



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE AGUAYMANTO
DESHIDRATADO DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA – PERÚ
AL MERCADO ALEMAN – HAMBURGO 2022”**

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

PRESENTADO POR

BACH. NURY RUBÍ MALAVER CABRERA
<https://orcid.org/0000-0001-5359-6256>

ASESOR

DRA. MIRIAN ELIZABEHT AREVALO RODRIGUEZ
<https://orcid.org/0000-0003-3730-3577>

CAJAMARCA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

El trabajo presentado es dedicado a mi hijo por la motivación que día a día me brinda lo cual contribuye a mi crecimiento personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser el pilar fundamental en la transición de mi vida, agradezco también a mi hijo y familia en general por ser mi sustento emocional en los tiempos difíciles, finalmente agradezco a los docentes y a la universidad por guiar mi camino educativo.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el mercado mundial es dominado intrínsecamente por la globalización, la corriente comercial que tiene como bases fundamentales a los procesos de exportación e importación de productos entre los diferentes países, de esta manera, los ciudadanos alrededor del orbe pueden disponer de gran diversidad de bienes y servicios que, de otra forma, no conseguirían por las limitaciones espaciales a las que están sujetos; de esta manera, el presente plan se elabora con la finalidad de evaluar los procesos y costos que la empresa *Golden Inka* debe ejercer para encauzarse en el proceso exportador de su producto estrella, el aguaymanto deshidratado, elemento de gran interés internacional gracias a las características y beneficios que se detallarán posteriormente.

La empresa *Golden Inka* se encargará de la producción del aguaymanto deshidratado, velando siempre por contar con adecuados estándares de calidad satisfaciendo las exigencias de su público objetivo.

En el presente proyecto de exportación se ha establecido el mercado alemán como mercado objetivo, siendo que este se cataloga, en comparativa, como uno de los principales destinos para este producto, con gran acogida entre los consumidores, y significando potencialidad de crecimiento para la empresa.

RESUMEN

El presente plan de negocio ha sido desarrollado y orientado con el fin de la exportación de aguaymanto deshidratado de la ciudad de Cajamarca al mercado Alemán. Siendo la ciudad de Cajamarca, uno de los lugares de mayor producción de este delicioso fruto que además es reconocido en el mundo por su alto contenido de vitamina. El fruto de aguaymanto fresco será adquirido por las asociaciones productoras ubicado en la provincia de Cajamarca. Así mismo la empresa Golden Inka quien será encargada de la recopilación y almacenamiento para su futura transformación del producto. Es por ello que viene ejecutando un plan riguroso de selección de proveedores para obtener la mejor materia prima y así cumplir con los parámetros exigidos por el mercado internacional. Y mantener un producto de buena calidad. Y en el momento oportuno. La empresa Golden Inka. Con su equipo técnico realizará la capacitación y monitoreo constante las actividades de los agricultores desde la siembra hasta la cosecha a fin de asegurar el aprovisionamiento del producto libre plagas y pesticidas. Además, se desarrolla la presentación del producto, los costos en los que se incurre para el desarrollo de esto y finalmente se realiza el análisis de los estados financieros para evaluar la rentabilidad de la empresa.

ABSTRACT

This business plan has been developed and oriented to export dehydrated aguaymanto from the city of Cajamarca. To the German market. The city of Cajamarca is one of the places with the highest production of this delicious fruit, which is also recognized worldwide for its high vitamin content.

The fresh aguaymanto fruit will be purchased by producer associations located in the province of Cajamarca. The company Golden Inka will also be in charge of the collection and storage for future transformation of the product. For this reason, it has been implementing a rigorous supplier selection plan to obtain the best raw material and thus meet the parameters required by the international market. And maintain a good quality product. And at the right time. The company Golden Inka. With its technical team, it will train and constantly monitor the farmers' activities from planting to harvesting to ensure the supply of pest and pesticide-free produce.

In addition, the presentation of the product is developed, the costs incurred for the development of this and finally the analysis of the financial statements to evaluate the profitability of the company is carried out.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INTRODUCCIÓN	iv
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS	11
CAPÍTULO I:	12
INFORMACIÓN GENERAL DEL PRODUCTO A EXPORTAR	12
1.1. Producto a exportar	12
1.1.1. Ficha técnica del producto	12
1.2. Descripción del producto	14
1.2.1. Historia	14
1.3. Características del producto	14
1.4. Zonas de producción de aguaymanto en Perú.	15
1.5. Beneficios del Producto	16
1.6. Clasificación arancelaria y gravámenes vigentes del producto	17
CAPÍTULO II	24
APROVISIONAMIENTO	24
2.1. Proveedores potenciales	24
2.2. Matriz de selección de proveedores	25
2.3. Control de calidad	26
2.4. Costo de fabricación y/o adquisición	28
CAPÍTULO III	29
ALMACENAMIENTO	29
3.1. Estrategia de almacenamiento	29
3.2. Lay-out de almacén	30
3.3. Detalle de mobiliario usado en almacenamiento	31
3.4. Costo fijo de almacén	31
CAPÍTULO IV	33
ROTULADO Y ETIQUETADO TECNICO	33
4.1. Modelo de etiquetas / rotulado de producto	33
4.2. Normas técnicas aplicables	36
4.3. Proceso de rotulado	36
4.4. Tiempos y costos del proceso de rotulado	37

CAPÍTULO V	38
EMPAQUE.....	38
5.1. Ficha técnica de empaque seleccionado	38
5.2. Criterios usados para la selección del empaque.....	39
5.3. Proceso de empaque.....	40
5.4. Tiempo y costo del proceso de empacado	41
CAPÍTULO VI	42
EMBALAJE	42
6.1. Ficha técnica de embalaje seleccionado	42
6.2. Criterios usados para la selección del embalaje	43
6.3. Proceso de embalaje	44
6.4. Tiempo y costo del proceso de embalaje.....	45
6.5. Criterios usados para la selección del fleje film.....	46
6.6. Proceso de fijación del fleje film.....	46
CAPÍTULO VII.....	48
UNITARIZACION	48
7.1. Ficha técnica del pallet.....	48
7.2. Criterios usados para la selección del pallet.....	50
7.3. Proceso de paletización	50
7.4. Plano de estiba del pallet	50
7.5. Tiempos y costos del proceso de paletizado	51
CAPÍTULO VIII.....	53
CONTENEDORIZACION	53
8.1. Ficha técnica del contenedor seleccionado	53
8.2. Criterios usados para la selección del contenedor	55
8.3. Proceso de contenedorización	55
8.4. Plano de estiba del contenedor	56
8.5. Tiempo y costos del proceso de contenedorización.....	57
CAPÍTULO IX	58
TRANSPORTE	58
9.1. Proveedores del transporte interno.....	58
9.2. Costo de transporte interno (<i>Inland Freight</i>).....	60
9.3. Proveedores de servicio de transporte internacional	60
9.4. Cotizaciones de flete marítimo y aéreo	61
CAPÍTULO X	62
SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL	62
10.1. Agentes de aduana	62
10.2. Costo de agenciamiento	63
10.3. Aseguradoras	63

10.4.	Póliza de seguros (cobertura y costo)	63
10.5.	Depósitos temporales	64
CAPÍTULO XI		65
INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCION FISICA EN EL PAIS DESTINO		65
11.1.	Puertos, aeropuertos o terminales terrestres disponibles para la carga peruana 65	
11.2.	Análisis de la infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria del país destino. 66	
11.3.	Descripción, análisis de los principales puertos y aeropuertos incluyendo rutas, infraestructura, capacidad, restricciones, servicios, procedimientos, costos, etc. 67	
11.4.	Datos de proveedores de servicios logísticos en el país destino	68
CAPÍTULO XII.....		69
DISTRIBUCION		69
12.1.	Mapeo de la secuencia comercial proveedor - consumidor	69
12.2.	(Ficha de perfil que incluye: ciudad, contacto, dirección, teléfono, fax, e-mail, numero de establecimiento o puntos de ventas, estrategias y términos de compra, cubrimiento geográfico, productos, proveedores actuales)	71
12.3.	Identificación y cuantificación de los márgenes de intermediación, condiciones de compra (60-90-120 días, incoterms utilizados), volúmenes mínimos, etc. 72	
12.4.	Perspectivas esperadas en materia de evolución, diversificación, simplificación o especialización de los actores de los canales de distribución y comercialización	72
12.5.	Tendencias actuales y su implicación para los márgenes de comercialización, exigencias de compra y competencia de productos por canal. ..	73
CAPÍTULO XIII.....		75
MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACION		75
CAPÍTULO XIV		78
VALUACION ECONOMICA FINANCIERA		78
RECOMENDACIONES		81
BIBLIOGRAFÍA.....		82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Ficha arancelaria del aguaymanto.</i>	17
Tabla 2 <i>Gravámenes del producto.</i>	17
Tabla 3 <i>Potenciales proveedores de aguaymanto</i>	25
Tabla 4 <i>Matriz de selección de proveedores</i>	26
Tabla 5 <i>Organismos y certificación de control de calidad</i>	27
Tabla 6 <i>Órganos de la UE – Alemania que se ocupa de la seguridad alimentaria</i> ... 27	
Tabla 7 <i>Costo del producto</i>	28
Tabla 8 <i>Costos fijos de almacenamiento (Gastos generales)</i>	31
Tabla 9 <i>Mobiliario del almacén</i>	32
Tabla 10 <i>Tiempo y costo del proceso del rotulado</i>	37
Tabla 11 <i>Costo de certificaciones del producto</i>	37
Tabla 12 <i>Ficha técnica del empaque</i>	39
Tabla 13 <i>Tiempo y costos del proceso de empaclado</i>	41
Tabla 14 <i>Ficha técnica del embalaje</i>	43
Tabla 15 <i>Tiempo y costos del proceso de embalaje</i>	45
Tabla 16 <i>Ficha técnica del pallet</i>	49
Tabla 17 <i>Tiempo y costo unitario del proceso de paletización</i>	52
Tabla 18 <i>Ficha técnica del contenedor</i>	54
Tabla 19 <i>Proveedores del servicio de transporte interno</i>	59
Tabla 20 <i>Costo de transporte interno</i>	60
Tabla 21 <i>Costos del proceso de transporte</i>	60
Tabla 22 <i>Proveedores del servicio de transporte marítimo</i>	60
Tabla 23 <i>Agente de aduana de la empresa</i>	62
Tabla 24 <i>Costos de agenciamiento aduanero</i>	63
Tabla 25 <i>Terminales de almacenamiento en el puerto de Paita</i>	64
Tabla 26 <i>Navieras con destino al Puerto de Hamburgo</i>	68
Tabla 27 <i>Proveedores de Servicios Logísticos en el Puerto de Hamburgo</i>	68
Tabla 28 <i>Ficha del canal de distribución en Hamburgo – Alemania</i>	71
Tabla 29 <i>Matriz de costos de exportación del aguaymanto deshidratado</i>	76
Tabla 30 <i>Matriz de costos de costo unitario</i>	77
Tabla 31 <i>Análisis de estados de resultados</i>	77
Tabla 32 <i>Fuentes de Financiamiento</i>	78
Tabla 33 <i>Datos para la evaluación económica y financiera</i>	79
Tabla 34 <i>Flujo de caja Financiero</i>	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Ficha técnica del producto aguaymanto deshidratado</i>	13
Figura 2 <i>Zonas de Producción de Aguaymanto</i>	16
Figura 3 <i>Flujograma del proceso productivo del aguaymanto</i>	18
Figura 4 <i>Recepción del aguaymanto</i>	19
Figura 5 <i>Clasificación del aguaymanto</i>	19
Figura 6 <i>Limpieza y desinfección del aguaymanto</i>	20
Figura 7 <i>Deshidratación del aguaymanto</i>	20
Figura 8 <i>Pesado del Aguaymanto deshidratado</i>	21
Figura 9 <i>Envasado del producto</i>	21
Figura 10 <i>Empaquetado del producto</i>	22
Figura 11 <i>Almacenamiento del producto</i>	22
Figura 12 <i>Distribución del producto</i>	23
Figura 13 <i>Lay – Out del almacén</i>	30
Figura 14 <i>Producto envasado</i>	34
Figura 15 <i>Etiqueta del producto</i>	34
Figura 16 <i>Proceso de empaquetado</i>	40
Figura 17 <i>Empaque del producto</i>	40
Figura 18 <i>Proceso de embalaje</i>	44
Figura 19 <i>Embalaje del producto</i>	45
Figura 20 <i>Proceso de fijación del fleje</i>	47
Figura 21 <i>Plano de estiba del pallet</i>	51
Figura 22 <i>Proceso de contenedorización</i>	56
Figura 23 <i>Plano contenedorización de aguaymanto deshidratado</i>	57
Figura 24 <i>Modelo de camión para transporte interno – Canter 6T</i>	59
Figura 25 <i>Ruta del Puerto de Paita al Puerto de Hamburgo</i>	67
Figura 26 <i>Mapa del Puerto de Hamburgo</i>	69
Figura 27 <i>Indicadores de evaluación económica financiera</i>	79

CAPÍTULO I:

INFORMACIÓN GENERAL DEL PRODUCTO A EXPORTAR


1.1. Producto a exportar

1.1.1. Ficha técnica del producto

Esta contiene la descripción y características del producto los cuales permiten su correcta clasificación, información nutricional, beneficios del producto, almacenamiento, además de datos importantes para garantizar la seguridad y calidad del mismo.

Figura 1

Ficha técnica del producto aguaymanto deshidratado

Ficha Técnica		
		
Producto específico	Aguaymanto deshidratado	
País de origen	Perú	
Nombre comercial	Golden Inka	
Nombre científico	<i>Physalis peruviana L</i>	
Partida arancelaria	810905000	
Propiedades Generales		
Usos	Alimenticio (gastronomía)	
Unidad de medida	Kg	
Características físicas	Bayas deshidratadas de color naranja-amarillo en forma de pasas de 15	
Presentación comercial	Aguaymantos deshidratados, en bolsas de polipropileno selladas al vacío de 5kg.	
Propiedades Específicas		
Descripción del producto	El fruto deshidratado tiene forma de pequeñas pasas de color ámbar, Llegan a medir un promedio de 15 milímetros. Su sabor es agridulce característico, con un exquisito aroma. Se puede consume de manera directa o en postres, jugos, mermeladas, yogures, helados, tortas, y licores. Actualmente es considerado uno de los cinco mejores alimentos que son producidos en el Perú. Presenta elevados niveles de vitaminas A, B y C, calcio, hierro y fósforo, siendo perfecto en el fortalecimiento del sistema inmunológico	
Información nutricional	Componentes	Cantidad promedio
	Humedad	4-5%
	Carbohidratos	16 gr
	Cenizas	1.01 gr
	Fibra	4.90 gr
	Grasas totales	0.16 gr
	Proteínas	0.05 gr
	Acido ascórbico	43 mg
	Calcio	8 mg
	Caroteno	1.61 mg
	Fósforo	55.30 mg
	Hierro	1.23 mg
	Niacina	1.79 mg
Riboflavina	0.03 mg	
Beneficios del producto	Ayuda a combatir las siguientes enfermedades:	
	Asma	
	Colesterol	
	Depresión	
	Próstata	
Cáncer de colon		
Almacenamiento	De 10 a 12 meses dependiendo del modo de conservación.	
Características Organolépticas		
Color	Amarillo oscuro	
Olor	Característico	
Sabor	Agridulce	

Nota. Elaboración Propia.

1.2. Descripción del producto

1.2.1. Historia

El aguaymanto es una fruta originaria de los andes peruanos, la cual fue llevada a África a principios del siglo XIX y a Europa a mediados del siglo XX.

En el mercado alemán se le conocía como *Kapstachelbeere*, en el territorio británico como *Cape gooseberry* o *Golden Berry*, y en el francés como *Prune des Incas*. Mientras que, en otros países, el aguaymanto recibe diversos nombres como: frutas de linternas, terapee, capul, tomatillo, uchuva y uvilla, entre otros. Su nombre científico es *Physalis peruviana Lannaeus*, pero durante la época incaica recibía los nombres de *Yawachunka* y *Topotopo* (vocablos quechua), y *Uchua* y *Cuchuva* (Vocablos aymara).

Fue una de las especies preferidas en el tiempo de los incas, sobre todo en los jardines reales, llevándose a cabo su producción en el Valle Sagrado de los Incas.

Desde tiempo atrás se le trata de dar reconocimiento como una fruta exótica originaria del Perú y aún se trata de comprender todos sus beneficios para el consumo y aplicación (MIDAGRI, 2020).

1.3. Características del producto

Las plantas de aguaymanto producen frutos como bayas de color anaranjado-amarillento en forma de globo y con un diámetro de 1.5-2 cm, presentando un sabor agridulce agradable al gusto, los frutos se encuentran resguardados por un cáliz no consumible de textura papirácea. Estos frutos pueden florecer en altitudes entre 1800

y 2800 msnm, en temperaturas promedio entre 13° y 15°C y la planta puede verse afectada por temperaturas extremas o lluvias persistentes. (MIDAGRI, 2020).

Los frutos pueden consumirse en variedad de formas, frescos, deshidratados y procesados en forma de mermeladas, conservas u otra forma, contando con propiedades diuréticas, sedativas y antirreumáticas. El aguaymanto contiene altos niveles de vitamina con concentraciones que superan al del tomate, y niveles de Vitamina C muy cercanos al de las naranjas.

El aguaymanto deshidratado toma la forma de pasas de 15 milímetros de tamaño en promedio y conserva todas las propiedades mencionadas, así como un sabor más dulce. Adicionalmente, debido a su deshidratación, este producto puede conservarse por periodos de entre 10 a 12 meses dependiendo del lugar de conservación.

1.4. Zonas de producción de aguaymanto en Perú.

Los departamentos donde se lleva a cabo la producción de aguaymanto en el Perú son: Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, Ancash, Apurímac, Ayacucho, Arequipa, Huánuco, Junín, Huancavelica, Cusco, Pasco y Moquegua y Lima. En los últimos años ha sido observado un aumento significativo en la producción y el rendimiento del producto, siendo la región de Huánuco la que mayor participación tiene por el aumento de las zonas de producción, sobre todo desde el año 2018. (MIDAGRI, 2020).

Figura 2

Zonas de Producción de Aguaymanto



Nota. Tomado de Ministerio de Desarrollo Agrario y riego (MIDAGRI, 2020).

1.5. Beneficios del Producto

El consumo del producto puede ayudar en el tratamiento de las siguientes enfermedades (MIDAGRI, 2020):

- Asma: Ayuda en el combate de problemas bronquiales y asmáticos en el cuerpo humano.
- Calcio: Apoya en la formación de los dientes y los huesos.
- Colesterol: Reduce la cantidad de colesterol en el cuerpo humano.
- Depresión: Combate la depresión.
- Diabetes: Contiene un compuesto parecido a la insulina
- Envejecimiento: Su consumo evita el envejecimiento.
- Próstata: Apoya en el tratamiento de las personas que sufren problemas en la próstata.
- Cáncer de Colon: por sus propiedades digestivas, ayuda en la prevención de cáncer del estómago, colon y del intestino.

1.6. Clasificación arancelaria y gravámenes vigentes del producto

Tabla 1

Ficha arancelaria del aguaymanto.

Nombre científico	<i>Physalis Peruviana Linnaeus</i>
Nombre Vulgar	Aguaymanto, tomatillo (Perú). Uchuvas, Uvilla.
Nombre Comercial	Alquenque peruano, Poga poga, Capulí, Tomatillo o Tomate silvestre.
Partida Arancelaria	0810.90.50.00 Uchuva (Uvillas) (<i>Physalis Peruviana Linnaeus</i>)
Partida Arancelaria	0813.40.00.00.00 las demás frutas u otros frutos secos (Aguaymanto deshidratado).
Presentaciones	Fruta fresca, extracto, jugo, infusiones, mermelada, deshidratado, licores.

Nota. Elaboración Propia.

Por otro lado, se procede a presentar los gravámenes a los que está sometido el producto.

Tabla 2

Gravámenes del producto.

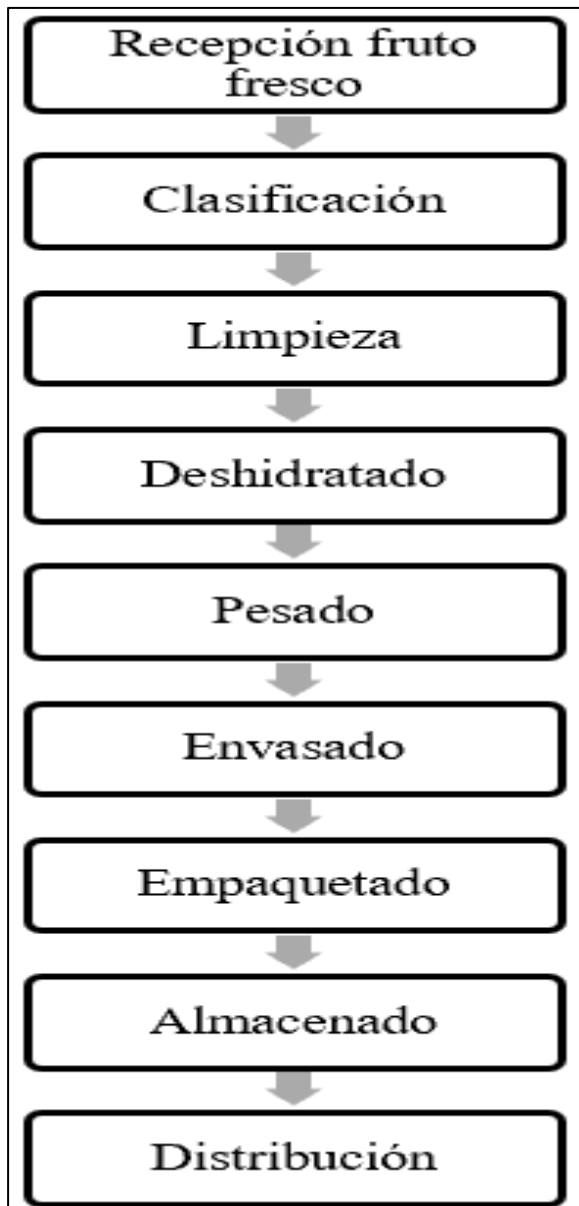
Tipo de Producto	DS.340-2014-EF-DS.314-2014-EF-FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2
Gravámenes Vigentes	
Ad/Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto a la Promoción Municipal	2%
Derechos Específicos	N.A.
Derechos Antidumping	N.A.
Seguro	2.50%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida	KG

Nota. Elaboración Propia.

1.1. Flujograma del proceso productivo

Figura 3

Flujograma del proceso productivo del aguaymanto.



Nota. Elaboración propia

A continuación, se describe de manera detallada cada etapa del proceso:

Recepción del fruto fresco: Es la etapa donde se recibe la materia prima como fruto fresco, trasladado de chacra a la planta de procesamiento para proceder a pesar y verificar el fruto.

Figura 4

Recepción del aguaymanto



Nota. Tomado de adina.pe. (2022)

Selección del aguaymanto: En esta etapa se separa el aguaymanto por tamaño, color y contextura para poder tener un parámetro de selección.

Figura 5

Clasificación del aguaymanto



Nota. Tomado de andina.pe. (2022)

Limpieza y desinfección del aguaymanto: En esta etapa se procede pelar y lavar el aguaymanto con agua potable por inmersión con el objetivo de eliminar cualquier partícula o impureza del fruto.

Figura 6

Limpieza y desinfección del aguaymanto



Nota. Tomado de andina.pe. (2022)

Deshidratación del aguaymanto: En esta fase se realiza la deshidratación del fruto utilizando una máquina de congelado y vapor que nos permite mantener al 95% las propiedades y vitaminas del aguaymanto.

Figura 7

Deshidratación del aguaymanto



Nota. Tomado de andina.pe. (2022)

Pesado del aguaymanto deshidratado: En esta etapa se procede a medir el peso del fruto deshidratado para estimar separaciones de 1 kilo.

Figura 8

Pesado del Aguaymanto deshidratado



Nota. Tomado de Scielo Perú. (2021).

Envasado del producto: En esta etapa el aguaymanto deshidratado es envasado en bolsas de polipropileno con una medida de 1 kilo cada uno.

Figura 9

Envasado del producto



Nota. Tomado de Scielo Perú. (2021)

Empaquetado del producto: En esta etapa se contiene el producto envasado en las cajas correspondientes con un contenido de 25 kg cada una.

Figura 10

Empaquetado del producto



Nota. Tomado de Scielo Perú. (2021)

Almacenamiento del producto: El producto necesita ser almacenado en un ambiente libre de humedad con las condiciones sanitarias adecuadas, el almacén debe ser un lugar limpio, en ausencia total de insectos y roedores. Para posteriormente se realice su respectivo traslado y depositado en los contenedores a fin de concretar la exportación del producto.

Figura 11

Almacenamiento del producto



Nota. Tomado de Scielo Perú. (2021)

Distribución del producto: En esta etapa se procede a realizar el envío del producto al mercado internacional.

Figura 12

Distribución del producto



Nota. Tomado de Scielo Perú. (2021)

CAPÍTULO II

APROVISIONAMIENTO

2.1. Proveedores potenciales.

Los proveedores de aguaymanto de la empresa Golden Inka S.A.C, son preseleccionados bajo los estándares de calidad que se exige para este fruto en el mercado internacional; estos pertenecen a las provincias de Bambamarca, Celendín, Hualgayoc, San pablo y Cajamarca.

Tabla 3*Potenciales proveedores de aguaymanto*

Proveedor	N° de teléfono	Sede	Características
Alimantta	968 698 265	Jr. Unión 6 Celendín, Cajamarca	Productores de aguaymanto fresco en el departamento de Cajamarca. Produce hasta 8 TN semanales.
Orselio Silva	927 580 973	Celendín, Cajamarca	Productor y comercializador de aguaymanto orgánico en el departamento de Cajamarca.
Neiser García Lopez	976 205 297	Hualgayoc, Cajamarca	Se dedica a la siembra y cultivo de aguaymanto orgánico en el departamento de Cajamarca. Produce hasta 1 TN semanal.
Nilber Lara	988 578 709	Bambamarca, Cajamarca	Productor y comercializador de aguaymanto orgánico en el departamento de Cajamarca. Abastece con un promedio de 3 a 5 TN semanales.

Nota. Elaboración propia.

2.2. Matriz de selección de proveedores

Se realiza una rigurosa selección de proveedores para obtener la mejor materia prima y así cumplir con los parámetros exigidos por el mercado internacional. En el siguiente cuadro se muestran los rangos de calificación de los proveedores.

Se evalúa con un puntaje del 1 al 5 con base en los siguientes criterios:

- Calidad
- Precio
- Cantidad
- Plazo de entrega.

Tabla 4*Matriz de selección de proveedores*

Potencial proveedor	Calidad	Precio	Cantidad	Plazo de Entrega	Puntaje
Alimantta	5	4	5	5	19
Orselio Silva	4	4	3	4	15
Neiser García	5	3	4	4	16
Nilber Lara	4	3	4	4	15

Nota. Elaboración propia.

Proveedor Alimantta obtiene el mayor puntaje por tener la mejor calidad, buen precio, cantidad suficiente de producto y plazo de entrega oportuno.

2.3. Control de calidad

La calidad del aguaymanto a exportar es muy exigente y debe cumplir con ciertos estándares de calidad para su exitosa exportación.

El Control de calidad de la empresa Golden Inka S.A.C, se inicia desde la selección de los proveedores, el abastecimiento de la materia prima, continúa durante todo el proceso hasta el producto final, obteniendo un excelente aguaymanto para el cual se exige inspección sanitaria constante para esto se cumple con la certificación sanitaria y fitosanitaria por el Servicio de Sanidad Agraria (SENASA) y Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA).

A continuación, en la tabla 6 se detallan los organismos y certificación de control de calidad de la compañía exportadora.

Tabla 5*Organismos y certificación de control de calidad*

Servicio de Sanidad Agraria (SENASA)
Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA)
ISO 9000 (Gestión de Calidad)
Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Nota. Tomado de ESAN (2020).

Posteriormente, se mostrará los órganos encargados de salvaguardar la seguridad alimentaria en el mercado alemán.

Tabla 6*Órganos de la UE – Alemania que se ocupa de la seguridad alimentaria*

Órganos	Funciones
Dirección General de la Salud y Protección de los Consumidores (SANCO)	Contribuye a la mejora de la salud, la confianza y la seguridad de los ciudadanos de Europa.
La Oficina Alimentaria y Veterinaria (OAV)	Es la encargada de vigilar el respeto a la legislación fitosanitaria y veterinaria, así como de la normativa de salubridad de los productos alimenticios.
La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)	Vela por la seguridad alimentaria
Análisis de Riesgos y de Puntos Críticos de Control (HACCP)	Es el sistema de control de procesos, encargado de identificar donde pueden surgir los peligros que amenacen la inocuidad alimentaria durante el proceso productivo.

Nota. Elaboración propia.

2.4. Costo de fabricación y/o adquisición

Con la finalidad de realizar un adecuado análisis de costos del producto a exportar, serán tomados en cuenta los costos desde el proceso de acopio del aguaymanto hasta el almacenamiento del mismo.

Para estimar los costes en fabricación, se tuvieron en cuenta los siguientes datos:

- El resultado total de evaluación será anual.
- El precio internacional del aguaymanto orgánico en presentación deshidratada tiene el valor referencial de \$ 16.2 por kg, los promedios anuales variaron entre S/ 51,6 por kg y \$17.7 por kg en el año 2020.
- El tipo de cambio referencial para la venta es de 0.27 dólares por nuevo sol para el día 1/06/22.
- Tipo de cambio \$3.79

Tabla 7

Costo del producto

Nº	DESCRIPCIÓN	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo S/.	Costo US \$
1	Aguaymanto	2.50	Kg.	60,000	150,000.00	37,974.68
2	Bolsas de polipropileno	0.15	Unidad	10,000	1,500.00	379.75
	Sub Total				151,500.00	38,354.43
3	Servicios de maquila del producto	0.05	Kg.	10,000	500.00	126.58
	Sub Total				500.00	126.58
	TOTAL				152,000.00	38,481.01

Nota. Elaboración Propia.

CAPÍTULO III

ALMACENAMIENTO

3.1. Estrategia de almacenamiento

Escudero (2019), dentro de su concepción de los objetivos ligados al almacenamiento, destaca las siguientes dimensiones a gestionar para lograr la eficiencia en este apartado:

Espacios: El ambiente para la recepción del aguaymanto, debe estar correctamente señalado (carteles de locación dada la secuencia del proceso) para la ubicación segura y rápida del espacio en el cual está cada producto.

Localización: La estacionariedad de los espacios de selección y procesado deben estar lo más cerca posible a los espacios de recepción, en una manera

consecutiva para lograr la eficiencia en cuanto a evitar demoras y la facilidad en el manipuleo de los artículos antes del proceso de deshidratación.

Equipo y condiciones ambientales: El equipo del proceso y los materiales destinados al traslado del aguaymanto fresco hacia el espacio encargado de la deshidratación deben estar asépticas, así como también el espacio de deshidratado en sí, este debe contar con condiciones de higiene adecuadas.

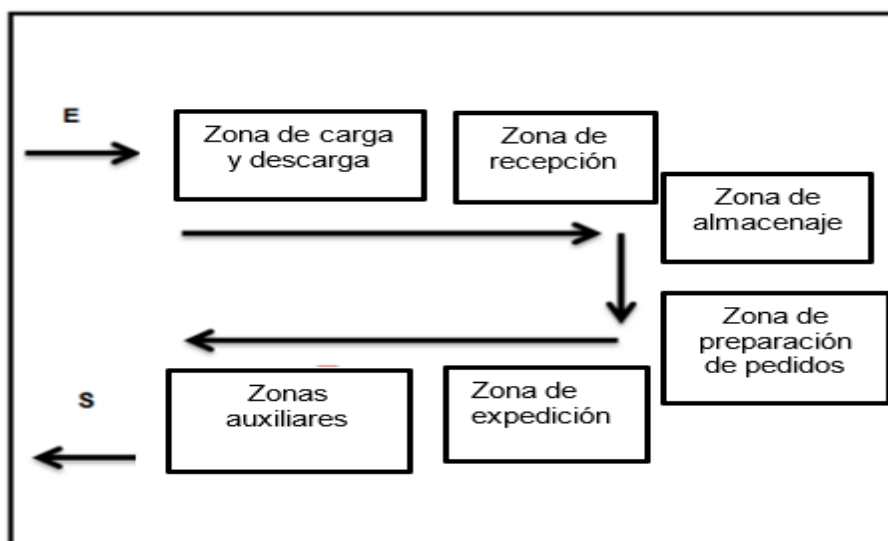
Gestión de Stock: Las cajas con los productos deben estar el menor tiempo posible en los espacios de almacenamiento para mermar costes acarreados de su cuidado.

3.2. Lay-out de almacén

Siendo las características de los procesos a realizar catalogados como cortos y secuenciales, se ha optado por tomar la siguiente estrategia de disposición en el almacén para optimizar tiempos y espacio

Figura 13

Lay – Out del almacén



Nota. Elaboración propia.

3.3. Detalle de mobiliario usado en almacenamiento

El proceso productivo contará con los siguientes mobiliarios:

- Trans paleta manual: Dispositivo usado para la movilización de los pallets.
- Pallets: Su uso es dado al apilamiento de los productos y su unitarización.
- Estantes: Se usan para la ubicación de los productos empaquetados.
- Montacargas: Son utilizados en lo que respecta a la movilidad de los pallets y productos pesados.
- Mesas de trabajo: En ella se realizan los procesos de limpieza, pesado y empaquetado de los productos.

3.4. Costo fijo de almacén

Se ha estimado los siguientes costos incurridos por el almacén.

Tabla 8

Costos fijos de almacenamiento (Gastos generales)

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo Mes S/.	Costo Mes US \$
1	Alquiler de local para producción	500.00	Unidad	1	500.00	126.58
2	Servicio internet, telefonía	84.00	Unidad	1	84.00	21.27
3	Utiles de oficina	120.00	Unidad	1	120.00	30.38
4	alquiler de Deshidratador de alimentos WRH-100GN	130.00	Hora	24	3,120.00	789.87
5	Servicio agua y desagüe	140.00	Unidad	1	140.00	35.44
6	Costo energía eléctrica	178.00	Unidad	1	178.00	45.06
7	Depreciación activo fijo				73.33	18.57
TOTAL					4,215.33	1,067.17

Nota. Elaboración propia.

Tabla 9**Mobiliario del almacén.**

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo Mes S/.	Costo Mes US \$
1.	Transportador de paleta manual	1,600.00	Unidad	1	1,600.00	422.16
2.	Estantes de trabajo	300.00	Unidad	4	1,200.00	316.62
3.	Mesas de trabajo	700.00	Unidad	2	1,400.00	369.39
4.	Computadora Intel Core i7 Impresora multifuncional	2,300.00	Unidad	3	6,900.00	1,820.58
5.	HP	1,200.00	Unidad	1	1,200.00	316.62
6.	Estantes para mobiliario	150.00	Unidad	1	150.00	39.58
7.	Sillones de metal fijos	110.00	Unidad	3	330.00	87.07
8.	Escritorios de madera	200.00	Unidad	3	600.00	158.31
Total activo fijo					13,380.00	3,530.34

Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

ROTULADO Y ETIQUETADO TECNICO

4.1. Modelo de etiquetas / rotulado de producto

El rotulado hace referencia a cualquier marca o descripción que cumpla con brindar información a los consumidores y es colocada en el envase (Nélida, 2020). A continuación, se hará análisis de las siguientes dimensiones del rotulado mostradas en la etiqueta del producto.

Figura 14

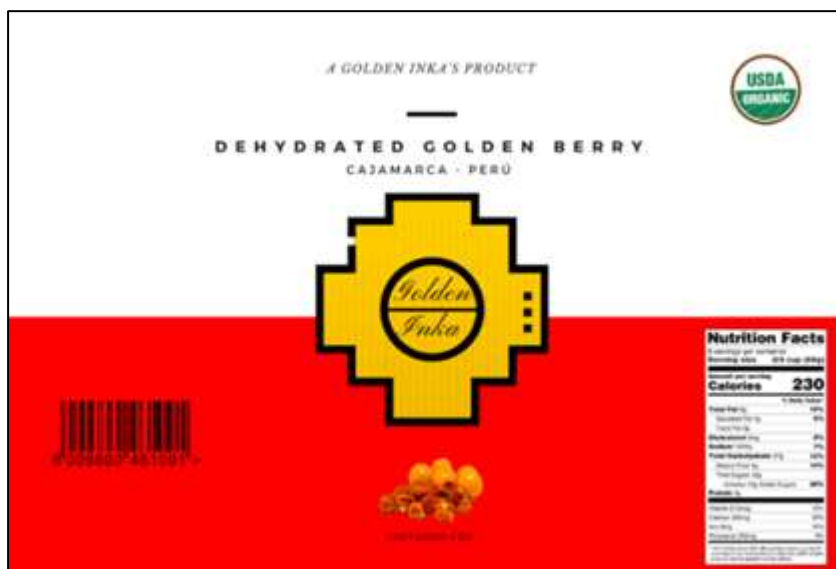
Producto envasado



Nota. Elaboración propia.

Figura 15

Etiqueta del producto



Nota Elaboración propia.

A continuación se describe las partes de la aetiqueta:

- Empresa responsable de la fabricación: La empresa encargada es Golden Inka.
- Denominación de venta: La marca toma en nombre de la empresa para un mejor posicionamiento en el mercado. (Golden Inka).
- Logo: La empresa imprime la imagen de una chacana representativa de la cultura peruana.
- Descripción del producto: Se hace mención de cuál es el producto distribuido (Aguaymanto deshidratado).
- Certificaciones: Por el lado derecho se posiciona la certificación USDA organic a marcas que comercializan productos orgánicos.
- País de procedencia: El producto es producido en Cajamarca - Perú.
- Imagen del producto: La etiqueta demuestra con una imagen el producto que contiene el envase (Aguaymanto deshidratado) y el fruto fresco como materia prima (Aguaymanto).
- Contenido neto: El empaque contiene 1 kg del producto.
- Valor nutritivo: Se especifica los valores nutricionales del aguaymanto deshidratado.
- Conservación: Se especifica junto a los valores nutricionales.
- Código de barra: Código que copila información, datos que pueden ser contenidos rápidamente y con una gran precisión, leído por un dispositivo óptico.
- Dado el mercado al que está dirigido el producto, se procedió a realizar la etiqueta en el idioma inglés para un mayor alcance.

4.2. Normas técnicas aplicables

Las normas técnicas empleadas en el proceso de la exportación del producto serán indicadas a continuación:

Dado el país de origen, se exige la disposición de la NTP 209.038:2009 ALIMENTOS ENVASADOS. Etiquetado, oficializado el 20 de febrero del 2010.

El carácter de producto exportado al mercado alemán exige la disposición como norma técnica del REGLAMENTO (UE) No 1169/2011 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO.

4.3. Proceso de rotulado

Dentro del Artículo 2 del Reglamento (UE) N° 1169/2011 del Parlamento europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor (2014), se especifica los siguientes apartados acerca de la información que deben llevar obligatoriamente todos los envases de alimento destinado al consumo humano.

- El título del alimento.
- Compendio de ingredientes.
- Cualquier ingrediente o coadyuvante tecnológico.
- Condiciones específicas para la conservación y/o utilización.
- Razón social o nombre y dirección del operador de la empresa alimentaria.
- País de origen o lugar de procedencia.
- Modalidad de empleo (Opcional).

- Para bebidas con más de un 1,2 % en volumen de alcohol, se especifica el grado de alcohol volumétrico.
- Información nutricional.
- La norma también requiere el aspecto de legibilidad y exhorta a la utilización del idioma alemán, sin embargo, permite la utilización de otro idioma que sea entendible por los consumidores de ese país.

4.4. Tiempos y costos del proceso de rotulado

Se ha estimado el siguiente costo para el proceso del rotulado.

Tabla 10

Tiempo y costo del proceso del rotulado

Nº	DESCRIPCIÓN	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo Mes S/.	Costo Mes US \$
1	Rotulo a caja de carton corrugado 60cm X 40cm X 34cm	0.65	Unidad	10,000	6,500.00	1,645.57
2	Impresión de etiquetas	0.15	Unidad	10,000	1,500.00	379.75
TOTAL					8,000.00	2,025.32

Nota. Elaboración propia.

Tabla 11

Costo de certificaciones del producto

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo Mes S/.	Costo Mes US \$
1.	Certificación de origen	40.00	Unidad	1	40.00	10.55
2.	Certificación DIGESA	365.00	Unidad	1	365.00	96.31
3.	Certificado USDA	1,231.75	Unidad	1	1,231.75	325.00
TOTAL					1,636.75	431.86

Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO V


EMPAQUE

5.1. Ficha técnica de empaque seleccionado

Se procederá a analizar las siguientes dimensiones del empaque:

Tabla 12

Ficha técnica del empaque

Ficha Técnica	
Bolsa de polipropileno	
	
Características Generales	Es termo-moldeable. Resistencia al rasgado.
Aplicación	Bajo Coste Envasado de determinados productos
Definición	Compuestas de un polímero -plástico- el polipropileno, el cual es más ligero y presenta menor densidad que el polietileno. Protege de la humedad.
Almacenamiento	Humedad (85%). Temperatura (45°Cgrados encima de la temperatura ambiente).
Dimensiones	Alto (<u>3.76cm</u>). Ancho (<u>5.4cm</u>). Largo (<u>30cm</u>).
Contenido	Peso (5 kg).

Nota. Elaboración Propia.

5.2. Criterios usados para la selección del empaque

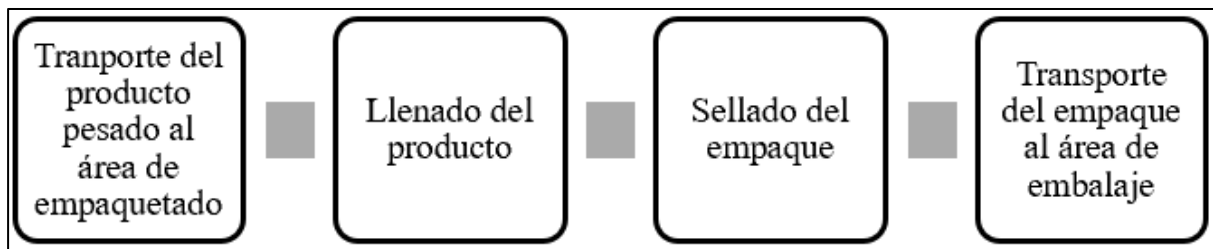
Las bolsas de polipropileno son, junto a las de polietileno, un tipo de bolsa de plástico muy utilizada en diversas industrias, especialmente en el sector de la alimentación, repostería y el embalaje, El *polipropileno* es más ligero que el polietileno y tiene una alta resistencia a la fisuración, ácidos abrasivos, solventes orgánicos y electrolitos (Pérez et al., 2016).

5.3. Proceso de empaque

El proceso de empaquetado seguirá la siguiente ruta:

Figura 16

Proceso de empaquetado



Nota. Elaboración propia.

- El producto debe estar envasado primordialmente en las bolsas de polipropileno selladas al vacío.
- El contenido de los envases es de 1 kg y se procederá a realizarlo de forma manual.
- El producto envasado pasa al área de embalaje donde se procederá a su ordenamiento dentro de las cajas de cartón.
- El empaque contiene la información del departamento desde donde se hace el envío (Cajamarca - Perú), así como el logo de la marca para su identificación.

Figura 17

Empaque del producto



Nota. Elaboración propia.

5.4. Tiempo y costo del proceso de empackado

Se han estimado el siguiente costo y periodo de tiempo para la acción de empackado del producto.

Tabla 13

Tiempo y costos del proceso de empackado

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo Mes S/.	Costo Mes US \$
1	Bolsas de polipropileno	0.15	Unidad	10,000	1,500.00	379.75
2	Servicio de personal empaque a destajo	0.10	Unidad	10,000	1,000.00	253.16
TOTAL					2,500.00	632.91

Nota. Elaboración Propia

CAPÍTULO VI


EMBALAJE

6.1. Ficha técnica de embalaje seleccionado

Se procederá a analizar las siguientes dimensiones del embalaje.

Tabla 14

Ficha técnica del embalaje

Ficha Técnica	
Cajas de cartón	
	
Características Generales	Continencia. Fácil manipulación.
Aplicación	Resistente. Se adapta a diversos productos.
Definición	Instrumento formado por capas de papel superpuestas. Consistencia dura y resistente que soporta cambios de temperatura.
Almacenamiento	Humedad (15%). Temperatura (2° grados encima de la temperatura ambiente).
Dimensiones	Alto (23 cm). Ancho (30 cm). Largo (47 cm).
Contenido	Peso (30 kg).

Nota. Elaboración propia

6.2. Criterios usados para la selección del embalaje

El proceso de embalaje por cajas de cartón se considera el más adecuado dadas las particularidades del material. Este instrumento tiene resistencia al cambio de temperaturas por lo que puede conservar las características propias del producto como su sabor, olor y composición en general. Por otro lado, su fácil manipulación es

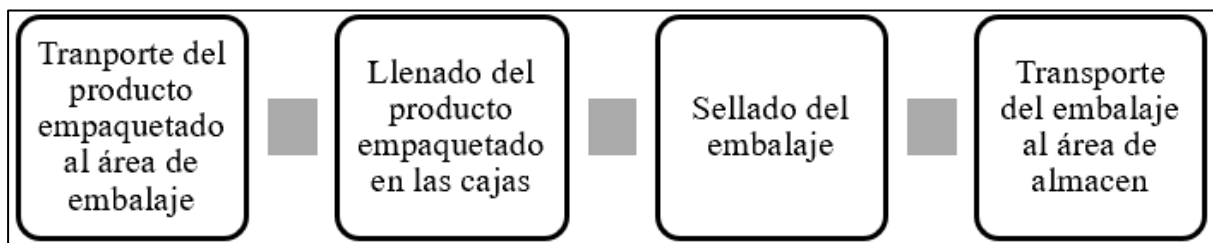
un punto favorable en la gestión logística y no resulta tener elementos tóxicos. Por último, es menester mencionar su poco impacto medioambiental (Pérez et al., 2016).

6.3. Proceso de embalaje

El proceso de embalaje seguirá la siguiente ruta.

Figura 18

Proceso de embalaje



Nota. Elaboración propia.

- El producto debe estar empaquetado primordialmente en las bolsas de polipropileno selladas al vacío.
- El contenido del embalaje es de 25 kg y se procederá a realizarlo de forma manual. Las cajas contienen 25 bolsas de 1 kg cada una.
- El producto embalado pasa al área de almacén donde se procederá a la preparación de pedidos.
- El embalaje contiene la información del departamento desde donde se hace el envío (Cajamarca - Perú), así como el logo de la marca para su identificación.

Figura 19

Embalaje del producto



Nota. Elaboración propia.

6.4. Tiempo y costo del proceso de embalaje

Se han estimado el siguiente costo y periodo de tiempo para la acción de embalaje del producto.

Tabla 15

Tiempo y costos del proceso de embalaje

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo Mes S/.	Costo Mes US \$
1	Cajas de carton corrugado 23cm x 30cm x 47cm	22.00	Unidad	400	8,800.00	2,227.85
2	Esquineros de plástico	4.00	Unidad	192	768.00	194.43
3	Papel Film (rollo)	17.00	Unidad	8	136.00	34.43
4	Embalador (1)	0.35	Unidad	400	140.00	35.44
TOTAL					9,844.00	2,492.15

Nota. Elaboración Propia

6.5. Criterios usados para la selección del fleje film

Los criterios que se tomaron en consideración durante el proceso de aplicar el fleje film se describirán a continuación:

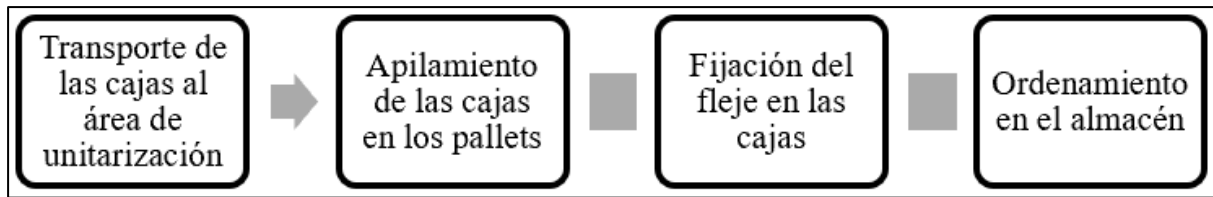
- Auto adherencia: Permite una mejor manipulación y la firmeza en el apilamiento.
- Protección económica, rápida y cómoda: Su bajo precio y sus atributos de facilidad la hacen muy empleable.
- Facilidad con respecto a su uso: Su modo de uso no necesita mucha información.
- Protege los embalajes de elementos exógenos: El fleje film aísla el embalaje y lo protege de elementos externos al material.
- Disponibilidad de presentación en colores: Se ofrecen en diferentes presentaciones con respecto a su color.
- Capacidad de envolvimiento del embalaje: Es perfecto para el proceso.
- El material resulta ser muy resistente.

6.6. Proceso de fijación del fleje film

El proceso de fijación del fleje film empieza con el apilamiento de las cajas en los pallets. Posteriormente se procede a fijar el fleje, procurando la unitarización y firmeza de la pila con más de una vuelta del fleje.

Figura 20

Proceso de fijación del fleje



Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO VII

UNITARIZACION

7.1. Ficha técnica del pallet.

Es importante recalcar que este proceso implica ordenar y agrupar las mercancías con el fin de: mantener la integridad del producto en todas las etapas que pasa por el almacén. Facilitar y acelerar el traslado de mercancías. Por lo tanto, se procederá a analizar las siguientes dimensiones del pallet.

Tabla 16

Ficha técnica del pallet

Ficha Técnica	
Pallets	
	
	Unitariza la mercancía.
Características Generales	De varios materiales, pero predomina la madera. Se apila la mercadería empaquetada en ellos.
Aplicación	Se adapta a diversos productos en su unitarización.
Definición	Armazones rígidos sobre los cuales se sitúa el producto distribuido de forma homogénea.
Dimensiones	Longitud (1000 mm). Ancho (1200 mm). Altura (150 mm). Grosor palancas de separación (50 mm)
Carga	Carga máxima (750 kg). Máxima Altura de carga (2000 mm)

Nota. Elaboración propia

7.2. Criterios usados para la selección del pallet

Los criterios por lo cual se hace selección de este sistema de pallets para la unitarización, se sustenta en lo consolidado que está su uso en el contexto mercantil mundial. Se describirán los siguientes puntos:

- Costo bajo.
- Este elemento puede reutilizarse y es amigable con el medio ambiente.
- Perfecto en el sistema de apilamiento.
- Preserva la pulcritud del contenido.
- Impide que el embalaje tenga contacto con el suelo.
- Soporta muy bien el peso de los productos.
- Eficiencia en la acción de cargue y descargue.
- Facilidad para el estibamiento.
- Inversión exigua en equipo complementario.

7.3. Proceso de paletización

El proceso de paletización se dará cuando las cajas seas agrupadas sobre la base del pallet, posteriormente se realiza el apilamiento en forma de columnas haciendo coincidir lo más perfectamente posible los niveles y evitar fisuras o inestabilidad. La pila estará lista para que sea fijada con el fleje film de plástico y se concrete la unitarización del producto en cuestión.

7.4. Plano de estiba del pallet

El plano de la estiba de las cajas con el producto debe estar correctamente colocado en las unidades de transporte especializada. En el instante de su traslado

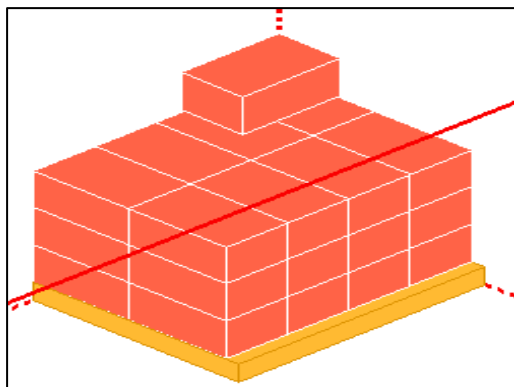
se tendrá una referencia precisa de la organización en los pallets y se debe optar por mantener asegurados estos últimos en todo momento.

Es importante tener bien referido los espacios disponibles en los puertos para el descargue, así como contar con toda la documentación que respalden el proceso de exportación del producto, esto ayudará a prevenir eventualidades que hostiguen el planeamiento.

Por otro lado, las cajas contenedoras del producto deben ser apiladas de la siguiente manera: 5 unidades de caja en la base x 4 unidades apilados como columnas, con un total de 20 cajas de 25 kg cada una, utilizándose para ello 20 pallets con las certificaciones pertinentes.

Figura 21

Plano de estiba del pallet



Nota. Elaborado en SEARATES.

7.5. Tiempos y costos del proceso de paletizado

Se han estimado el siguiente costo y periodo de tiempo para la acción de empacado del producto.

Tabla 17**Tiempo y costo unitario del proceso de paletización**

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo S/.	Costo US \$
1	Pallets	30.00	Unidad	20	600.00	151.90
2	Obreros a destajo	6.00	Unidad	20	120.00	30.38
3	Esquineros de plastico	1.30	Unidad	208	270.40	68.46
TOTAL					990.40	250.73

Nota. *Elaboración Propia.*

CAPÍTULO VIII

CONTENEDORIZACION

8.1. Ficha técnica del contenedor seleccionado

La contenedorización es el envío de mercancías en contenedores de la misma forma y tamaño. En otras palabras, es un método de transporte de mercancías mediante contenedores. Lo más extraño de esta práctica es que podemos decir que casi cualquier cosa se puede enviar en un contenedor. Por lo tanto, se procederá a analizar las siguientes dimensiones del contenedor.

Tabla 18

Ficha técnica del contenedor.

Ficha Técnica	
Contenedor Dry de 20 pies	
	
Material de metal Instrumento muy versátil	
Características Generales	El sistema más usado en el mundo Para carga seca Resultan económicos
Aplicación	En el transporte de productos
Definición	Recipiente de carga empleado en el transporte marítimo o fluvial, así como en el transporte terrestre y transporte multimodal
Dimensiones	Largo: 5.9 m Ancho interno: 2.35 m Altura interna: 2.39 m Ancho de apertura de la puerta: 2.34 m
Capacidad	Carga Útil: 25 000 kg Cúbica: 33.2 m ³

Nota. Elaboración propia.

8.2. Criterios usados para la selección del contenedor

Los criterios considerados para la utilización de este elemento se describen a continuación:

- Resultan tener precios accesibles.
- Brindan mayor seguridad en cuanto a eventualidades ya que son muy resistentes.
- Fácil adaptabilidad al medio de transporte.
- Escatima en espacio ya que estos también pueden ser apilados.
- Cuida la salubridad del producto.
- Accesibles para empresas pequeñas.
- Mejor desenvolvimiento en el proceso de carga y descarga.
- Tasa mínima de pérdida del envío
- Facilita el transporte internacional
- Norma ISO 1496 Y 6346

8.3. Proceso de contenedorización

El producto se transportará en contenedores dry de 20 pies, estos elementos operan bajo el modelo de less container donde se tiene que esperar a completar la carga para que el transporte pueda zarpar de puerto hacia el mercado alemán.

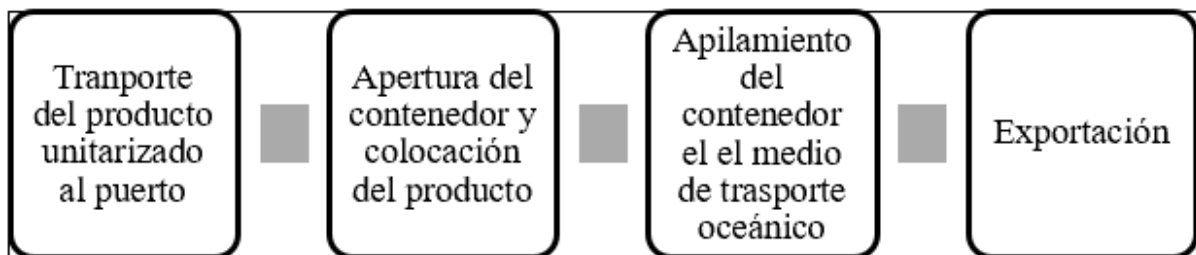
Después del traslado del producto unitarizado, el primer paso es la apertura del contenedor en donde se procederá a colocar los pallets con el cargamento del producto aguaymanto deshidratado, procurando velar por su estabilidad para mitigar

el riesgo de que la carga sufra percances en el camino o en el momento de su descarga.

Para el segundo paso, se hace uso del montacargas que pueda transportar el producto desde el puerto hacia el medio de transporte oceánico, apilando el contenedor de manera adecuada.

Figura 22

Proceso de contenedorización



Nota. Elaboración propia.

8.4. Plano de estiba del contenedor

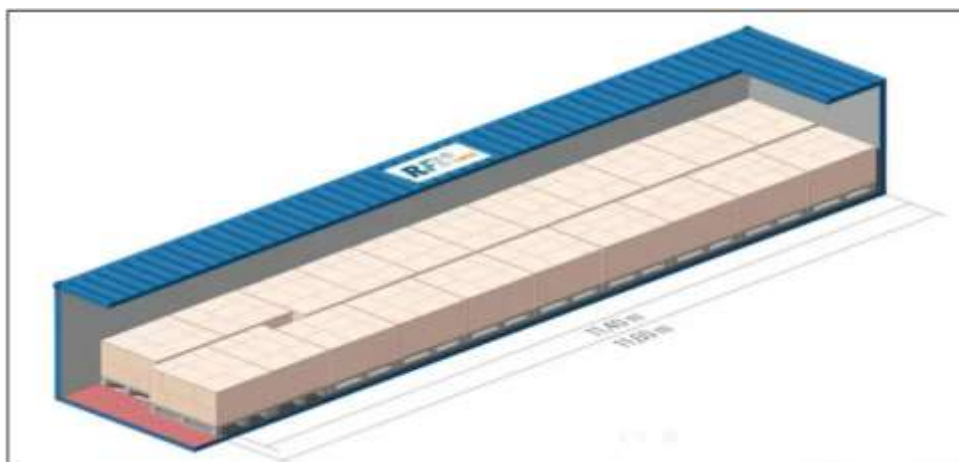
La estiba de los pallets dentro del contenedor se dispondrá en consideración a los siguientes puntos:

- La manera en que estén dispuestos los contenedores dentro del barco (sentido longitudinal, transversal, bajo o encima de cubierta).
- Las dimensiones de los contenedores.
- La superposición de otros contenedores.
- Los dispositivos de contención de los contenedores.
- El puerto al que es enviado cada contenedor.

En la siguiente tabla se muestra la disposición que llevarán los pallets (resaltados de color amarillo) dentro de los contenedores elegidos.

Figura 23

Plano contenedorización de aguaymanto deshidratado



Nota. Tomado de RFL cargo. (2022).

8.5. Tiempo y costos del proceso de contenedorización.

Tabla 25

Costos de contenedorización.

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo S/.	Costo US \$
1	Alquiler del contenedor de 40 pies	1,200.00	Unidad	1	1,200.00	303.80
2	Derechos Portuarios	1,025.00	Unidad	1	1,025.00	259.49
3	Alquiler de la máquina de carga estiba	704.00	Unidad	1	704.00	178.23
TOTAL					2,929.00	741.52

Nota. Toma de muestra SEARATES. Elaboración Propia.

CAPÍTULO IX

TRANSPORTE

9.1. Proveedores del transporte interno

Para el transporte de aguaymanto deshidratado, se ha dispuesto del siguiente vehículo para transporte:

- CANTER 6T: Camión de carga mediana con confiabilidad para recorrer cualquier tipo de geografía. Cuenta con una carga máxima de 6040 Kg y unas dimensiones de 7,185 de largo y 2035 de ancho.

Figura 24

Modelo de camión para transporte interno – Canter 6T



Nota. Imagen extraída de la página web de la empresa Fuso.

Tabla 19

Proveedores del servicio de transporte interno

RUC	Razón Social	Departamento	Dirección	Actividad
2045383 2709	Transporte y Comercializa ción TRANSMI E.I.R.L.	Cajamarca	Vía de Evitamiento Sur 129, tercer Piso, Cajamarca	Transporte de Carga por Carretera
2060283 8740	Empresa de Transporte Erlinda Marin E.I.R.L.	Cajamarca	Pro Reyna Farge 1092, Cajamarca	Transporte de Carga por Carretera
2057081 5386	Transporte Dimara S.R.L.	Cajamarca	Sta. Teresa 327, Cajamarca	Transporte de Carga por Carretera
2045355 6086	Transportes Acuario S.A.C.	Cajamarca	Prol. Angamos 1108, Cajamarca	Transporte de Carga por Carretera

Nota. Elaboración propia.

9.2. Costo de transporte interno (*Inland Freight*).

Se apreciaron los siguientes costes para la adquisición de servicios de transporte interno:

Tabla 20

Costo de transporte interno

Características	Valor	Unidad
Tiempo estimado de viaje	7	Horas
Kilometraje Cajamarca – Paita	521	Kilómetros

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 21

Costos del proceso de transporte

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo S/.	Costo Mes US \$
1	Transporte terrestre desde Cajamarca hacia el puerto de Paita	850.00	Unidad	1	850.00	215.19
TOTAL					850.00	215.19

Nota. Elaboración Propia.

9.3. Proveedores de servicio de transporte internacional

Tabla 22

Proveedores del servicio de transporte marítimo

RUC	Razón Social	Tipo de Transporte	Dirección	Dirección e-mail	Teléfono
2038 0324 882	Inca Lines S.A.C.	Marítimo	Av. Mariscal José de la Mar 1120, Urb. Santa Cruz - Miraflores – Lima	operexpo@incalines.com	(51-1) 625 - 4800
2037 7066 635	Hartrodt Perú S.A.C.	Marítimo	Av. Antonio Miroquesada 425 - Magdalena del Mar – Lima	ah.lim@hartrodt.com	(51) 73 214698
2033 8846 305	Hamburg Sud Perú	Marítimo	Av. Ricardo Rivera Navarrete 475- Miraflores – Lima	salex@hamburgsud.com	(51) 1 6107500
2025 9814 210	Mediterranean Shipping Company Del Perú S.A.C.	Marítimo	Av. Álvarez Calderón 185 - San Isidro - Lima	info@msc.com	(51-1) 613- 7200

Nota. Elaboración propia.

9.4. Cotizaciones de flete marítimo y aéreo

No aplica.

CAPÍTULO X

SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL

10.1. Agentes de aduana

Tabla 23

Agente de aduana de la empresa

RUC	Agente	Dirección	Celular	Representante
20257094465	Agencia de Aduanas Macromar S.A.	Av. Elmer Faucet Cdra 30 S/N – Provincia Constitucional del Callao – Callao.	(51) 243 0080	Leandro Espinoza

Nota. Elaboración Propia.

10.2. Costo de agenciamiento

Tabla 24

Costos de agenciamiento aduanero

Nº	Descripción	Costo Unitario	Unidad medida	Cantidad	Costo S/.	Costo Mes US \$
1	Servicio de agenciamiento aduanero	400.00	Unidad	1	400.00	101.27
TOTAL					400.00	101.27

Nota. Elaboración Propia.

10.3. Aseguradoras

Las aseguradoras son entidades encargadas de asumir el riesgo y consecuencias financieras negativas de sucesos fortuitos, mediante la expedición de pólizas que disponen adeudar un coste definido (igual o menor a la merma padecida) al beneficiario de la póliza, sólo si el suceso tiene lugar durante la vigencia de dicha póliza (Medrano, 2008).

Se han considerado las siguientes aseguradoras peruanas que ofrecen pólizas al transporte:

- Chubb
- La Positiva
- Liberty Seguros
- Mapfre
- Pacífico
- Rimac

10.4. Póliza de seguros (cobertura y costo)

No aplica.

10.5. Depósitos temporales

Tabla 25

Terminales de almacenamiento en el puerto de Paita

Información	Logo	Nombre	Ubicación	Teléfono
Almacenamiento de mercancía		Alconsa	Zona Industrial II Manzana L Lote 3 – Paita	(51) 73 213 287
Almacenamiento de Mercancía		Neptunia	Zona Industrial II Manzana F Lote 1 - Paita	(51) 73 213 225
Terminal portuario y almacenamiento de mercancía		TPE – Paita	Jr. Ferrocarril 127 - Paita	(51) 73 285 670

Nota. Elaboración Propia.

CAPÍTULO XI

INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCION FISICA EN EL PAIS DESTINO

11.1. Puertos, aeropuertos o terminales terrestres disponibles para la carga peruana

Puerto de Hamburgo: El puerto de Hamburgo se constituye como el puerto más importante de la nación alemana y también como uno de los más grandes en el mundo. Dada sus características como la adopción de un sistema de régimen de puerto libre y su localización estratégica en una bahía de aguas profundas sobre el río Elba, este puerto resulta ideal en el proceso de movimiento de mercancías. (iContainers, 2022a).

11.2. Análisis de la infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria del país destino.

El Puerto de Hamburgo se caracteriza por ser un puerto de aguas profundas en el río Elba, en Hamburgo, Alemania, fundado en 1989 y sirviendo de cruce valioso en Europa durante mucho tiempo. La ciudad portuaria recorre el delta interior de Hamburgo, dando acceso al curso inferior del Elba en su última zancada, antes de su desembocadura en el Mar del Norte. Uno de los apelativos que se le atribuye es "la puerta al mundo de Alemania" y se considera como el mayor puerto alemán, posicionándose como uno de los más importantes en un nivel global.

Su ubicación es naturalmente ventajosa, por lo que resulta un buen emplazamiento para un complejo portuario con un sistema de depósitos y transbordo. El sistema de puerto libre de entrada y salida es también muy beneficioso para el uso de esta vía mercantil y se le considera uno de los primeros puertos del orbe en cuanto a su volumen de gestión de contenedores.

Con respecto a la infraestructura mostrada, el puerto presenta cuatro terminales de contenedores de nueva generación, tres terminales de cruceros y cerca de cincuenta instalaciones de manipulación de carga especializada para RoRo, Breakbulk y todo tipo de carga granel. También cuenta con unas 7.300 compañías de logística dentro de los límites de la ciudad. (Legiscomex, 2017).

11.3. Descripción, análisis de los principales puertos y aeropuertos incluyendo rutas, infraestructura, capacidad, restricciones, servicios, procedimientos, costos, etc.

Con respecto a los puertos que componen la ruta del producto desde el Puerto de Paita hasta el Puerto de Hamburgo, están dispuestos según muestra la Figura x, estos estructuran la denominada Ruta del Norte de Europa. El tiempo de travesía puede durar entre 17 y 23 días dependiendo de la estadía que tome cada medio de transporte en los puertos mencionados

Figura 25

Ruta del Puerto de Paita al Puerto de Hamburgo



Nota. Imagen extraída del simulador de (SIICEX, 2022).]

Tabla 26*Navieras con destino al Puerto de Hamburgo*

Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de Tránsito	Frecuencia de Salida
Mediterranean Shipping Company (MSC)	MSC Perú	LICSA	17	Semanal
Hamburg Sud	Columbus	ALCONSA	23	Semanal

Nota. Datos extraídos de SIICEX (2022).

11.4. Datos de proveedores de servicios logísticos en el país destino

En la siguiente tabla se detallan los datos de las compañías que brindan servicios logístico en el Puerto de Hamburgo:

Tabla 27*Proveedores de Servicios Logísticos en el Puerto de Hamburgo*

Agente	Logo	Nombre	e-mail	Teléfono
Multimodal		Hermes Europe GmbH	impresum@hermesworld.com	(49) 40 537550
Operador logístico		Hamburger Hafen und Logistik AG	info@hhla.de	(49) 40 3088 0
Operador logístico		VTG Aktiengesellschaft	info@vtg.com	(49) 40 2354 0

Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO XII

DISTRIBUCION

12.1. Mapeo de la secuencia comercial proveedor - consumidor

A continuación, se presenta el mapa del puerto destino del producto exportado:

Figura 26

Mapa del Puerto de Hamburgo



Nota. Extraído de Google Maps.

Los mercados europeos, incluyendo el alemán, se caracterizan por ser muy exigentes en cuanto a la búsqueda de posibles proveedores de productos importados a su país, de esta manera, es de suma importancia que dichos proveedores cumplan con estándares de calidad altos solicitados.

Por otro lado, los consumidores suelen ser personas con una alta capacidad adquisitiva por lo que el ajuste de presupuesto por los costes del producto no suele ser un problema en el sistema de distribución, escenario muy diferente a lo que sucede con la percepción de la calidad.

Finalmente, los consumidores prestan especial detalle a elementos nutricionales dentro del producto, por lo que para que este tenga una mayor aceptación, debe presentar la información de manera clara.

12.2. (Ficha de perfil que incluye: ciudad, contacto, dirección, teléfono, fax, e-mail, numero de establecimiento o puntos de ventas, estrategias y términos de compra, cubrimiento geográfico, productos, proveedores actuales)

Tabla 28

Ficha del canal de distribución en Hamburgo – Alemania

Ficha del Canal de distribución en Hamburgo – Alemania	
Empresa Trofi TROPENFRUCHTIMPORT GmbH	
	
Sector	Importador - Vendedor mayorista
Ciudad	Hamburgo
Contacto	Helge Tamm
Dirección	Lippelstraße 1, Hamburgo 20097
Teléfono	(49) 30-70-96
E-Mail	info@trofi.de
Fax	(49) 40 30 70 96 66
Punto de ventas	Instalaciones Almacenes
Estrategias y términos de compra	Contacto directo y alianza de negocios
Cubrimiento geográfico	Alemania
Productos	Frutas
Proveedores	Otros exportadores

Nota. Elaboración propia.

12.3. Identificación y cuantificación de los márgenes de intermediación, condiciones de compra (60-90-120 días, incoterms utilizados), volúmenes mínimos, etc.

La demanda por el aguaymanto y sus diferentes presentaciones como el deshidratado, ha experimentado un crecimiento exponencial en los mercados internacionales, también dentro del mercado alemán, el cual se constituye dentro del grupo de mayores demandantes de este producto.

Incoterms: Para la exportación del producto aguaymanto deshidratado de la marca Golden Inka hacia el mercado alemán, se ha seleccionado el uso del incoterm FOB (Free on board).

FOB o Franco a Bordo: Este incoterm es propio del transporte marítimo y describe la obligación del vendedor por cargar sus productos en el barco dispuesto por el comprador. En cuanto a los riesgos, el exportador tiene responsabilidad total de costos y riesgos hasta que el producto sea cargado a bordo del transporte marítimo convenido, finalizada esta etapa es cuando el comprador asume los riesgos. (iContainers, 2022b).

12.4. Perspectivas esperadas en materia de evolución, diversificación, simplificación o especialización de los actores de los canales de distribución y comercialización.

El producto y la marca: Las perspectivas esperadas primordialmente están enfocadas al producto comercializado, se espera que este tenga gran acogida en el mercado alemán y pueda ir proliferando su consumo en diferentes mercados del viejo mundo, por otro lado, la marca sobre la que se forja el producto debe inspirar

confiabilidad y competitividad y en un futuro poder ampliar la cartera de productos para hacer llevar los diferentes productos peruanos a consumidores exigentes.

El importador: La empresa Trofi TROPENFRUCHTIMPORT GmbH realiza sus actividades en el sector Frutas y también tiene presencia en los sectores de hortalizas de raíz y tubérculos alimentarios, esto considera una oportunidad inmejorable de entablar lazos comerciales fuertes con el importador que cuenta con un mercado muy abundante y, bajo la perspectiva de acrecentar la cartera de productos, esta debería encaminar la comercialización de nuevos productos del mercado peruano a más consumidores radicados en el viejo mundo, por otro lado, el éxito de la empresa es una situación esperada por el exportador, de esta manera, se seguirá siendo un proveedor fuerte y con oportunidad de visualización a otros potenciales importadores.

El mercado: El éxito inicial del producto avizora la apertura de nuevos puertos para la comercialización del producto ofrecido, complementada por inversiones en el canal de Panamá para la mayor acogida de barcos mercantes, y las diferentes inversiones en pro de la ampliación de los diferentes puertos alrededor del mundo.

12.5. Tendencias actuales y su implicación para los márgenes de comercialización, exigencias de compra y competencia de productos por canal.

Productos orgánicos: El consumo de productos orgánicos se encuentra entre las tendencias más resaltantes y que ha venido cobrando popularidad en la población de una manera muy vertiginosa es la preocupación y cuidado por la propia salud y el equilibrio medioambiental, de esta manera, los consumidores se preocupan de una manera más fehaciente en la verificación de las características de sus productos, la

calidad, la providencia y la elaboración. Esto ha generado que las empresas hagan autocrítica acerca de sus conductas, aptitudes y actitudes, nuevas tecnologías, y así como brindar mejores productos, mejorar la rotación, promover el consumo, crear promociones, generar identidad y posicionamiento, en resumen, una reestructuración del sistema de comercialización. (Molina, 2018).

El producto aguaymanto deshidratado cuenta con mucha ventaja competitiva en este punto, por las mismas características que presenta en su proceso de elaboración.

Relaciones comerciales entre exportador e importador: Las relaciones entre los agentes comerciales se liga mucho a la calidad del producto y de que este cumpla con los requerimientos explícitos que se exigen, por lo tanto, debe cumplir con presentar certificaciones de calidad, de alimento orgánico, etc., esto con el fin de comprobar su estatus de producto estrella.

La factibilidad del mercado: Al igual que muchos mercados alrededor del orbe, el mercado alemán no presenta actualmente restricciones al producto del aguaymanto deshidratado.

CAPÍTULO XIII

MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACION

Esta matriz permite predecir cuánto se invertirá en la fabricación de un producto en particular. Por lo tanto, la relación entre insumos, costos laborales y costos de fabricación es importante para determinar los costos de producción, que pueden establecer el precio final al analizar las utilidades.

Tabla 29*Matriz de costos de exportación del aguaymanto deshidratado*

CONCEPTO	FIJOS	VARIABLES	Costo total Contenedor S/.	Costo total Contenedor US \$
I. COSTOS DEL PRODUCTO	8,743.47	152,000.00	160,743.47	40,694.55
1.1. Materia prima directa		151,500.00	151,500.00	38,354.43
1.2. Mano de obra directa			0.00	0.00
1.3. Gasto directo		500.00	500.00	126.58
1.4. Costos Indirectos de fabricación	4,215.33		4,215.33	1,067.17
1.5. Gastos generales y Administrativos	4,433.33		4,433.33	1,122.36
1.6. Gastos Financieros	94.80		94.80	24.00
II. COSTOS DE AYUDA A LA COMERCIALIZ.	0.00	0.00	0.00	0.00
2.1. Folletos, ferias, rueda negocios, pagina web	0.00		0.00	0.00
III. COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS	12,803.91	0.00	12,803.91	3,241.50
3.1. Costos de rotulado	8,000.00		8,000.00	2,025.32
3.2. Costos de empaclado	2,500.00		2,500.00	632.91
3.3. Costos de embalaje	9,844.00		9,844.00	2,492.15
3.4. Carga en transporte a almacén	100.00		100.00	25.32
3.5. Gastos de ventas (Certificados exportación)	359.91		359.91	91.12
3.6. Otros			0.00	0.00
COSTO TOTAL			173,547.38	43,936.04
UTILIDAD	55%		95,451.06	24,164.82
PRECIO EX-WORKS			268,998.43	68,100.87
3.6. Gastos de Exportación			3,440.40	870.99
3.6.1. Transporte al puerto o aeropuerto	850.00		850.00	215.19
3.6.2. Gastos Almacenaje			0.00	0.00
3.6.3. Gastos de paletizado	990.40		990.40	250.73
3.6.4. Gastos de contenedorización	1,200.00		1,200.00	303.80
3.6.5. Costo de Agenciamiento	400.00		400.00	101.27
3.6.6. Otros gastos en puerto de origen			0.00	0.00
3.6.7. Gastos Operativos				
PRECIO FAS			272,438.83	68,971.86
3.6.7. Carga y Estiba	704.00		704.00	178.23
3.6.8. Gastos Financieros			0.00	0.00
PRECIO FOB			273,142.83	69,150.08

Nota. Elaboración Propia.

Tabla 30*Matriz de costos de costo unitario*

Descripción	SOLES	DÓLARES
Venta en unidades físicas	10,000	10,000
Venta FOB unitario	27.31	6.92
Costo de venta FOB unitario	17.35	4.39
Utilidad FOB unitario	9.96	2.52
% margen de utilidad unitario	36.5%	36.5%

Nota. Elaboración Propia.**Tabla 31***Análisis de estados de resultados*

ESTADO DE RESULTADOS	IMPORTE
Ventas valor FOB	273,142.83
(-) Costos del producto	160,743.47
Utilidad bruta	112,399.37
(-) Costos de ayuda a la comercialización	0.00
(-) Costos de distribución y ventas	12,803.91
Utilidad de operación	99,595.46
(-) Gastos de exportación	3,440.40
Utilidad neta	96,155.06

Nota. Elaboración Propia.

CAPÍTULO XIV

VALUACION ECONOMICA FINANCIERA

Tabla 32

Fuentes de Financiamiento

Tipo de Financiamiento	Importe
Aporte Propio	100,000.00
Préstamo Bancario Comercial	174,000.00
Total Financiamiento	274,000.00

Nota, Elaboración Propia.

Tabla 33*Datos para la evaluación económica y financiera*

Descripción	Datos
Volumen ventas en unidades	10,000
Precio unitario	27.31
Costo unitario	17.35
Inversión	174,000.00
Crecimiento en ventas	8.5%

*Nota. Elaboración Propia.***Tabla 34***Flujo de caja Financiero*

	CONTENEDORES					
	Inicial	Cont. 1	Cont. 2	Cont. 3	Cont. 4	Cont. 5
INGRESOS	0.00	273,142.83	296,359.97	321,550.57	348,882.37	378,537.37
Ventas valor FOB		273,142.83	296,359.97	321,550.57	348,882.37	378,537.37
EGRESOS	174,000.00	195,094.75	209,846.28	225,851.69	243,217.55	262,059.52
Costo Fijo		21,547.38	21,547.38	21,547.38	21,547.38	21,547.38
Costo Variable		173,547.38	188,298.90	204,304.31	221,670.18	240,512.14
Inversión	174,000.00					
Flujo Neto	-174,000.00	78,048.08	86,513.69	95,698.89	105,664.82	116,477.85
Flujo Acumulado	-174,000.00	-95,951.92	-9,438.23	86,260.66	191,925.48	308,403.33

*Nota. Elaboración Propia.***Figura 27***Indicadores de evaluación económica financiera*

VAN	149,400.61
TIR	43.25%
Rentabilidad	85.86%
Ratio Costo beneficio	1.86

Nota. Elaboración Propia.

CONCLUSIONES

Luego de haber elaborado el plan de exportación de aguaymanto deshidratado al mercado de Alemania y de haber analizado los resultados obtenidos. Se plantean algunas conclusiones.

El aguaymanto deshidratado es un producto con un gran potencial de ser exportado al mercado de Alemania – Hamburgo debido a sus alto niveles de vitaminas y beneficios para la salud.

Para conocer la factibilidad del proyecto de exportación de aguaymanto deshidratado a Alemania desde el punto de vista financiero se ha elaborado proyecciones de las ventas, costos y utilidades a partir de los cuales se puede observar que la empresa obtiene una gran rentabilidad.

Con el fin de velar por la calidad del producto y ofrecer la mejor opción en aguaymanto deshidratado, la empresa Golden Inka se encargará de cumplir con una eficiente producción, velando siempre por contar con los más altos estándares de calidad para satisfacer las exigencias de su mercado objetivo.

A partir de la utilidad observada en el estado de ganancias y pérdidas podemos observar la rentabilidad de la empresa lo cual nos permite avizorar un potencial crecimiento y el desarrollo de nuevos productos.

RECOMENDACIONES

Estar en constante comunicación con los principales proveedores del fruto fresco para así tener abastecida nuestra cadena de producción.

Se dispondrá de un especialista para dar charlas sobre sembrío, cuidado y cosecha para así garantizar el abastecimiento de las toneladas pactadas en el tiempo establecido, cantidad necesaria y poder obtener una óptima calidad del aguaymanto.

Por otra parte, establecer convenios y pactar negociaciones para fidelizar a nuestros clientes.

Es importante que la producción sea en la ciudad de Cajamarca para impulsar a nuestros productores de la zona y de esta manera se incremente la producción de nuestra materia prima.

También se realizará ferias en nuestro mercado de exportación para poder presentar los nuevos productos que elaborará la empresa GOLDEN INKA a partir de nuestra materia prima el aguaymanto.

BIBLIOGRAFÍA

- Escudero, M. (2019). *Logística de almacenamiento* (2.^a ed.). Ediciones Paraninfo, S.A.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vcSPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=estrategias+de+almacenamiento&ots=8qe1EMMrdq&sig=qo4_Jj3-RpU1t1wdMZxz9HhvNvo#v=onepage&q=estrategias%20de%20almacenamiento&f=false
- iContainers. (2022a). *Puerto de Hamburgo*. iContainers.
<https://www.icontainers.com/es/puertos/hamburgo/>
- iContainers. (2022b). *Incoterm FOB (Free on Board)—Uso y significado*. iContainers. <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/fob>
- Legiscomex. (2017). *Distribución Física Internacional / Ficha Técnica de Alemania*. <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ficha-logistica-alemania-2017-acceso-maritimo.pdf>
- Medrano, L. (2008). El papel de las agencias de seguros en la competencia entre compañías aseguradoras. *El trimestre económico*, 75(298), 301-316.
- MIDAGRI. (2020). *Análisis de Mercado del Aguaymanto 2015—2020* (p. 54). Ministerio de Desarrollo Agrario y riego.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1720425/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20del%20Aguaymanto.pdf>
- Molina, T. (2018). *Tendencias del consumidor hacia productos orgánicos* [Grado, Pontificia Universidad Javeriana].
<http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/39805>
- Nélida, M. (2020). La importancia de la correcta interpretación del rotulado nutricional. *Fronteras en Medicina*, 15(1), 31-35.
<https://doi.org/10.31954/RFEM/202001/0033-0037>
- NTPNTP 209.038:2009 ALIMENTOS ENVASADOS. Etiquetado, 209.028:2009 55.020 § Alimentos envasados. Etiquetado (2010).
http://www.sanipes.gob.pe/documentos/5_NTP209.038-2009AlimentosEnvasados-Etiquetado.pdf
- Pérez, M., Raya, G., & Romero, E. (2016). Producción de cajas de cartón. *Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional San Rafael*, 145.
- Reglamento (UE) N° 1169/2011 del Parlamento europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, Pub. L. No. 304/18, 1169/2011 Espacio Económico Europeo (EEE) 46 (2014).
<https://www.boe.es/doue/2011/304/L00018-00063.pdf>
- SIICEX. (2022, abril 11). *Rutas Marítimas*. SIICEX.
<https://rutasmaritimas.promperu.gob.pe>