Fibra insoluble (insoluble fiber)
 - Azúcares (sugars)
 - Otros carbohidratos (other carbohydrate)
 - Proteína (protein) Vitamina A (vitamin A).
 - Porcentaje de vitamina A presente como betacaroteno (percent of vitamin A present as beta-carotene)
 - Vitamina C (vitamin C)
 - Calcio (calcium)
 - Hierro (iron)
 - Otras vitaminas y minerales esenciales (other essential vitamins and minerals).
- (FDA, 2016)

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” (FDA, 2016)

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 el vista aduanera a través de su marcación exterior y, generalmente, una muestra por lote es abierta en aduana para inspección” (FDA, 2016)



Figura 11. Ejemplo de rotulado de cajas

Fuente: Elaboración propia

Requerimientos técnicos de la producción

Servicio de maquila

Andean Foods S.A.C con la finalidad de garantizar la calidad de la materia prima compra el aguaymanto a APROFHZEL

La elección de la empresa maquiladora es, por que cuenta con la certificación para el ingreso de los productos al mercado estadounidense además de la capacidad de producción de planta, es por ello que se considera a la empresa Peruvian Nature S&S SAC., porque cuenta con certificado de HACCP, operando por más de 7 años en el mercado, ofreciendo productos y servicios de calidad calificados como Gourmet.

Luego los insumos serán entregados directamente a la empresa maquiladora Alimentos de Exportación - Peruvian Nature S&S S.A.C., quienes se encargarán del proceso de producción, envasado, etiquetado y paletizado. Cada fase del proceso de producción será supervisada por el asistente operaciones y logística de la empresa, quien verificará la calidad del producto en cada etapa del proceso de elaboración.

El proveedor Peruvian Nature S&S S.A.C., proporciona las cajas de cartón, y los frascos de vidrio debido al poder de negociación que este tiene con sus proveedores, sin embargo, estos también serán revisados por el personal de la empresa.

Suministro (abastecimiento)

La empresa Andean Foods S.A.C. será quien proporcionara el insumo principal para la producción de mermelada, ellos entregaran de forma directa la materia prima en la empresa maquiladora, por tema de ahorro de transporte sin embargo el Asistente de operaciones y logística, será el encargado de revisar y validar la calidad del producto. El pago de materia prima será de acuerdo al precio del mercado de venta por mayor.

Fabricación:

Peruvian Nature S&S S.A.C. será la empresa maquiladora quien procesará la materia prima para convertirla en mermelada de acuerdo al contrato asimismo proporcionará el envase primario que son pomos de vidrio con tapa rosca por 340 gramos/12oz. Cada uno, así como pegara la etiqueta del contenido nutricional.

Vale resaltar que esta empresa cuenta con las certificaciones y requisitos que son exigidos por la FDA, para la elaboración y envasado de los productos que son procesados. Peruvian Nature S&S S.A.C cuenta con una capacidad de planta instalada mensual de 50 toneladas mensuales, y cuenta con un personal altamente calificado que supervisa a detalle todo el proceso desde la recepción de la materia prima hasta el embalaje final.

A continuación, se detalla brevemente cada fase del proceso de producción:

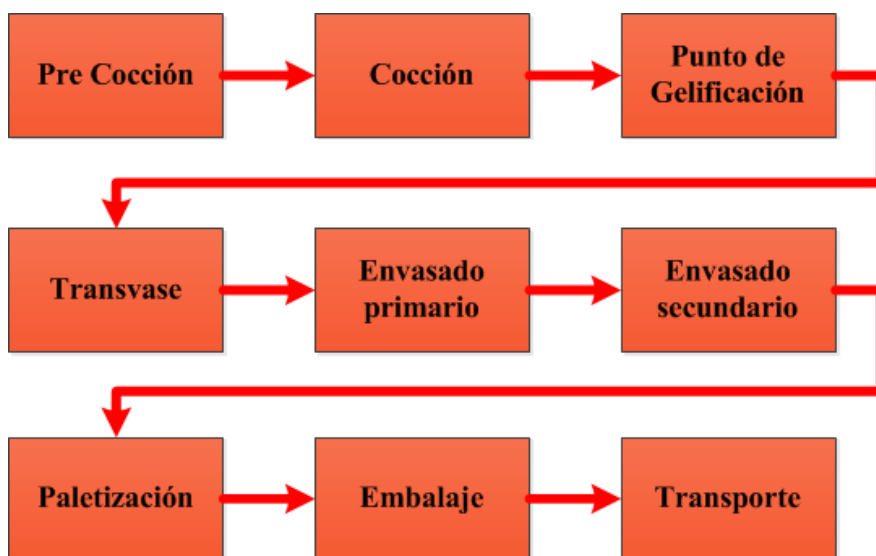


Figura 12. Proceso de producción de mermelada

Fuente: Elaboración propia

- Paso 1: Se realizará una pre-cocción de los insumos es decir el aguaymanto.
- Paso2: Se realizará una segunda cocción para lograr que el producto espese con los ingredientes incorporados.
- Paso3: Punto de Gelificación: en este paso el producto ya tendrá consistencia gelatinosa por lo que se le incorporará preservantes que harán que el producto tenga una duración de 12 meses.
- Paso 4: el producto será retirado de las máquinas de cocción y será traspasado a un recipiente que logrará que el producto se enfríe.
- Paso 5: El envase primario es el frasco de vidrio, se envasa 340 gramos de la mezcla y se etiqueta con el contenido nutricional.
- Paso 6: El envase secundario son las cajas de cartón que va con los logotipos impresos, adicional de separadores para evitar que los frascos se golpeen.

- Paso 7: Se paletizará la carga en paletas americanas de medidas 1 x 1.20 mts.
- Paso 8: Se recubrirá todo el pallet con stretch film para asegurar que este no se mueva y sea más fácil su transporte.
- Paso 9: De acuerdo a el contrato realizado será la empresa maquiladora quien transportará el producto terminado a los almacenes de Andean Food SAC.

Requisito del mercado de Perú

DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental)

Según el Ministerio de Salud es DIGESA 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. También, 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” (ETAs).

SUNAT (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria).

Es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas (creado por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT) 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.

Certificado de Origen

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.
- Cumplir un requerimiento exigido en un medio de pago internacional (Carta de Crédito o Cobranza Documentaria).

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%.

Las instituciones que emiten los certificados de origen son los siguientes: Cámara de Comercio de Lima (CCL), la Asociación de Exportadores (ADEX) y la Sociedad Nacional de Industrias (SIN).

Requisito del mercado de Estados Unidos

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), medicamentos (humanos y veterinarios), 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.

Procedimientos previos a la exportación:

FDA requiere por ley, que la planta de producción (Alimentos de Exportación S.A.C.) y la empresa exportadora (Andean Foods S.A.C.) estén registrados, los cuales cumplen con las normas.

La inscripción y reinscripción se dará cada 2 años, esta inscripción incluirá la autorización explícita a FDA para inspeccionar los establecimientos que encuentren registrados. El no cumplimiento de la normativa implica que los establecimientos no podrán exportar a EE. UU.

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.

Los datos más importantes que se consideran en el llenado son:

- Nombre de la mercadería: Mermelada de Aguaymanto.
- Nombre del productor: Peruvian Nature S&S S.A.C
- Nombre del exportador: Andean Foods S.A.C.
- País de origen del producto: Perú.
- País en donde el producto es embarcado: Perú.
- El puerto a donde ingresará a EE. UU: New York

Cuando la mercadería ya llevo al puerto:

Si el exportador no adjunta lo documentos de exportación la notificación previa, la mercadería no ingresa al país de Estados Unidos.

Todos aquellos productos que ingresan generalmente al país de Estados Unidos son inspeccionados al arribo al puerto, siendo validados por el ente regulador FDA, quien puede solicitar un examen físico, un examen en el muelle o un examen de muestra.

Cuando se detecta una violación a la ley de la FDA, esta emite una Nota de Detención y Audiencia al servicio de aduanas de EE. UU y al importador, dando inicio a un proceso, en el cual el importador o su representante deben presentar evidencia que el producto cumple con los requisitos con el propósito de obtener la Nota de Liberación.

Los requisitos principales según el FDA son los siguientes:

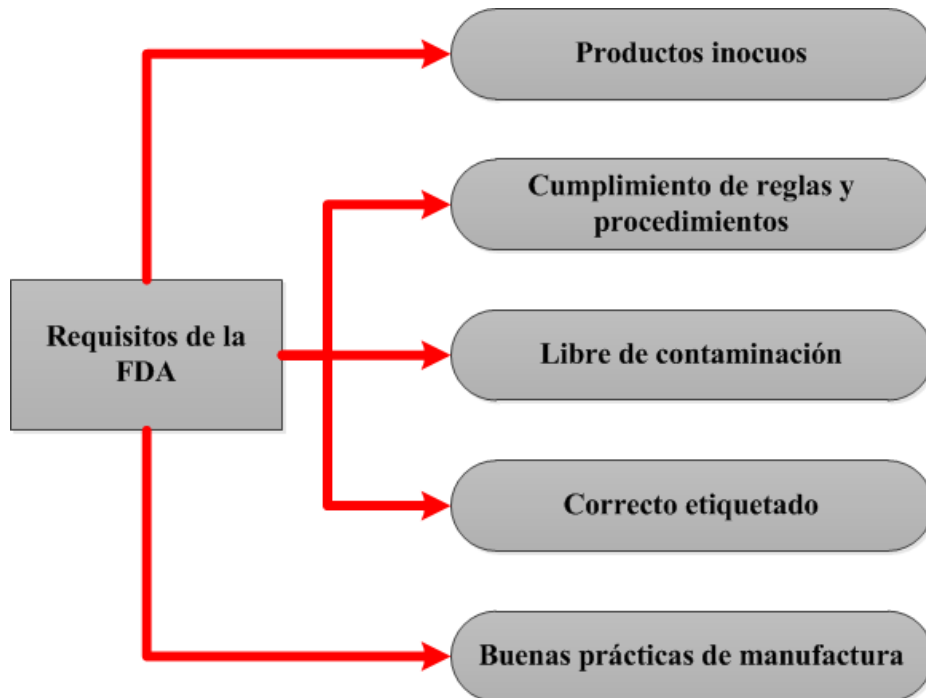


Figura 13. Requisitos de la FDA

Fuente: Elaboración propia

Etiquetado

Todos los alimentos que son comercializados en Estados Unidos, deberá llevar un rotulo que cumpla con la normativa que se encuentra en el Código de Regulaciones Federales, 21 CFR 101.

La información del etiquetado que exige la FDA para los productos alimenticios es la siguiente:

- Nombre de la marca.
- Nombre científico.
- Fecha de expiración.
- Peso neto y peso bruto.

- Número de Registro sanitario.
- Condiciones de almacenamiento.
- Nombre de la empresa que lo produce.
- Datos de la empresa que exporta.
- Debe decir para uso alimentario o para uso cosmético (en este caso para la industria alimentaria)
- País en el cual es producido.

Ley contra el Bioterrorismo

La Ley contra el Bioterrorismo fue dada por La Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002, que tiene por objeto reforzar la seguridad en los Estados Unidos frente a la amenaza de bioterrorismo.

Este considera una serie de etapas:

- Registro de instalaciones alimenticias.
- Notificación previa de alimentos importados.
- Detención administrativa.
- Norma final de establecimiento y mantenimiento de registro.

Documentación:

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

- Facturas comerciales: Presenta información del exportador y del importador, la fecha, la descripción completa de la mercadería, el origen y el valor FOB. Si se conoce, se debe incluir el número de contenedor.
- Certificado de origen: Duplicado de la Cámara de comercio del país de origen para los países con preferencias arancelarias.

Lista de empaque (Packing List):

Describe la mercadería, la cantidad, el peso, y los datos del importador/exportador.

Requisitos de calidad del producto**Aspectos de Calidad**

En la actualidad, el país de Estados Unidos no tiene requisitos mínimos físicos, químicos, microbiológicos ni sensoriales obligatorios para el ingreso del producto a Estados Unidos. Los requisitos con los que cuente el producto deberán estar basados en lo que está indicado en el contrato y lo que fue acordado por las partes.

Requisitos microbiológicos

La verificación de su cumplimiento está a cargo de los organismos competentes en vigilancia sanitaria de alimentos y bebidas a nivel nacional.

Dichos criterios promulgados según Resolución Ministerial N° 591-2008-SA/DM del Ministerio de Salud.

Buenas prácticas de manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM por sus siglas en español o GMP por sus siglas en inglés de “Good Manufacturing Practices” establecen condiciones básicas y actividades necesarias para mantener un ambiente higiénico durante el proceso de producción, manipulación y provisión, con el fin de preparar alimentos inocuos para el consumo humano.

La FDA exige que toda empresa que desee comercializar en los Estados Unidos que sean procesadores de alimentos cumplan con dichas condiciones.

El Código de Regulaciones Federales de EE. UU establece las disposiciones para la implementación de las BPM que incluye entre otros:

- Personal
- Instalaciones
- Equipos
- Producción y procesos de control
- Almacenaje y distribución

Aspectos de Trazabilidad

La trazabilidad consiste en el ciclo de vida del producto, es decir el seguimiento constante en cada fase del proceso desde la compra de los insumos hasta el punto de venta en el lugar de destino.

En el caso el importador lo solicite la empresa que se encarga de la producción deberá entregar un certificado de trazabilidad que será sellado por una empresa externa que garantice un sistema de trazabilidad.

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés) 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 y recomendando la aplicación del sistema de análisis de riesgos y de los puntos críticos de control (HACCP) siempre que sea posible para potenciar la inocuidad de los alimentos.

Los Principios Generales de Higiene de los Alimentos del Codex Alimentarius, como sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos basado en el control de los puntos críticos en la manipulación de los alimentos para prevenir problemas al respecto, presenta las siguientes ventajas:

- Propiciar un uso más eficaz de los recursos y una respuesta más oportuna.
- Determinar riesgos concretos y adoptar medidas preventivas para evitarlos.
- Facilitar la inspección por parte de las autoridades encargadas de regular el control de los alimentos.
- Favorece el comercio internacional al aumentar la confianza de los compradores en la inocuidad de los alimentos.

Operadores logísticos

Los operadores logísticos son los encargados de realizar la Distribución Física Internacional (DFI) de una compañía. En una exportación, incluye el transporte, los trámites aduaneros, la llegada al puerto, el embarque a la naviera y el traslado al extranjero.

El operador logístico debe intervenir en los siguientes aspectos en el proceso de exportación:

- Transporte local: Es el transporte del almacén de la empresa al terminal marítimo del Callao.
- Almacenaje: El ingreso de la mercadería al terminal marítimo para que sea inspeccionada antes de que se realice el levante de la mercadería.
- Agente de aduanas: Es el personal encargado de realizar todos los trámites de exportación para que la mercadería salga del puerto.
- Agente de carga: Es la empresa encargada de brindarnos fletes competitivos para la exportación, en caso el cliente solicite otro Incoterm.

Para una buena determinación de decisión se tomó en cuenta la siguiente referencia, tanto como para el transporte interno como para la agencia de aduana.

- Cantidad de años en el mercado
- Precio
- Clientes
- Certificaciones
- Incidencias en aduana

El agente seleccionado es Perú Container Line E.I.R.L. que es una empresa 100% peruana dedicada a la logística internacional integral, que cuenta con certificaciones del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, para cargar aéreas, marítimas y terrestres.

Además, cuenta con la certificación BASC que promueve la implementación del Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, mediante la aplicación de la Norma y Estándares BASC, como un programa de autogestión basado en principios de mejores prácticas y mejora continua en beneficio de la seguridad del comercio internacional.

Una vez elegido el agente de carga, se deberá realizar una determinar los principales medios de transporte que existen en la actualidad para poder transportar de una forma eficaz y eficiente los productos comercializados por Andean Foods S.A.C.

Evaluación de principales medios de transporte internacional

Tabla 34

Medios de transporte

| Criterios | Aéreo | Marítimo | Terrestre |
|------------------------|-------------------------------|--|-------------------------------|
| Precio Flete | Más Caro | Barato | Más barato |
| Disponibilidad | Mayor cobertura geográfica | De acuerdo a la infraestructura portuaria. | Mayor posibilidad de negociar |
| Restricciones de carga | Por tipo de carga y capacidad | Gran variedad de carga envíos de grandes capacidades (líquidos, granes y contenedores) | Por tipo de mercancía |
| Tiempo Transito | Más Rápido | En función al buque y tipo de servicios | Restricciones de Trafico |

Fuente: Elaboración propia

Al vender en términos FOB se encargará de llevar ante la aduana los productos previamente empacados y embalados, para que pasen el control respectivo y sea puesto sobre el buque, es aquí donde terminan las responsabilidades de la empresa, por lo que el importador deberá encargarse de todo el procedimiento hasta que la carga sea transportada a su almacén.



Figura 14. Elección de la cadena logística internacional

Fuente: Elaboración propia

Un factor para considerar bastante importante es el tiempo del proceso del pedido que deberá considerar un tiempo de 10 a 15 días.

Tabla 35

Determinación de los tiempos de duración de los procesos

| Plan de Logística Internacional | Tiempo (Días)/ |
|---------------------------------|----------------|
| Compra de Insumos | 4 días |
| Elaboración del Producto | 3 días |
| Empaque | 1 día |
| Embalaje | 12 horas |
| Unitarización de Pallets | 4 horas |
| Manipuleo Local exportador | 3 horas |
| Transporte Terminal Marítimo | 1 horas |
| Aduanas | 6 horas |

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al transporte marítimo la demora de la salida de las naves desde el puerto del Callao al puerto de New York las naves zarpan cada 8 días, y demoran un tiempo aproximado entre 10 y 15 días, según la naviera. Por último, se debe tener en cuenta que, al ser primera exportación de la empresa, de todas maneras estará sujeto a canal rojo, por lo que se deberá considerar el tiempo de aforo físico, tiempo promedio de 1 a 2 días.

1.3. Viabilidad Económica – Financiera

Inversión Tangible

Tabla 36

Inversión Tangible

| CONCEPTO | Proveedor | Cantidad | Costo Unitario USD \$ | Costo Total USD \$ |
|---------------------------------|-------------------------|----------|-----------------------|--------------------|
| Infraestructura | | | | |
| Remodelación del Local | Constructores Asociados | 1 | \$ 461.54 | \$ 461.54 |
| Maquinaria 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 INVERSIÓN TANGIBLE | | | | \$ 4,157.66 |

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.

Tabla 37

Inversión Intangible

| Concepto | Cant. | Costo Unitario USD \$ | Costo Total USD \$ |
|---|-------|-----------------------|--------------------|
| Gastos Organización | | | |
| 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 Pe-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 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38

Capital de Trabajo

| Concepto | Costo Mensual USD \$ | Costo Trimestral 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 TRABAJO | \$ 6,460.25 | \$ 17,848.43 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39

Total de Inversión

| 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.

Financiamiento**Tabla 40**

Estructura del financiamiento

| Descripción | Porcentaje | Sub-Total (USD \$) |
|------------------------|-------------------|-------------------------------|
| Financiamiento | 50% | 9,757.34 |
| Aporte propio | 60% | 14,636.01 |
| Inversión total | 100% | 24,393.35 |

Fuente: Elaboración propia

Se va a recurrir un préstamo bancario por el monto de \$ 9,757.34 y los socios aportaran un monto de \$ 14,636.01, con lo cual se puede cubrir el total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 41

Servicio de la deuda

| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Amortización | 1,188.90 | 1,486.13 | 1,857.66 | 2,322.07 | 2,902.59 |
| Interés | 2,079.87 | 1,782.64 | 1,411.11 | 946.70 | 366.18 |
| Cuota de Amortización | 3,268.77 | 3,268.77 | 3,268.77 | 3,268.77 | 3,268.77 |

Fuente: Elaboración propia

Se tiene un préstamo bancario por el monto de \$ 9,757.34 a un plazo de 5 años, el cual tiene una tasa de interés efectiva anual del 25%. Las cuotas se pagan mensual y son de un monto fijo, teniendo que al año se pagan \$ 3,268.77 durante 5 años.

Presupuesto de Egresos

Los costos directos para la elaboración de la mermelada de aguaymanto orgánico con estevia será tercerizados, con una producción de 2040 frascos de 340 g mensuales.

Tabla 42

Costos Directos

| Concepto | Costo unitario | Cantidad | Costo mensual USD \$ | Costo Anual USD \$ |
|--|----------------|----------|----------------------|--------------------|
| Costo de producto tercerizado (Aguaymanto con estevia) | \$0.25 | 2050 | \$510.00 | \$4,080.00 |
| Materia Prima Aguaymanto | \$0.20 | 510 | \$102.00 | \$816.00 |
| Materia Prima de estevia | \$2.90 | 50.8 | \$118.32 | \$946.56 |
| Transporte de materia prima de aguaymanto | \$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 Insumos en Productos | | | \$902.50 | \$7,219.97 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43

Costo de Productos Tercerizados

| Concepto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Costo de compra de producto tercerizado USD \$ | 7,220.0 | 7364.37 | 7585.30 | 7888.71 | 8283.15 |

Fuente: Elaboración propia

Costos de exportación

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

Los derechos de Visto Bueno (S/1,011.30 o US \$ 300), 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.

Además, basados en una proforma de la Agencia de Aduanas M&C S.A., prorrataremos los costos de transporte, embarque, carta de crédito entre otros. (Ver Apéndice A)

Tabla 44

Costos de Exportación (en dólares)

| | | 2% | 5% | 5% | 5% |
|---|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Concepto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Gastos Operativos | 50.00 | 51.00 | 53.55 | 56.23 | 59.04 |
| Transporte del almacén hacia 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 |
| Derechos de embarque | 147.69 | 150.64 | 158.18 | 166.08 | 174.39 |
| Transmisión electrónica | 58.46 | 59.63 | 62.61 | 65.74 | 69.03 |
| Trámite documentarlo | 92.31 | 94.16 | 98.86 | 103.81 | 109.00 |
| Embarque | 595.41 | 607.32 | 637.68 | 669.57 | 703.05 |
| V°B ° de Agentes portuarios | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 |
| Inspección de Aduanas | 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 | 160.00 |
| Total de Costos de exportación US \$ | 1,628.25 | 1652.42 | 1714.04 | 1778.74 | 1926.67 |

Fuente: M & C S.A. Agencia de Aduana

Tabla 45

Costos de Indirectos

| Concepto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Útiles de limpieza | \$184.61 | \$184.61 | \$184.61 | \$184.61 | \$184.61 |
| Total de materiales indirectos en USD \$ | \$184.61 | \$184.61 | \$184.61 | \$184.61 | \$184.61 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46

Gastos de Personal

| Concepto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Gerente General | \$5,907.69 | \$6,067.20 | \$6,224.94 | \$6,417.92 | \$6,610.46 |
| Asistente Comercial | \$3,692.31 | \$3,792.00 | \$3,890.59 | \$4,011.20 | \$4,131.54 |
| Asistente de Finanzas | \$3,692.31 | \$3,792.00 | \$3,890.59 | \$4,011.20 | \$4,131.54 |
| Total de Gasto de personal USD \$ | \$13,292.31 | \$13,651.20 | \$14,006.13 | \$14,450.32 | \$14,873.53 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47

Gastos Fijos

| Concepto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Pago de alquiler de local | \$5,538.46 | \$5,688.00 | \$5,835.89 | \$6,016.80 | \$6,197.30 |
| Servicios (Agua, luz. Teléfono + internet) | \$808.61 | \$830.44 | \$852.03 | \$878.45 | \$904.80 |
| Total Gastos fijos USD \$ | \$6,347.07 | \$6,518.44 | \$6,687.92 | \$6,895.25 | \$7,102.10 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48

Gastos Administrativos

| Concepto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 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 de gastos administrativos USD \$ | \$1,033.84 | 1,971.48 | 2,058.60 | 2,168.18 | 2,303.53 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49

Gastos de Ventas

| Concepto | Año 1 Total USD \$ |
|---|--------------------|
| Página Web | \$129.23 |
| Espacio en la feria (stand) | \$615.38 |
| Decoración del Stand | \$676.92 |
| Pasaje Aéreo | \$650.00 |
| Hospedaje | \$49.23 |
| Movilidad | \$36.92 |
| Alimentación | \$43.07 |
| Merchandising (folletos, tarjetas, regalos)+ muestras | \$307.69 |
| Gasto de Ventas | \$2,508.44 |

Fuente: Elaboración propia

Punto de Equilibrio**Tabla 50**

Costos Fijos

| 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 Fijo Total USD \$ | \$23,366.27 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51

Costos Variables

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

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52

Proyección de Costos Variables

| Concepto | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Total Costos Variables | \$8,848.22 | \$9,025.18 | \$9,295.94 | \$9,667.78 | \$10,151.16 |
| Costo Fijo Total | \$23,366.27 | \$23,992.17 | \$24,611.17 | \$25,368.39 | \$26,123.91 |
| Costos Totales USD \$ | \$32,214.49 | \$33,017.36 | \$33,907.11 | \$35,036.17 | \$36,275.07 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53

Estructura de Precio

| | |
|----------------------------|-------------|
| CVU | 0.54 |
| CFU | 1.43 |
| Costo unitario | 1.97 |
| Margen de Ganancia | 12% |
| Valor de venta | 2.21 |
| IGV | 0.00 |
| Precio de venta FOB | 2.21 |

Tabla 54

Punto de Equilibrio

| CONCEPTO | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 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

Para el primer año se tiene un punto de equilibrio monetario de \$ 31,918, con lo cual la empresa no registraría pérdidas ni ganancias, esto quiere decir que la empresa debe vender diariamente \$ 89.

Presupuesto de Ingresos

Tabla 55

Ingreso por Ventas

| Descripción | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Frasco de 350 gr | 24,480 | 24,969 | 25,719 | 26,747 | 28,085 |
| Precio de Venta (\$) | \$2.20 | \$2.20 | \$2.20 | \$2.20 | \$2.20 |
| Total (\$) | \$53,856.00 | \$54,933.12 | \$56,581.11 | \$58,844.36 | \$61,786.58 |

Fuente: Elaboración propia

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%.

Flujo de caja proyectado

Tabla 56

Flujo de Caja Proyectado

| CONCEPTO | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| INGRESOS | | | | | | |
| Ventas Netas | | \$53,856.00 | \$54,933.12 | \$56,581.11 | \$58,844.36 | \$61,786.58 |
| Valor de Recuperación | | | | | | \$959.29 |
| Total Ingresos | | \$53,856.00 | \$54,933.12 | \$56,581.11 | \$58,844.36 | \$62,745.87 |
| 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 ventas | | \$2,508.44 | \$2,576.17 | \$2,643.15 | \$2,725.09 | \$2,806.84 |
| IGV | | -\$3,148.52 | -\$3,966.86 | -\$4,032.62 | -\$4,127.00 | -\$4,252.61 |
| Total de Egresos | | \$29,065.97 | \$29,050.49 | \$29,874.49 | \$30,909.17 | \$32,022.46 |
| Utilidad Antes de Impuestos | | \$24,790.03 | \$25,882.63 | \$26,706.63 | \$27,935.19 | \$30,723.41 |
| Impuestos (27%) | | -\$6,693.31 | -\$6,988.31 | -\$7,210.79 | -\$7,542.50 | -\$8,295.32 |
| Utilidad Después de Impuestos | | \$18,096.72 | \$18,894.32 | \$19,495.84 | \$20,392.69 | \$22,428.09 |
| Devolución Capital Trabajo | | | | | | \$17,848.43 |
| FLUJO DE CAJA ECONÓMICO | -\$24,393.35 | \$18,096.72 | \$18,894.32 | \$19,495.84 | \$20,392.69 | \$50,276.52 |
| Préstamo LP | \$9,757.34 | | | | | |
| Amortización | | -\$1,188.90 | -\$1,486.13 | -\$1,857.66 | -\$2,322.07 | -\$2,902.59 |
| Intereses | | -\$2,079.87 | -\$1,782.64 | -\$1,411.11 | -\$946.70 | -\$366.18 |
| FLUJO DE CAJA FINANCIERO | -\$14,636.01 | \$14,827.96 | \$15,625.55 | \$16,227.07 | \$17,123.92 | \$37,007.75 |

Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 57

Amortización y Depreciación

| Concepto | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | Valor de Rescate (USD \$) |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------------------|
| Depreciación | \$750.25 | \$750.25 | \$750.25 | \$750.25 | \$750.25 | \$959.29 |
| Amortización | \$477.45 | \$477.45 | \$477.45 | \$477.45 | \$477.45 | \$0.00 |
| TOTAL | \$1,227.70 | \$1,227.70 | \$1,227.70 | \$1,227.70 | \$1,227.70 | \$959.29 |

Tabla 58

Estado de Pérdidas y Ganancias

| Cuentas | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 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

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.

Evaluación Económica

Tabla 59

Evaluación Económica

| | |
|------|-----------|
| CPPC | 19% |
| VANE | 42,267.30 |
| TIRE | 76% |
| B/C | 2.73 |
| PR | 1.33 |

Fuente: Elaboración propia

La investigación de exportación de mermelada de aguaymanto endulzado con estevia a New York 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.

Evaluación Financiera

Tabla 60

Evaluación Financiera

| | |
|------|-----------|
| COK | 20% |
| VANF | 41,093.02 |
| TIRF | 106% |
| B/C | 3.81 |
| PR | 1.99 |

Fuente: Elaboración propia

La investigación de exportación de mermelada de aguaymanto endulzado con estevia a New York 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.

2. Discusión de resultados

Los resultados encontrados en la presente investigación, nos ha permitidos establecer una viabilidad comercial, técnica y financiera de un plan de exportación de mermelada de aguaymanto orgánico con estevia a New York, Estados Unidos.

Concuerdan los resultados de la investigación con los encontrados por el autor León (2016), en su investigación titulada “Estudio de la viabilidad económica para la producción y comercialización de aguaymanto en los Valles de Huac-Huas, Lucanas – Ayacucho”, quien en base a un desarrollo del estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero de la implementación del proyecto, que la comercialización del aguaymanto producto del aumento en la demanda de aguaymanto tanto en el mercado nacional como internacional, generando una oportunidad de negocio, en la zona rentable concluyendo que los agricultores de la región en estudio juntos mejoraran el proceso de producción de aguaymanto para su exportación, por ser rentable tanto para su uso comercial y para la industria.

En lo que respecta a la viabilidad comercial y económica – financiera, también, los resultados concuerdan con los investigadores Sejuro, Quispe y Zegarra, F. (2017), en su tesis titulada “Propuesta para implementar una empresa de mermeladas en base al fruto arándano con fines de exportación” encontró que existe una demanda insatisfecha, lo que representa una oportunidad de exportación que incrementaría las relaciones comerciales entre ambos países. Concluyó que un proyecto de exportación es rentable con viabilidad comercial y económica - financiera que representa una excelente oportunidad de negocio.

Con respecto a la viabilidad técnica, los resultados concuerdan con la investigación realizada por los autores, Casasola y Meza, J (2016) en su tesis titulada “Factores técnicos para la exportación de mermelada de aguaymanto al mercado de EE.UU.”, que tuvo como objetivo general analizar los factores técnicos que permitan la exportación de la mermelada de aguaymanto. Los principales resultados obtenidos demostraron la viabilidad técnica para la exportación de mermelada de aguaymanto, con esta información cualquier productor o agricultor podría iniciar o ingresar al mercado internacional. Otro resultado que concuerda con la investigación relevante de la investigación es que existe un mercado

potencial en los EE. UU respecto al consumo de mermeladas o jaleas el volumen de consumo o importación anual.

Así mismo, complementariamente la investigación concuerda con otras investigaciones como por ejemplo en lo que respecta al destino de exportación, como la realizada por los autores Pérez y Willis (2015), en su tesis titulada “Proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de aguaymanto deshidratado en la Provincia de Celendín para la exportación al mercado de New York, EE.UU.”, que tuvo como objetivo el determinar la viabilidad del proyecto producción, comercialización y exportación de aguaymanto deshidratado a New York.

O como otro ejemplo con respecto a la viabilidad económica – financiero del aguaymanto en sus diferentes presentaciones como es el deshidratado que concuerda con el autor Urdampilleta (2016) en su tesis “Estudio de prefactibilidad para la instalación de una línea de aguaymanto Physalis peruviana L., que le permitió concluir, la factibilidad económica – financiera para la producción de aguaymanto deshidratado para su exportación a otros mercados como serían los Países Bajos (Holanda).

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

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

En la presente investigación sobre la “Viabilidad de un plan exportación de mermelada de aguaymanto orgánico *Physalis Peruviana L.* a New York, Estados Unidos” se obtuvieron las siguientes conclusiones

1. Con respecto al objetivo general se ha establecido un plan de exportación mediante el estudio de mercado, el estudio técnico-operativo y el estudio económico – financiero permitió la viabilidad comercial, técnica y financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.
2. Con respecto a la determinación del estudio de mercado de un plan de exportación de la empresa Andean Foods S.A.C., mediante un protocolo de admisibilidad otorgado por SENASA de un plan de investigación de exportación de exportación de mermelada de aguaymanto endulzado con estevia, dirige su producto a New York a hombres y mujeres entre 25-59 años, de clase media y alta de las familia en New York, 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 (0.097%), con lo cual se determina su viabilidad comercial para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.
3. Con respecto a la determinación de un estudio técnico – operativo de un plan de exportación de la empresa Andean Foods S.A.C., ha elegido por utilizar envases de vidrio con tapa rosca de una capacidad de 12 onzas (340 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.

Andean Foods S.A.C con la finalidad de garantizar la calidad de la materia prima compra el aguaymanto a APROFHZEL, 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. Contará con el certificado de origen de salida otorgada por el SENASA y cumplirá con los requisitos de entrada dada por la FDA (Food and drug administration) en Estados Unidos, Se adoptará el Incoterm FOB, usando un operador logístico de Perú Container Line E.I.R.L para la Distribución Física Internacional (DFI), con lo cual se determina la viabilidad técnica para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.

4. Con respecto a la determinación de un estudio económico – financiero de un plan de investigación de exportación, la empresa Andean Foods S.A.C., con 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 (50%) a un plazo de 5 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%. Además, se tiene que el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, por lo cual se determina su viabilidad financiera para la exportación de mermelada de aguaymanto orgánico a New York, Estados Unidos.

2. Recomendaciones

En la presente investigación sobre la “Viabilidad de exportación de mermelada de aguaymanto orgánico *Physalis Peruviana L.* a New York, Estados Unidos” se obtuvieron las siguientes recomendaciones.

Se recomienda que las empresas exportadoras de aguaymanto fresco establezcan una alternativa de inversión con aguaymanto orgánico con estevia debido a que existe un mercado insatisfecho para la mermelada de aguaymanto orgánico por la alta tendencia del consumidor estadounidense de productos naturales y con propiedades medicinales.

Se recomienda a las empresas exportadoras de mermeladas de aguaymanto orgánico, contar con asesoría técnica en comercio internacional, que asesoren a la determinación de los estados que tengan una mayor aceptación de este producto, así como las diferentes formas de presentación del producto que podrían captar una mayor cantidad de clientes, para así asegurar la viabilidad comercial de su exportación

Se recomienda que las empresas exportadoras de mermelada de aguaymanto en su primera etapa de operatividad utilicen 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, lo cual desviaría la viabilidad técnica de su exportación.

Se recomienda que las empresas exportadoras de mermelada de aguaymanto orgánico establezcan un financiamiento adecuado ya sea en entidades bancarias, préstamos de terceros, entre otros, para que esta financiación no disminuya la viabilidad financiera de su exportación.

Se recomienda que las empresas exportadoras de mermelada de aguaymanto aprovechen los beneficios arancelarios que gozamos con EEUU, ya que tenemos pago de arancel 0%.

Se recomienda que las empresas exportadoras de mermelada tengan un análisis con mayor profundidad del sistema financiero.

REFERENCIAS

- 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
- AMPEX. (2008). *Perfil de Mercado: Aguaymanto*. Chiclayo: Asociación Microregional de Productores para la Exportación.
- Angulo, R. (2011). *Uchuva Physalis peruviana*. Bogotá: Bayer CropScience.
- Bejas, C. (2016). *Exportación de mermelada de Aguaymanto con Estevia a los Estados Unidos*. (Tesis de grado). Universidad Alas Peruanas. Lima – Perú.
- Casasola, M., & Meza, J. (2016). *Factores técnicos para la exportación de mermelada de aguaymanto al mercado de EE.UU.* Lima: Universidad Privada del Norte.
- Catota, M. (2011). *Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de mermeladas de naranjilla a base de panela, en la provincia de Pichincha, parroquia Nanegal*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- CID INACAL. (2017). *Servicio e-Alerta*. Lima: Centro de Información y Documentación del Inacal (CID).
- Echevarría, M. (2007). *La facilitación del comercio en las negociaciones comerciales multilaterales y bilaterales*. Santiago, Chile, CEPAL, Diciembre, 2007.

- Fischer, G., & Melgarejo, L. (2013). Ecofisiología de la uchuva (*Physalis peruviana* L.). En A. Duarte, R. Villalobos, D. Moreno, Á. Gil, F. Ferreres, C. García, . . . J. Londoño, *Physalis peruviana: fruta andina para el mundo: cultivo, recurso genético, agroindustria, normativa y mercado*. Madrid: Editorial Académica Española.
- Fischer, G., & Miranda, D. (2012). Uchuva (*Physalis peruviana* L.). En G. Fischer, *Manual para el cultivo de frutales en el trópico* (págs. 851-873). Bogotá: Produmedios.
- Gastelum, D. (2012). *Demanda nutrimental y manejo agronómico de Physalis peruvianum* L. Texcoco: Institución de Enseñanza e Investigación en Ciencias Agrícolas.
- Gestión. (9 de Noviembre de 2016). *Estados Unidos encabeza la lista de 35 países que compran aguaymanto del Perú*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/estados-unidos-encabeza-lista-35-paises-compran-aguaymanto-peru-120171>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Jacques, J. (1997). *Marketing Estratégico*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Fundamentos de marketing*. México D.F.: Pearson Education.
- León, L. (2016). *Estudio de la viabilidad económica para la producción y comercialización de aguaymanto en los Valles de Huac-Huas, Lucanas – Ayacucho*. Chincha: Universidad Autónoma de Ica.
- Lerma, A.E. (2017). *Desarrollo de nuevos productos: una visión integral*. Cengage Learning Editores, México. (Tesis de licenciatura).
- MINCETRUR (2016). Oportunidad para las mermeladas y purés peruanos. Inteligencia comercial. Inteligencia de mercado: EE.UU. *Oficina Comercial del Perú del MINCETRUR en Los Ángeles. Año 7 - Número 8 del 2 de agosto del 2016*.

- Ochoa, P. (2016). *Las PyMEs y el Comercio Exterior: ¿Por qué es necesario un plan de exportación?* CEDEX. Universidad de Palermo. Facultad de Ciencias Económicas. Argentina. Recuperado de <http://www.palermo.edu/cedex/pdf/cedexPymesyplandeexportacion.pdf>.
- Paredes, D. (2015). Plan de negocio de exportación. Planex. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Prompex. Recuperado de <http://export.Promperú.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF>.
- Paltrinieri, Gaetano y Figuerola, F. (1998). *Procesamiento a pequeña escala de frutas y hortalizas amazónicas nativas e introducidas - Manual Técnico*. FAO, 1998. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/x5029s/X5029S04.HTM#3.3%20Procesos%20y%20diagramas%20de%20flujo>.
- Parkin, M., & Esquivel, G. (2001). *Microeconomía*. México D.F.: Pearson Education.
- PDRS/GIZ. (2011). *El aguaymanto. Cultivo promisorio de la Región Cajamarca. Diagnóstico de la cadena de valor del aguaymanto en la Región de Cajamarca*. Cajamarca: Proyecto de Desarrollo Rural Sostenible/GIZ Cajamarca.
- Pérez, L., & Willis, V. (2015). *Proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de aguaymanto deshidratado en la Provincia de Celendín para la exportación al mercado de New York, EE.UU.* Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- PROMPERÚ (2018). Exportando paso a paso. Recuperado el 01 de 03 de 2017, de export.Promperú.gob.pe
- Ramadan, M., & Mörsel, J. (2003). Oil Goldenberry (*Physalis peruviana* L.). *Journal of Agricultural and Food Chem*, 51, 969-974.

- Sánchez, B., & Reyes, C. (2006). *“Metodología de la investigación Científica*. Lima: Der. Reservados.
- Schreiber, F. (2012). *Estudio de Prefactibilidad para la Producción y Comercialización de Aguaymanto (Physalis peruviana L.) en condiciones de valles andinos*. Lima: Sierra Exportadora.
- Sejuro, V., Quispe, S., & Zegarra, F. (2017). *Propuesta para implementar una empresa de mermeladas en base al fruto arándano con fines de exportación*. Arequipa: Universidad Tecnológica del Perú.
- 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.
- Urdampilleta, J. (2016). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una línea de aguaymanto (physalis peruviana l.) deshidratado para exportación en una empresa del departamento de Lambayeque*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Vera, M. (2012). *Elaboración de mermelada light de durazno*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.

APÉNDICE

Apéndice A: Proforma de la Agencia de Aduanas

| | | | | | |
|---|------------|-------------|----------------------|--|-------------------|
| M & C S.A. AGENCIA DE ADUANA JR. SUPE NRO. 323 URB. SANTA MARINA PROV. CONST. DEL CALLAO LIMA - PERU CENTRAL TELEFONICA: 4650824 FAX: | | | | PROFORMA : 001/0007158 Señores : PEREZ PANDURO STEFANNY ALEXANDRA Direccion : - Att. : | |
| NAVE | | LLEGADA | A.W.B. - B/L | ADUANA | ORDEN DESPACHO |
| | | | | MARITIMA CALLAO | 2019/99000001 |
| BULTOS | PESO | RESUMEN | | REF. CLIENTE | FECHA |
| 1.00 | 4,500.00 | MERMELADA | | | 04/01/2019 |
| FOB US\$ | FLETE US\$ | SEGURO US\$ | CIF US\$ | T.C. | COD. VENDEDOR |
| 41,093.02 | | | 41,093.02 | 3.371 | |
| DERECHOS DE ADUANA Y OTROS | | | TOTAL GASTOS | | |
| | | | * GASTOS OPERATIVOS | 168.55 | |
| | | | * TRANSPORTE | 650.00 | |
| | | | * VISTO BUENO | 1,011.30 | |
| | | | * INSPECCION | 67.42 | |
| | | | * AFORO BOE | 67.42 | |
| | | | * AFORO PREVIO/FISIC | 67.42 | |
| | | | * EMBARQUE | 1,516.95 | |
| TOTAL DERECHOS | | | S/0.00 | | |
| | | | * COMISION | S/ 692.64 | |
| | | | VALOR VENTA | S/ 4,241.70 | |
| cta.cte Banco Continental soles:0011-0106-01-0100009230 | | | I.G.V. (18%) | S/ 763.51 | |
| cta. cte. Banco Continental Dolares:0011-0106-01-0100009249 | | | TOTAL DERECHOS | S/ 0.00 | |
| cta. cte. Banco Scotiabank Dolares: Nro.3698774 | | | | | |
| cta. cte. Banco Scotiabank Soles Nro. 8130736 | | | | | |
| cta. cte. Banco De Credito Soles: 193-1897510-0-66 | | | | | |
| cta. cte. Banco De Credito Dolares: 193-2148361-1-25 | | | | | |
| cta. cte. Banco Banbif Soles: 7000460830 | | | | | |
| cta. cte. Banco Banbif Dolares: 7000460814 | | | | | |
| TOTAL A PAGAR | | | | S/ 5,005.21 | |
| SON: CINCO MIL CINCO Y 21/100 SOLES | | | | | |

Apéndice B: Presentación del Producto

Apéndice C: Principales tiendas de productos orgánicos en New York

| Supermercado | Locales / Tiendas |
|--------------------|-------------------|
| Whole Foods Market | 10 |
| The Food Emporium | 4 |
| Seabra's Market | 4 |
| Total | 18 |

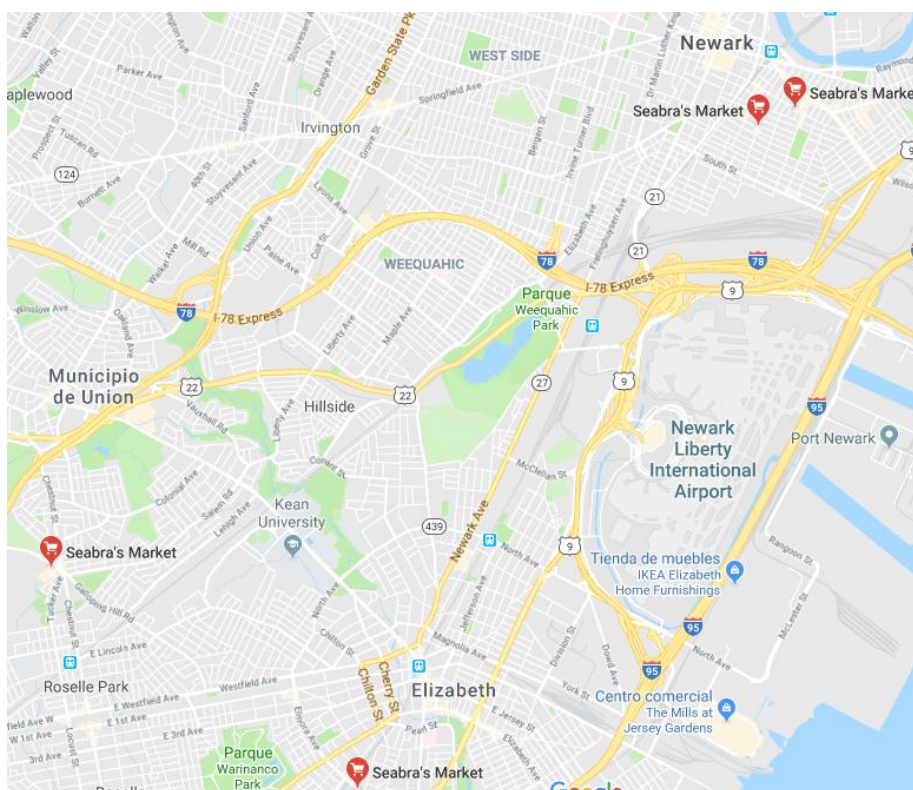
Locales de Whole Foods Market en New York



Locales de Emporium Supermarket en New York



Locales de Seabra’s Market en New York



| Tienda Gourmet | Locales / Tiendas |
|----------------------------|-------------------|
| Dean’s Natural Food Market | 4 |
| Natural Frontier Market | 2 |
| Total | 6 |

Locales de Dean’s Natural Food Market en New York



Locales de Natural Frontier Market en New York

