



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

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GALLETAS ARTESANALES A
BASE DE HARINA DE KIWICHA A CANADÁ 2023”**

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

PRESENTADO POR

Bach. FUENTES VARGAS, ANAIS VERONICA
<https://orcid.org/0000-0003-3204-6778>

ASESOR

Mg. PINCHI UGARTE ENRIQUE
<https://orcid.org/0000-0002-3332-6360>

**LIMA – PERÚ
2023**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, quien siempre me está guiando y dándome el coraje para seguir adelante, así como a mi familia, quien me ha apoyado y tenido paciencia en cada paso importante que he dado.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a mis asesores por trabajar conmigo en el plan de negocios. Junto a mi familia, quienes me ayudaron a desarrollar mi proyecto de investigación, y mis amigos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	9
INDICE DE FIGURAS	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCION	14
CAPITULO I: PRODUCTO A EXPORTAR	16
1.1 Ficha Técnica Del Producto	16
1.2 Clasificación Arancelaria Del Producto	17
1.3 Flujograma de Proceso Productivo:.....	18
CAPITULO II: APROVISIONAMIENTO	19
2.1 Proveedores Potenciales:	19
2.2 Matriz De Selección De Proveedores.....	19
2.2.1 Proveedores de Materia Prima	19
2.2.2 Proveedores de Empresas Tercerizadoras de Producción.....	21
2.2.3 Proveedores de empaque y Embalaje.....	22
2.3 Control de Calidad.....	22
2.4 Costo de Fabricación y/o Adquisición	24
CAPITULO III: ALMACENAMIENTO	25
3.1 Estrategia de Almacenamiento.....	25
3.2 Layout de Almacén.....	26
3.3 Detalle de Mobiliario Usado en Almacenamiento	27
3.4 Costo fijo del almacén:.....	29
CAPITULO 4: ROTULADO Y ETIQUETADO TECNICO.....	30
4.1 Modelo de Etiquetas / Rotulado de Productos	30
4.2 Normas Técnica Aplicable	30
4.3 Proceso de rotulado.....	31
4.4 Tiempos Y Costos Del Proceso De Rotulado.....	32
CAPITULO V: EMPAQUE	33

5.1	Ficha Técnica de Empaque Seleccionado	33
5.2	Criterios Usados Para la Selección del Empaque	33
5.3	Proceso de empaque	34
5.4	Tiempo y costo del proceso de empackado	35
CAPITULO VI: EMBALAJE		36
6.1	Ficha Técnica de Embalaje Seleccionado	36
6.2	Criterios Usados Para la Selección de Embalaje	37
6.3	Proceso de Embalaje	37
6.4	Tiempos y Costos Del Proceso De Embalaje	38
CAPITULO VII: UNITARIZACION		39
7.1	Ficha Técnica de la Pallet Seleccionada	39
7.2	Criterios Usados Para la Selección Del Pallet	40
7.3	Proceso de Paletización	40
7.4	Plano de Estiba de Pallet	42
7.5	Tiempos Y Costos Del Proceso De Paletización	43
CAPÍTULO VIII: CONTENEDORIZACION		44
8.1	Ficha Técnica del Contenedor Seleccionado:	44
8.2	Criterios Usados para la Selección del Contenedor	45
8.3	Proceso de Contenedorización	45
8.4	Plano de Estiba del Contenedor	46
8.5	Tiempo y Costos del Proceso de Contenedorización	47
CAPÍTULO IX: TRANSPORTE		48
9.1	Proveedores del Transporte Interno:	48
9.2	Costo de Transporte Interno (Inland Freight)	48
9.3	Proveedores de Servicio de Transporte Internacional:	49
9.4	Cotizaciones de Flete Marítimo	51
CAPÍTULO X: SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL		54
10.1	Agentes de Aduana:	54
10.2	Costo de Agenciamiento:	54
10.3	Aseguradoras:	57
10.3.1	Lexicología de Seguro	57
10.3.1	Liquidación de Siniestro Según Incoterm	57
10.4	Póliza de seguros (cobertura y Costo)	58

10.5 Depósitos Temporales:.....	60
CAPÍTULO XI: INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS DESTINO.....	61
11.1 Puertos, aeropuertos, o terminales terrestres disponibles para la carga peruana:	61
11.1.1 DP World Callao “Muelle sur”	61
11.2 Análisis de infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria del país destino:	64
11.2.1 Puertos	64
11.2.2 Aeropuertos	64
11.3 Descripción, Análisis de los Principales Puertos y Aeropuertos Incluyendo Rutas, Infraestructura, Capacidad, Restricciones, Servicios, Procedimientos, Costos, etc.:	66
11.4 Proceso de Importación y Nacionalización en el País Destino.....	68
11.4.1 Trámites de las importaciones	68
11.4.2 Aranceles Aduaneros.....	69
11.4.3 Procedimiento y Trámites de Importación.....	70
11.5 Requisitos para Importar Muestras sin Valor Comercial	71
11.6 Datos de Proveedores de Servicios Logísticos en el País Destino:	72
CAPÍTULO XII: DISTRIBUCIÓN.....	74
12. 1 Mapeo de la Secuencia Comercial Proveedor – Consumidor:.....	74
12.2 Identificación y Descripción de Canales de Distribución:	75
12.3 Canal con Mayor Flujo Comercial para Las Importaciones del Producto	75
12.4 Identificación y Cuantificación de los Márgenes de Intermediación, Condiciones de Compra (60-90-120 días, INCOTERMS utilizados), volúmenes mínimos, etc.:	77
12.5 Perspectivas esperadas en materia de evolución, diversificación, simplificación o especialización de los actores de los canales de distribución y comercialización.	79
12.6 Tendencias actuales y su implicación para los márgenes de comercialización, exigencias de compra y competencia de productos por canal:	82
12.6.1 Perfil del Consumidor.....	82
12.6.2 Cultura del Negocio	83

12.6.3 Mercado de Galletas en Canadá	83
CAPÍTULO XIII: MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACIÓN	85
13.1 Costos de Oportunidad De Capital.....	86
13.2 Valor actual neto:.....	86
13.3 Tasa de interés de retorno:.....	87
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	89
REFERENCIAS	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha Técnica del Producto A Exportar.....	16
Tabla 2 Clasificación Arancelaria	17
Tabla 3 Subpartida del Producto en Canadá	17
Tabla 4 Régimen Arancelario en Canadá	17
Tabla 5 Proveedores de Materia Prima.....	20
Tabla 6 Ponderación de Proveedores de Materia Prima.....	20
Tabla 7 Criterios de Selección de empresas de Maquila	21
Tabla 8 Ponderación de Empresas Maquiladoras.....	21
Tabla 9 Criterio de Selección de Proveedores de Cartones	22
Tabla 10 Ponderación Para La Elección de Proveedores de Cartón	22
Tabla 11 Costo de Fabricación	24
Tabla 12 Estantería De Almacén.....	25
Tabla 13 Costo Fijo del Almacén.....	29
Tabla 14 Costos de Útiles de Limpieza y Seguridad.....	29
Tabla 15 Activos Fijo Tangible.....	29
Tabla 16 Tabla Nutricional.....	32
Tabla 17 Tiempo y Costo del Proceso de Rotulado	32
Tabla 18 Ficha técnica del Empaque para las galletas artesanales de kiwicha.....	33
Tabla 20 Tiempo y Costo del Empacado	35
Tabla 21 Ficha Técnica Del Embalaje Para El Producto.....	36
Tabla 22 Embalaje Utilizado Para el Producto.....	36
Tabla 23 Embalaje de las Galletas de Kiwicha	37
Tabla 24 Pictogramas.....	38
Tabla 25 Tiempo y Costo de Embalaje	38
Tabla 26 Ficha Técnica el Pallet.....	39
Tabla 27 Proceso de Paletización	41
Tabla 28 Tiempo y Costo de Proceso de Paletización	43
Tabla 29 Ficha Técnica del Contenedor	44
Tabla 30 Tiempo y costo del Proceso de Contenedorización	47
Tabla 31 Proveedores del Transporte Interno.....	48

Tabla 32 Criterios Para la Selección de la Empresa de Transporte.....	48
Tabla 33 Ponderación Para la Selección de la Empresa de Transporte	49
Tabla 34 Criterios De Selección Para Operadores Logísticos	50
Tabla 35 Ponderación Para la Elección de Operador Logístico.....	50
Tabla 36 Criterios Para la Elección de Agencia de Aduana	54
Tabla 37 Puntuación para la elección de Agencia de Aduanas	55
Tabla 38 Cotización de agenciamiento de Aduana	56
Tabla 39 Cobertura	57
Tabla 40 Riesgos	58
Tabla 41 Criterios de Selección	59
Tabla 42 Criterios de selección de aseguradoras	59
Tabla 43 Terminales de Almacenamiento.....	60
Tabla 44 Rutas Aéreas Vuelos Cargueros Perú - Canadá	67
Tabla 45 Líneas Navieras	67
Tabla 46 Proveedores de Operadores Logísticos En Canadá.....	73
Tabla 47 Responsabilidades vendedor y comprador según Incoterm FOB 2020.....	79
Tabla 48 Matriz de Costos y Cálculo de Precio	85
Tabla 49 Flujo de Caja Económico	86

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Flujograma del Proceso Productivo	18
Figura 2 Lay- out de Almacén de Insumos y Área de Producción.....	26
Figura 3 Transpaleta	27
Figura 4 Pallets	27
Figura 5 Estantería de Pallets	27
Figura 6 Equipamiento Para Almacén.....	28
Figura 7 Modelo de Empaque	33
Figura 8 Bolsas de polietileno de baja densidad	35
Figura 9 Plano de Estiba	42
Figura 10 Plano de Estiba del Contenedor.....	47
Figura 11 Cotización de Flete Internacional	52
Figura 12 Cotización de Flete Aéreo	52
Figura 13 Cotización de Flete Aéreo	53
Figura 14 Rutas marítimas Perú - Canadá.....	66
Figura 15 Ruta de Puerto del Callao – Montreal	44
Tabla 44 Rutas Aéreas Vuelos Cargueros Perú - Canadá	67
Figura 16 Ruta de Puerto del Callao – Montreal	68
Figura 17 Canales de distribución y comercialización para la Galleta de Kiwicha ...	74
Figura 18 Distribución Propia	76
Figura 19 Distribución a través de Centros Mayoristas	77

RESUMEN

Este plan de negocios evalúa la viabilidad de exportar galletas elaboradas con harina de kiwicha a Canadá. La importancia de crear este producto radica en atender la demanda insatisfecha del mercado objetivo para posicionarlo y, en el largo plazo, diversificarlo destacando las ventajas de los productos elaborados a base de kiwicha, sustancia con un excelente potencial nutricional.

Cabe señalar que la harina de este amaranto también se puede utilizar en lugar de la harina normal para hacer tortas y pan. En algunas regiones del Perú, las abuelas aún dan a sus nietos y bisnietos las tradicionales bolas de kiwicha, que se rellenan con diferentes tipos de maní.

Para hacer frente a la competencia, también se solicitaron detalles sobre las leyes alimentarias y el mercado de galletas del país de destino. El componente principal de la galleta es la kiwicha, por lo que se detalla la historia, variedades, estacionalidad, características y ventajas de consumir este cereal. Para elaborar el Plan en base a lo que quieren los consumidores de ese mercado, se recopilaron datos sobre hábitos, gustos y preferencias. El mercado objetivo de la galleta de kiwicha son los residentes canadienses de ambos sexos, entre las edades de 18 y 49 años.

En este plan de investigación, se cubre en detalle la descripción del producto, el suministro, las tácticas de almacenamiento, el etiquetado, el empaque, el embalaje, la unitarización, la contenedorización, el transporte, los proveedores de logística, la infraestructura portuaria, la distribución y la matriz de costos. Conclusión: Las estrategias de promoción sugeridas son suficientes para la entrada al mercado de esta galleta nutricionalmente beneficiosa hecha con kiwicha y, como resultado, ayudarán a que este nuevo producto gane aceptación en el mercado canadiense.

Palabras claves:

Plan de negocios, Viabilidad, Exportar, demanda insatisfecha, mercado objetivo y estacionalidad.

ABSTRACT

This business plan evaluates the feasibility of exporting kiwicha flour-based biscuits to Canada. The importance of developing this product lies in satisfying the unsatisfied demand of the target market to then position it and in the long term it can be diversified by publicizing the benefits of products made from kiwicha, a product with excellent nutritional potential.

It should be noted that the flour from this amaranth is also used as an alternative to replace traditional flour, which is why it is used to make cakes and breads. In some departments of Peru, grandmothers still delight their children and grandchildren with the traditional kiwicha balls, which are accompanied with several pieces of peanuts inside.

Likewise, information on food legislation and the biscuit market of the destination country was sought to meet the competitors. The main ingredient contained in the biscuit is kiwicha, for which reason the origins, types, seasonality, properties and benefits of consuming this cereal are detailed. Information on habits, tastes and preferences was collected in order to develop the Plan based on what the consumer is looking for in that market. The target audience for this sweet cookie made from kiwicha are people of both sexes between the ages of 18 and 49, residing in Canada.

This research plan details the description of the product, supply, storage strategies, labeling, packing, packaging, unitization, containerization, transportation, logistics operators, port infrastructure, distribution, and cost matrix. It is concluded that the proposed promotion strategies are adequate for the market entry of this kiwicha-based cookie with nutritional contribution and as a result will help to achieve acceptance of this new product in the Canadian market.

Keywords

Viability, Export, unsatisfied demand, target market and seasonality.

INTRODUCCION

El siguiente plan de negocios para exportar galletas caseras elaboradas con harina de kiwicha a Canadá tiene como objetivo brindar a los clientes un producto que satisfaga los requerimientos de calidad del mercado internacional y las características de diferenciación por variedad y valoración del país de origen del producto. El deseo de exportar surge de la creciente demanda de productos derivados de la quinua y la kiwicha en el mercado canadiense, que se prevé que persistirá en el futuro, según las predicciones del mercado.

Todavía hay un mercado para opciones de alimentos saludables como la quinua y la kiwicha a pesar de la pandemia de Covid 19 y la recesión económica mundial porque los consumidores canadienses están cada vez más preocupados por mantener su salud y consumir productos saludables. Canadá, donde hay más oportunidades para comercializar productos saludables, ha visto un aumento en el número de cadenas y tiendas naturales.

Las galletas a través de un distribuidor se dirigirán a mayoristas, minoristas y tiendas especializadas tan pronto como llegue al mercado bajo su propia marca. El artículo se vende a US\$1.23 y se utiliza la ruta marítima y el Incoterm FOB para enviar mercancías a Canadá. El proyecto consta de trece capítulos que de manera organizada y sistemática, detallan los siguientes temas:

La descripción del bien exportable, la identificación del código arancelario apropiado y el procedimiento de fabricación se tratan en el primer capítulo.

El abastecimiento se trata en detalle en el segundo capítulo, que consiste en evaluar a los proveedores potenciales para determinar cuáles pueden cumplir con los requisitos del mercado de exportación. También se analizan los costos asociados con la fabricación y el control de calidad.

Las estrategias de almacén, la distribución del almacén, los muebles y accesorios específicos que se utilizarán allí, así como el costo fijo del almacén, se tratan en detalle en el tercer capítulo.

Los requisitos de información para el etiquetado se describen en detalle en el cuarto capítulo. Se presentan los tiempos y costos del proceso de etiquetado, junto con las normas técnicas y los procedimientos de etiquetado.

El quinto capítulo describe la ficha técnica comercial del empaque, los criterios de selección del empaque, los procesos de empaque y el tiempo y los costos asociados con la creación del empaque adecuado para el producto.

El sexto capítulo muestra la ficha técnica del embalaje elegido, los criterios de selección, los procedimientos de embalaje y los tiempos y costos asociados al proceso de embalaje.

El séptimo capítulo muestra la ficha técnica del palet elegido, los criterios de selección, los procedimientos de paletizado y los tiempos y costos asociados al proceso de paletizado.

La ficha técnica de la contenedorización elegida, los criterios de selección, los procesos de contenedorización y los tiempos y costos de la contenedorización se muestran en el octavo capítulo.

La evaluación y selección de las empresas de transporte, los costos de transporte interno y las cotizaciones de fletes marítimos y aéreos se tratan en el capítulo noveno.

El décimo capítulo analiza cómo evaluar y elegir las agencias de aduanas, así como los costos asociados al hacerlo. También las coberturas de pólizas de seguros y los depósitos temporales.

El capítulo once describe los principales puertos, aeropuertos, terminales terrestres, procesos de importación y nacionalización en el país de destino, requisitos para la importación de muestras comerciales y datos de los proveedores de servicios logísticos en el mercado de destino.

El Capítulo 12 analiza el mapeo, los canales de distribución, los márgenes y el marketing para asegurarse de que los productos se muevan sin problemas hasta que se entreguen al consumidor final.

Los capítulos desarrollados en este proyecto de exportación nos brindaran información acerca de nuestro proceso logístico de nuestro producto a exportar como son el envasado, embalaje que hemos decidido utilizar evaluando diferentes puntos.

La matriz de costos de exportación se encuentra ampliamente descrita en el capítulo treceavo, el cual nos brinda una proyección de la inversión requerida para poner en marcha las operaciones de la empresa.

CAPITULO I: PRODUCTO A EXPORTAR

1.1 Ficha Técnica Del Producto

Según (PROMPERU, 2017) Las características y capacidades del producto que le interesa se describen en la ficha. También le brinda las herramientas para estimar costos, medir la rentabilidad y evaluar la eficiencia. El cliente necesita frecuentemente este documento para tener un conocimiento básico o preciso del producto antes de realizar una compra.

Tabla 1

Ficha Técnica del Producto A Exportar

Galletas Artesanales de Harina de Kiwicha	
Partida Arancelaria : 1905.31.00.00	
Descripción del Producto: Galletas hechas a base de harina de kiwicha	
Zona de Producción:	Cusco, Arequipa, Áncash, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Junín y La Libertad.
Nombre de Presentación Comercial	Amarantus
Valor Nutricional	Proteína: 12,9 g Calcio: 247 g Fósforo: 500 mg Fibra: 6,7 g Hierro: 3,4 mg Valor energético: 358 kcal Vitamina C: 3,0 mg Carbohidratos: 65,1 g
Forma de Presentación	Cajitas biodegradables



1.2 Clasificación Arancelaria Del Producto

Según (SUNAT, 2019) indica que para determinar qué Reglas Generales de Interpretación del Sistema Armonizado deben aplicarse para determinar la subpartida, es necesario determinar qué clasificación arancelaria es la correcta; como resultado, este producto se rige por lo siguiente:

Tabla 2

Clasificación Arancelaria

Sección: IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco, elaborados
Capítulo	
1905.31.00.00	Galletas que han sido endulzadas.

Tabla 3

Subpartida del Producto en Canadá

En Canadá	
19053100	Sweet biscuits

Nota: Elaboración Propia, según Macmap.

De acuerdo a la Tabla anterior, se indica la subpartida del producto en la nación de destino; en este caso Canadá, con el código 1905.31. 00 galletas azucaradas. Cabe señalar que en la elección del destino de exportación se tuvo en cuenta la demanda de este producto.

Tabla 4

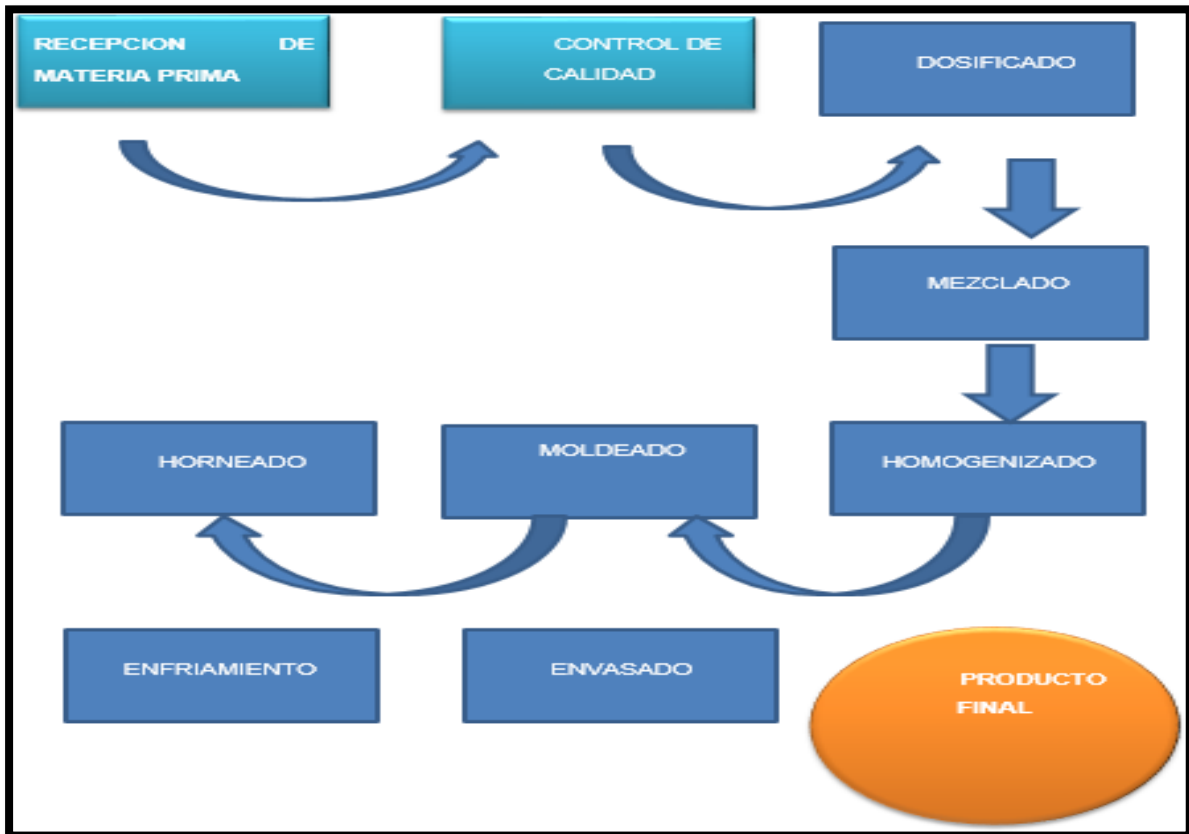
Régimen Arancelario en Canadá

Régimen Arancelario	Arancel Aplicado	Ad Valorem Equivalente
Derechos NMF (Aplicados)	0%	0%

1.3 Flujograma de Proceso Productivo:

Figura 1

Flujograma del Proceso Productivo



Recepción De Materia

Prima: Para la elaboración de nuestras galletas artesanales elaboradas con harina de kiwicha se entrega la materia prima, en este caso harina de kiwicha y otros ingredientes.

Control De Calidad: Se hará la revisión de los diversos insumos para corroborar que nuestros materiales se encuentren en óptimas condiciones para proceder con la preparación.

Dosificado: dividir los diferentes insumos

Homogenizado: La mezcla que se realizó en su

Moldeado: Las galletas se moldearán en forma circular

Enfriamiento:

Envasado: Nuestro producto ya enfriado procede a ser envasado en cajas biodegradables para su posterior empaquetado y embalado.

CAPITULO II: APROVISIONAMIENTO

2.1 Proveedores Potenciales:

Se elegirá la mejor opción luego de considerar posibles proveedores de harina de Kíwicha de acuerdo con los criterios establecidos y la documentación de respaldo de la calidad de los distintos insumos. Dicha selección no será por el precio de los insumos, será por la calidad y por el nivel de confianza del proveedor, que este a su vez sea homologado con certificaciones de calidad de sus productos.

2.2 Matriz De Selección De Proveedores

2.2.1 Proveedores de Materia Prima

Tabla 3

Proveedores de harina de kiwicha

Posibles Proveedores	Ubicación
Asociación de Productores de Plantas Medicinales Ecológicas de la Unión - APROPLAME	Puente Bolognesi 102, Cotahuasi, La Unión, Arequipa
Empresa Agro Industrial Solo Ecológicos - EASE	Cooperativa John Kennedy B 6, José Luis Bustamante y Rivero, Arequipa
Grupo Orgánico Nacional SA - GRONSA	Camino Real 111, oficina 501, San Isidro, Lima

Las actividades y procesos que realizan los compradores y vendedores para producir y distribuir bienes en las cantidades correctas conforman la cadena de suministro, en los lugares apropiados y en los momentos apropiados para satisfacer las necesidades de los clientes. Los siguientes estándares de evaluación se aplican a cada una de las tres empresas proveedoras aprobadas:

Tabla 5*Proveedores de Materia Prima*

Criterios	APROPLAME	Empresa Agro Industrial Solo Ecológicos - EASE	Grupo Orgánico Nacional SA - GRONSA
Experiencia	12 años	20 años	19 años
Distancia a la Planta km	949	1012	22.3
Puntualidad	Buena	Muy Buena	Buena
Volumen de Suministro	150 TN	180 TN	70 TN
Precio por Kg.	S/. 6.50	S/. 6.00	S/. 10.00
Ubicación	Arequipa	Arequipa	Lima
Flete	S/. 1,800.00	S/. 1,600.00	S/. 1,200.00

Tabla 6*Ponderación de Proveedores de Materia Prima*

Criterios	Importancia %	APROPLAME	Puntaje	Empresa Agro Industrial Solo Ecológicos - EASE	Puntaje	Grupo Orgánico Nacional SA - GRONSA	Puntaje
Experiencia	11%	2	0.22	4	0.44	3	0.33
Distancia a la Planta km	14%	3	0.42	2	0.28	4	0.56
Puntualidad	11%	3	0.33	5	0.55	3	0.33
Volumen de Suministro	16%	3	0.48	4	0.64	2	0.32
Precio por Kg.	17%	4	0.68	5	0.85	3	0.51
Ubicación	17%	3	0.51	3	0.51	4	0.68
Flete	14%	2	0.28	3	0.42	4	0.56
Total	100%		2.92		3.69		3.29

De acuerdo a la tabla anterior, Empresa Agro Industrial Solo Ecológicos - EASE obtuvo el puntaje más alto y será el proveedor de kiwicha. Es una empresa que comercializa uno de los mejores tipos de kiwicha del Perú. El transporte interno se encarga de llevar la Kiwicha en grano a la empresa maquiladora que fabrica galletas artesanales.

2.2.2 Proveedores de Empresas Tercerizadoras de Producción

El paso más crucial en la selección de una empresa maquiladora es sopesar varios factores porque esa organización se encargará de la tarea principal, que es producir galletas de Kiwicha artesanal.

Tabla 7

Criterios de Selección de empresas de Maquila

Criterios	Andes Natura S.A.C	Grupo Exal S.A.C	Arsenna S.A.C
Experiencia	8 años	13 años	12 años
Distancia a la Planta km	20.9	47	37
Puntualidad	Buena	Muy Buena	Buena
Volumen de Suministro	80,000	70,000	50,000
Precio por Kg.	S/. 1.60	S/. 1.80	S/. 1.90
Certificación	Si	Si	Si
Flete	S/. 454.00	S/. 800.00	S/. 600.00

Tabla 8

Ponderación de Empresas Maquiladoras

Criterios	Importancia %	Andes Natura S.A.C	Puntaje	Grupo Exal S.A.C	Puntaje	Arsenna S.A.C	Puntaje
Experiencia	11%	2	0.22	4	0.44	3	0.33
Distancia a la Planta km	13%	5	0.65	2	0.26	3	0.39
Puntualidad	11%	4	0.44	5	0.55	4	0.44
Volumen de Suministro	16%	4	0.64	3	0.48	2	0.32
Precio por Kg.	17%	4	0.68	3	0.51	2	0.34
Certificación	16%	4	0.64	4	0.64	4	0.64
Flete	16%	5	0.8	3	0.48	4	0.64
Total	100%		4.07		3.36		3.1

Andes Natural S.A.C. La empresa ofrece servicios para la producción de alimentos procesados y tiene más de 8 años de funcionamiento con domicilio fiscal en La Molina. Asimismo, Cuenta con certificados de DIGESA, Buenas prácticas de manufactura y HACCP.

2.2.3 Proveedores de empaque y Embalaje

Nuestro proveedor de cajas de cartón exige el siguiente procedimiento de evaluación:

Tabla 9

Criterio de Selección de Proveedores de Cartones

Criterios	Propacki S.A.C.	Cartones Villa Marina S.A.	PAPELZA PERU S.A.C
Experiencia	6 años	24 años	7 años
Distancia a la Planta km	21	37	37.8
Puntualidad	muy buena	buena	buena
Volumen de Suministro	80,000	120,000	100,000
Precio por Kg.	0.50	0.60	0.70

Tabla 10

Ponderación Para La Elección de Proveedores de Cartón

Criterios	Importancia %	Propacki S.A.C.	Puntaje	Carton es Villa Marina S.A.	Puntaje	PAPELZ A PERU S.A.C	Puntaje
Experiencia	17%	2	0.34	4	0.68	3	0.51
Distancia a la Planta km	19%	5	0.95	3	0.57	2	0.38
Puntualidad	19%	5	0.95	4	0.76	4	0.76
Volumen de Suministro	22%	3	0.66	5	1.1	4	0.88
Precio por Kg.	23%	4	0.92	3	0.69	2	0.46
Total	100%		3.82		3.8		2.99

Como se muestra en la Tabla anterior, con base en los resultados de las mediciones, podemos mostrar que nuestro proveedor de empaque y embalaje será Propacki S.A.C

2.3 Control de Calidad

Nuestras galletas artesanales a base de Kiwicha deben apegarse a las características organolépticas de la galleta en cuanto a color, estar libres de puntos quemados, olores extraños ajenos a la naturaleza del producto, estar libres de

sabores rancios y tener una textura suave y crocante. y no debe contener objetos extraños, incluidos insectos vivos o muertos.

La Norma Sanitaria para la Elaboración, fabricación y Expendio de Productos de Panadería, Galletería y Pastelería, autorizada por Resolución Ministerial y las galletas no deben tener más del 12% de humedad, según Reglamento MINSA 1020-2010 (Ministerio de Salud,2010).

Ley N° 30021 “Ley de Promoción de la Alimentación Saludable de Niños, Niñas y Adolescentes y su Reglamento”, el contenido mínimo de proteína debe ser de 8.5 por ciento; el contenido total de azúcar debe ser inferior a 22,5 gramos por 100 gramos; la cantidad de grasas saturadas debe ser inferior a 6 gramos por 100 gramos; la cantidad de sodio debe ser inferior a 800 gramos por 100 gramos; y la especificación máxima de grasas trans es 5 (Ministerio de Salud, 2017).

La documentación imperativa, el Registro Sanitario del producto, las modificaciones y ampliaciones, en su caso, emitido por DIGESA, que deberá corresponder al producto, empaque y presentación, vigente durante el período de atención, y la Resolución Directoral que otorga la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP emitido por DIGESA, otorgado para la línea de proceso de producción del producto requerido, vigente durante la fabricación del producto (Ministerio de Salud 2010).

Además, certificado o informe de inspección de lotes emitido por un organismo de inspección acreditado por INACAL-DA. Donde se ejecuta un análisis organoléptico, físico, químico y microbiológico (por código de lote) (Gerencia Regional de Salud, 2008).

2.4 Costo de Fabricación y/o Adquisición

Tabla 11

Costo de Fabricación

Detalle	Unid	Costo * Unid	Cantidad	Costo S/.	Costo \$
Costo de producto tercerizado	unidad	1.60	13440	21,504.00	5,513.85
Materia Prima x kg	Kg.	6.00	1456	8,736.00	2,240.00
Etiquetado y rotulado	unidad	0.30	13440	4,032.00	1,033.85
Empacado	unidad	0.15	13440	2,016.00	516.92
Embalado	unidad	0.35	672	235.20	60.31
Transporte de materia prima	Kg.	1.10	1456	1,601.60	410.67
Transporte del maquilador hacia almacén	Kg.	0.15	3032.32	454.85	116.63
Caja de cartón corrugado	unidad	0.50	672	336.00	86.15
Strech Film	unidad	20.00	1	20.00	5.13
Rollo de zuncho	metros	66.30	1	66.30	17.00
Embalaje	unidad	22.00	1	22.00	5.64
Pallets	unidad	96.00	8	768.00	196.92
Total				39,791.95	10,203.06

CAPITULO III: ALMACENAMIENTO

3.1 Estrategia de Almacenamiento

Las estrategias de almacenamiento son una colección de tácticas y procedimientos diseñados para mejorar la gestión y organización espacial durante el proceso de almacenamiento en las bodegas.

Según el almacenaje vertical, que evita daños tanto a los productos como a los distintos sistemas de almacenaje que se utilizan en el inmueble. Además de liberar espacio físico para facilitar el movimiento entre estantes con o sin equipo de carga, esto nos permitirá almacenar los productos en forma vertical dentro de la distribución de un almacén. Además, por su forma de apilar, evitará pisar la mercancía o causar cualquier otro tipo de daño.

Tabla 12

Estantería De Almacén



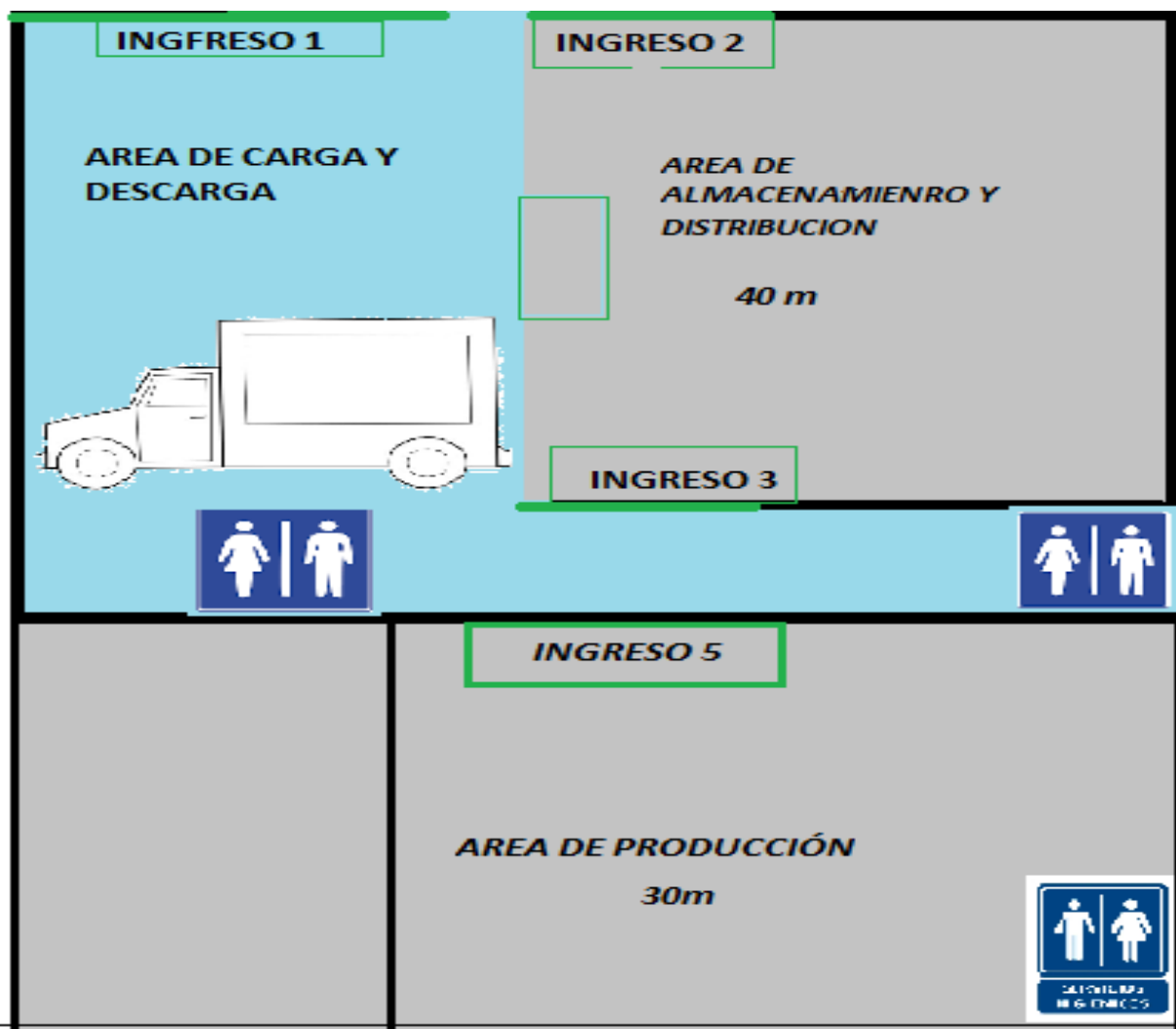
El almacenamiento vertical, también conocido como apilamiento, en el que las cajas se mantienen sobre tarimas, junto con técnicas de organización, es el mejor curso de acción en esta situación. En los estantes estarán almacenadas las cajas de galletas, las cuales por el empaque que se usará, cada caja contendrá

3.2 Lay out de Almacén

Según (Muther, R.) El diseño muestra cómo se gestiona un almacén. La importancia de esta estrategia radica en revisar la entrada y salida de los productos del almacén, así como conocer el mejor proceso para la preparación del producto hasta su distribución final, con el objetivo de agilizar el proceso y reducir los costos de exportación. Dado que tiene la capacidad de adaptarse para producir un tipo particular de resultado basado en el diseño y la organización, esta herramienta se puede utilizar en cualquier industria.

Figura 2

Lay-out de Almacén de Insumos y Área de Producción



3.3 Detalle de Mobiliario Usado en Almacenamiento

El almacenamiento requiere de mobiliario para la carga y descarga de producto terminado para el traslado de las cajas.

Figura 4

Pallets



Figura 3

Transpaleta



Figura 5

Estantería de Pallets



Figura 6*Equipamiento Para Almacén*

Mobiliario	Función	Imagen
Escritorio	Gestión de almacén	
Silla giratoria	Gestión de almacén	
Laptop	Gestión de almacén	
Mesa	Desarrollar actividades de apoyo como el embalaje	
Extintores	Seguridad	
Luces de emergencia	Seguridad	
Guantes de seguridad	Seguridad	
Zapatos de seguridad	Seguridad	
Mesa	Seguridad	
Cámara de seguridad	Seguridad	

3.4 Costo fijo del almacén:

Estos costos fijos de almacén son gastos que ocurrirán durante un período de tiempo específico; la tabla enumerará los costos fijos mensuales del almacén.

Tabla 13

Costo Fijo del Almacén

Detalle	Mensual	Anual
Gasto de arrendamiento de local	2,000.00	24,000.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	400.00	4,800.00
Total	2,400.00	28,800.00

Tabla 14

Costos de Útiles de Limpieza y Seguridad

Materiales de limpieza	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Útiles de Limpieza	4	S/. 85.00	S/. 340.00
Zapatos de Seguridad	4	S/. 100.00	S/. 400.00
Guantes	4	S/. 15.00	S/. 60.00
Uniforme	4	S/. 120.00	S/. 480.00
Mascarilla (Paquete)	1	S/. 20.00	S/. 20.00
Total		S/. 340.00	S/. 1,300.00

Tabla 15

Activos Fijo Tangible

Máquinas Y Equipos	Unidad	Cantidad	Precio Mn	Total	Dólares
Computadoras	Unidad	4	2100.00	S/ 8,400.00	2153.85
Ventiladores	Unidad	3	260.00	S/ 780.00	200.00
Impresora Multifuncional	Unidad	1	1400.00	S/ 1,400.00	358.97
Microondas	Unidad	1	480.00	S/ 480.00	123.08
Pato hidráulico	Unidad	1	1550.00	S/ 1,550.00	397.44
Extintores	Unidad	1	140.00	S/ 140.00	35.90
Luz de emergencia	Unidad	1	120.00	S/ 120.00	30.77
Cámara de seguridad	Unidad	3	500.00	S/ 1,500.00	384.62
Total				S/ 14,370.00	3684.62

CAPITULO 4: ROTULADO Y ETIQUETADO TECNICO

Según (SIICEX, 2011) La etiqueta de los productos es cualquier marca, etiqueta u otro material descriptivo o gráfico que haya sido adherido al producto o escrito, impreso o marcado en bajo relieve. Su envase o empaque, siendo su principal función informar al consumidor sobre las características del producto que desea adquirir y de esa manera permita al consumidor hacer una elección informada. Siendo nuestro producto un alimento deberá contener la siguiente información tomando en cuenta el país destino (Canadá)

4.1 Modelo de Etiquetas / Rotulado de Productos

La etiqueta debe incluir la siguiente información de acuerdo con las normas de Canadá.

- El nombre completo y la dirección del operador.
- El nombre común claramente visible y legible del producto alimenticio.
- una lista de los ingredientes del alimento, ordenados por su porcentaje de presencia.
- País de procedencia.
- Tabla nutricional.

Se deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

- Si se trata de una situación geográfica, se debe colocar "Marca" encima de la marca o nombre comercial. Coloque la palabra "Brand" en la versión en inglés directamente debajo de la palabra en francés "Marque".
- Si una variedad de fruta o verdura aparece en la etiqueta, es la variedad real y correcta.
- La calificación verdadera y precisa del artículo. Tal como lo establece el Reglamento de Productos Procesados, la declaración de grado que debe exhibirse en las etiquetas de los alimentos importados y vendidos en sus envases originales.

4.2 Normas Técnica Aplicable

La Ley y el Reglamento de Alimentos y Medicamentos experimentaron cambios en diciembre de 2002 que afectaron el etiquetado nutricional y la promoción del valor nutricional y saludable de los alimentos.

Los siguientes cambios fueron los más significativos:

- El etiquetado de los alimentos preenvasados debe incluir información sobre su valor nutricional.
- Criterios modificados de promoción del contenido nutricional.
- Condiciones y estándares para la promoción de la salud relacionada con la dieta (SFCA y SFCR).

Para la exportación del producto se requieren los siguientes certificados:

- Un Certificado de Origen es un documento emitido por la Cámara de Comercio de Lima que certifica el origen de las mercancías y les permite beneficiarse de las preferencias arancelarias que Canadá ha otorgado como parte del Tratado de Libre Comercio.
- La CFIA emite certificados de inspección como un requisito crucial para garantizar que los productos que ingresan al territorio canadiense sean como se anuncian.
- Para el ingreso mínimo requerido. La calidad, el etiquetado, el empaque y la presencia de plagas o enfermedades en el producto son algunos de los factores que se evalúan.

4.3 Proceso de rotulado

El procedimiento de etiquetado se realizará teniendo en cuenta los datos de acuerdo con la normativa canadiense.

- Elaborado y envasado Andes Natura S.A.C con RUC 20600264959 - Av. Javier Prado Este Nro. 6313 Urb. La Rivera de Monterrico (1ra Etapa) Lima - La Molina
- Ingredientes:
 - Harina de Kiwicha
 - Harina de trigo.
 - Manteca.
 - Azúcar.
 - Leche en polvo
 - Polvo de hornear.
 - Huevos.
- País de origen: Perú

Tabla 16*Tabla Nutricional*

Nutritional Table Presentation For 195 g In 100g and per portion 30g			
Number of servings per container: Approx 6.5			
Energy and nutrients	100 grams	1 portion	% UD
Energy (Kcal)	350	33	2.0
Total carbohydrates (g)	0	0	0
Dietary fiber (g)	0	0	0
Fats (g)	0	0	0
Saturated (g)	0	0	0
Trans (g)	0	0	0
Proteins (g) one serving	10	2.5	5.4
Vitamins and minerals			
Iron (mg)	22.26	6.6	30.3

4.4 Tiempos Y Costos Del Proceso De Rotulado**Tabla 17***Tiempo y Costo del Proceso de Rotulado*

Descripción		
Tiempo	Costo S/	Productos
1 hora	210	Rotulo 700 empaques
8 horas laboradas	1680	Rotulo 5600 empaques
19 horas laboradas	4032	Rotulo 13440 empaques

Nota: Autoría propia (8 horas = 5600 19 horas = 13440 empaques)

En el cuadro anterior se indica los tiempos y costos del etiquetado de la empresa Andes Natura S.A.C y en una hora rotulará 700 empaques de 195 gramos teniendo un costo de S/ 210.00. Luego, en 8 horas laboradas se etiquetará 5600 empaques teniendo un costo de S/ 1680.00. Finalmente, para etiquetar toda la producción del primer embarque tomará un tiempo de 19 horas con un costo de S/ 4032.00 soles.

CAPITULO V: EMPAQUE

Según (SIICEX, 2009) Entendemos que un empaque es todo aquel material o recipiente que contiene, alberga o guarda un producto de cualquier tipo líquido, solido, granulado en crema o polvo y permite protegerlo de las condiciones exteriores y a la vez diferenciarlo de otros productos.

5.1 Ficha Técnica de Empaque Seleccionado

Tabla 18

Ficha técnica del Empaque para las galletas artesanales de kiwicha

Detalle	Descripción
Detalle	La caja de kraft es un modelo de caja utilizada para proteger y transportar los productos, ya que son de una gran resistencia y versatilidad. Estas cajas darán un aspecto más natural y ecológico al negocio puesto que es un producto biodegradable y no contaminante.
Empaque	Cajas
Material	Microcorrugado kraft
Color	Natural krafft
Medidas	200 x10 cm
Peso	3g
Gramaje	100 gr/m2
Confección	Automático
Tamaño	12.5 cm x 5 cm x 20 cm

Figura 7

Modelo de Empaque



5.2 Criterios Usados Para la Selección del Empaque

El empaque ahora se usa como una poderosa herramienta de marketing además de servir como protector de productos alimenticios. Los importadores se sienten atraídos por los materiales de vanguardia y respetuosos con el medio ambiente en el mercado canadiense. El uso de envases biodegradables es el resultado del mayor interés de los consumidores en productos ecológicos y una mayor conciencia del riesgo que representa el plástico para el medio ambiente.

Según la (MINCETUR, 2016) “Una de las principales funciones del envase es conservar el producto. En ese sentido, las características de un buen envase son las siguientes:

- Posibilidad de contener el producto.
- Permitir su identificación.
- Capacidad de proteger el producto.
- Que sea adecuado a las necesidades del consumidor en términos de tamaño, ergonomía, calidad, etc.
- Que se ajuste a las unidades de carga y distribución del producto.
- Que se adapte a las líneas de fabricación y envasado del producto.
- Que cumpla con las legislaciones vigentes.
- Que su precio sea el adecuado a la oferta comercial que se quiere hacer del producto.
- Que sea resistente a las manipulaciones, transporte y distribución comercial.”(p. 08)

5.3 Proceso de empaque

Las galletas de Kiwicha deben ser empacado en bolsas para la conservación del producto según la demanda en el mercado. La producción de galletas de kiwicha se realizará con la empresa Andes Natura S.A.C y se traslada hasta el sistema de empackado, en donde se pesa y se llena en envase primario que será en bolsas de polietileno de baja densidad y se realiza un embolsado de 6 unidades por bolsa para que las galletas mantengan la consistencia como recién salidas del horno posteriormente se procede a ponerlas en las cajitas de microcorrugado, está a su vez tendrá un empaque el cuál será cajitas kraft de doble pliego. El empaque eco

amigable como las cajitas Kraft en una presentación de 195 gramos.

Figura 8

Bolsas de polietileno de baja densidad



5.4 Tiempo y Costo del Proceso de Empacado

Personal especializado se encargará del proceso de envasado, teniendo mucho cuidado de no dañar las galletas ni las cajas.

Tabla 19

Tiempo y Costo del Empacado

Tiempos y Costos		
Tiempos	Costos s/	Productos
1 hora	S/. 120.00	Empacar 800 cajitas de galletas de kiwicha de 195 gr.
8 horas laboradas	S/. 960.00	Empacar 6400 cajitas de galletas de kiwicha de 195 gr.
16 horas laboradas	S/. 2016.00	Empacar 13440 cajitas de galletas de kiwicha de 195 gr.

Nota: Autoría propia. (1 hora = 800 cajitas 8 horas = 6400 cajitas)

En el cuadro anterior se indica los tiempos y costos del empacado de las cajitas de galletas de Kiwicha. La empresa Andes Natura S.A.C ejecutará el empacado y en una hora se empacará 800 cajitas de galletas de kiwicha de 195 gramos teniendo un costo de s/ 120.00. Luego, en 8 horas laboradas se empacará 6400 cajitas teniendo un costo de S/ 960.00. Finalmente, se empacará 13440 cajitas en 16 horas.

CAPITULO VI: EMBALAJE

Según (MINCETUR, 2009) El embalaje es un tipo de empaque que encierra, protege nuestro producto empaquetado para un almacenamiento simple y garantiza que llegue a su destino sin daños. Así entonces el embalaje es parte importante de nuestro proceso para ello requeriremos de algunos materiales.

6.1 Ficha Técnica de Embalaje Seleccionado

Tabla 20

Ficha Técnica Del Embalaje Para El Producto.

Materiales	Características
Cajas	cartón corrugado
Medidas	40 cm x 25 cm x 25 cm
Color	Kraft
Peso	300 gr
Film alveolar	Plástico
Diámetro de las burbujas	10mm x 4mm

Tabla 21

Embalaje Utilizado Para el Producto



6.2 Criterios Usados Para la Selección de Embalaje

Debemos reconocer las áreas cruciales para elegir correctamente el embalaje debido a la fragilidad del producto en sí y durante la manipulación. Las soluciones válidas o no estarán determinadas por los siguientes factores: Condiciones de transporte, temperatura, humedad, posibilidad de condensación, impactos y vibraciones. Los problemas de moho, insectos y almacenamiento, etc. pueden tener un impacto en nuestro paquete o su apilamiento también nos indicará el tipo de embalaje que necesitaremos.

Es fundamental elegir la caja de cartón adecuada para minimizar las pérdidas y reclamaciones provocadas por daños en el producto durante el almacenamiento o el transporte.

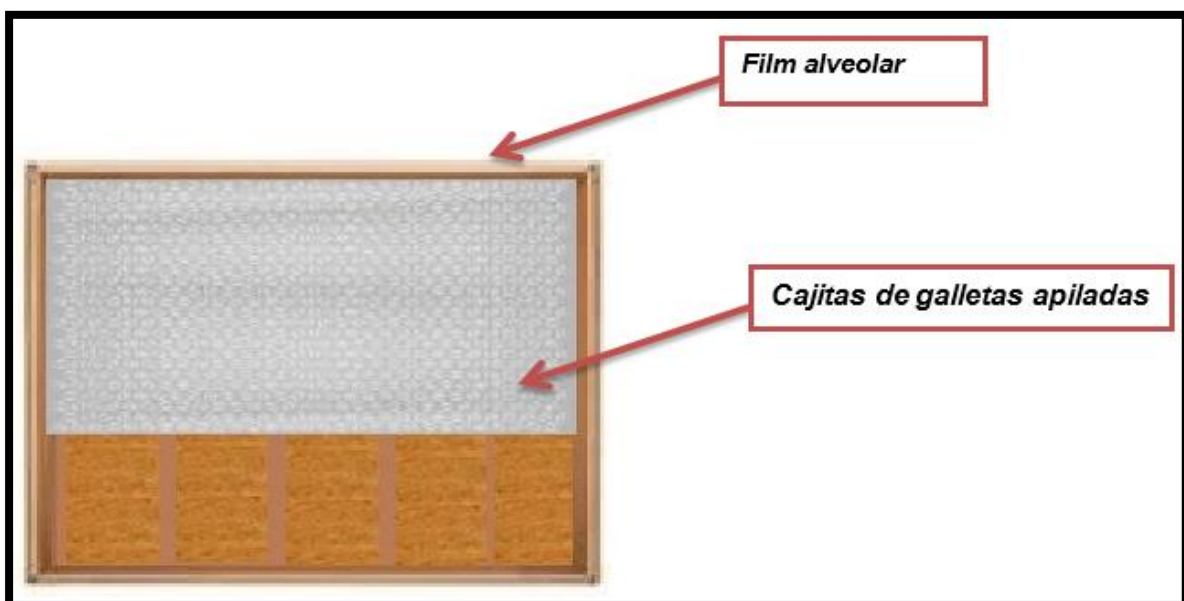
6.3 Proceso de Embalaje

Para proteger el producto en la manipulación, almacenamiento y transporte hacia su destino nuestro proceso será:

Una vez envasado el producto se colocará las cajitas de galletas en la caja grande una encima de otra teniendo en cuenta el tamaño de nuestro empaque 12.5 x 5 cm x 20 cm y nuestra caja de embalaje 40 x 25 x 25 cm, cada caja contendrá 20 cajitas de galletas.

Tabla 22

Embalaje de las Galletas de Kiwicha



Los símbolos o pictogramas ayudarán a una mejor comprensión del producto en un lenguaje universal, lo que ayudará a tener un mejor manejo del producto durante el manejo y traslado, según las normas de la Organización Internacional de Normalización, ISO 7000 y 780. Los pictogramas a utilizar son:

6.4 Tiempos y Costos Del Proceso De Embalaje

Tabla 23

Pictogramas

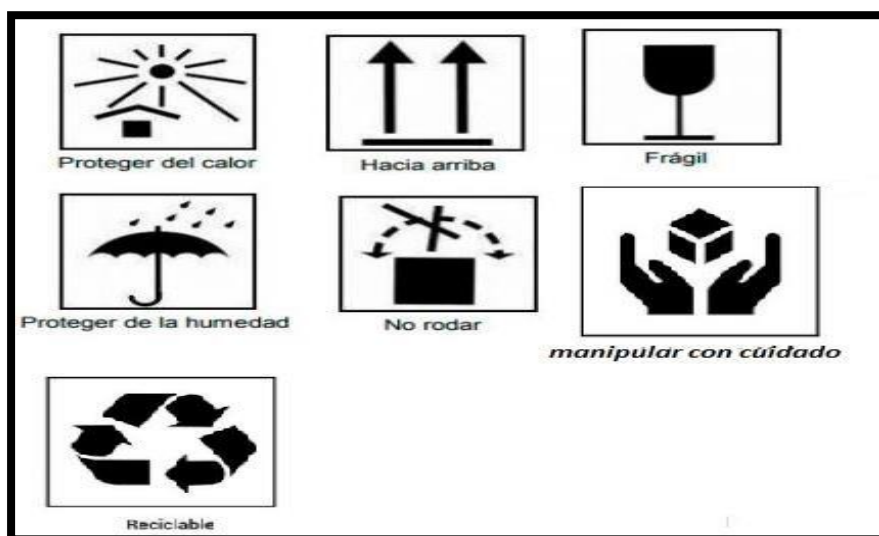


Tabla 24

Tiempo y Costo de Embalaje

Descripción		
Tiempo	Costo	Productos
1 hora	67.48	Colocar 3840 cajitas en 192 cajas
3 horas trabajadas y 30 minutos	236.2	Colocar 13440 cajitas en 672 cajas

Nota: Autoría propia (3 horas y 30 min = 13440)

En la tabla anterior se muestra el tiempo empleado para colocar las cajitas de galletas de kiwicha en las cajas, Andes Natura armará 192 cajas de 20 unidades cada una a un precio de S/ 67.48 por hora. Finalmente, para colocar todas las cajitas de primer embarque se necesitarán 3 horas y 30 minutos de trabajo y se colocarán 672 cajas a un precio de S/ 236.20.


CAPITULO VII: UNITARIZACION

Según (PROMPERU, 2017) La unitarización es el proceso de organizar y preparar adecuadamente las mercancías en unidades de carga para su transporte como parte de las operaciones de distribución. En otras palabras, para facilitar el transporte, uno o más artículos se combinan en unidades superiores de carga (movilizadas como una unidad indivisible) que deben mantener su completa integridad sin el más mínimo daño durante el transcurso de su transporte.

7.1 Ficha Técnica de la Pallet Seleccionada

Tabla 25

Ficha Técnica el Pallet

<p>Descripción</p>																			
<p>Descripción Física de los Pallets</p>	<p>La plataforma creada por las tablas es donde se almacenan y mueven las mercancías. Cuando una carga está sobre un palet, las grúas hidráulicas como los transpaletas o las carretillas elevadoras pueden moverla rápida y fácilmente.</p>																		
<p>Características de los Pallets</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Largo</td> <td style="text-align: right;">120 cm</td> </tr> <tr> <td>Ancho</td> <td style="text-align: right;">100 cm</td> </tr> <tr> <td>Alto</td> <td style="text-align: right;">12.5 cm</td> </tr> <tr> <td>Volumen</td> <td style="text-align: right;">0.15 m3</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td style="text-align: right;">30 kg</td> </tr> <tr> <td>Peso máximo</td> <td style="text-align: right;">1500 kg</td> </tr> <tr> <td>Carga dinámico</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Peso máximo</td> <td style="text-align: right;">2000 kg</td> </tr> <tr> <td>Carga dinámica</td> <td></td> </tr> </table>	Largo	120 cm	Ancho	100 cm	Alto	12.5 cm	Volumen	0.15 m3	Peso	30 kg	Peso máximo	1500 kg	Carga dinámico		Peso máximo	2000 kg	Carga dinámica	
Largo	120 cm																		
Ancho	100 cm																		
Alto	12.5 cm																		
Volumen	0.15 m3																		
Peso	30 kg																		
Peso máximo	1500 kg																		
Carga dinámico																			
Peso máximo	2000 kg																		
Carga dinámica																			
<p>Aplicaciones</p>	<p>Transporte. Los palés se utilizan principalmente para el transporte eficiente y seguro de mercancías de todo tipo.</p> <p>Almacenamiento. Los productos se almacenan de forma segura y ordenada utilizando palés. La forma de los palets de madera permite apilar bloques unos encima de otros, facilitando el uso de todo tipo de almacenes.</p>																		
<p>Normativa</p>	<p>NIMF 15 La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación desarrolló una disposición contra las plagas para evitar por completo la propagación de plagas entre naciones, lo que puede ocurrir durante el transporte de piezas o componentes.</p>																		

7.2 Criterios Usados Para la Selección Del Pallet

Muchos defensores se han pronunciado a favor de intentar determinar el palé más adecuado para determinar las dimensiones del embalaje de 1.000 mm x 1.200 mm proporciona una amplia gama de opciones de adaptabilidad para una variedad de paquetes con varias dimensiones. El paletizado de cajas que tengan las siguientes dimensiones es una opción.

- En un palé de 1000 x 1200 mm, el artículo tiene 400 mm de largo y 250 mm de ancho. La superficie de la plataforma se utiliza por completo.

Se Considera estos puntos muy importantes para la elección del pallet:

- **Tipo de pallet según el material:**
Hoy en día podemos encontrar en el mercado pallets de distintos materiales como son madera, metal, plástico y cartón.
- **Contribución al Medio Ambiente**
De esta manera vemos por conveniente la madera ya que este pallet puede ser reusado y también a su vez es amigable con el planeta por ser material para reciclar.
- **Flexibilidad:**
Americano o Universal porque adapta mejor a los embalajes por sus medidas.
- **Almacenamiento:**
Con el pallet el almacenamiento se hace más fácil.
- **Higiene:**
- **Peso y Resistencia:**
Siendo madera el material del pallet elegido este ofrece mejor resistencia.

7.3 Proceso de Paletización

Uno de los primeros intentos de unitarizar la carga fue el paletizado, que consiste en colocar la carga sobre una plataforma que ha sido construida de acuerdo con las especificaciones que cada empresa tiene para sus productos. Las dimensiones del palet, que facilitan mucho el levantamiento y manipulación de la carga, también están de acuerdo con las dimensiones del producto o contenedor y el lugar donde se realiza el transporte.

A continuación, se realiza cálculos para determinar la cantidad de cajas en un pallet:

Tabla 26*Proceso de Paletización*

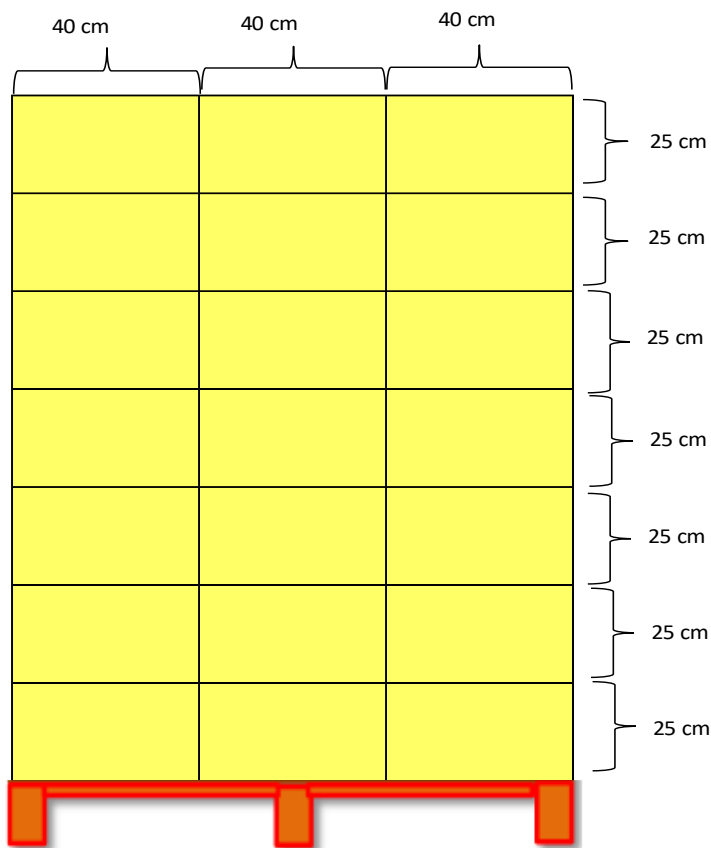
Medidas del Cajitas		
Largo	12.5	Centímetros
Ancho	5	Centímetros
Altura	20	Centímetros
Peso de la cajita	3	Gramos
Peso neto	195	Gramos
Medidas de la Caja		
Dimensiones de caja	40*25*25	Centímetros
Longitud	40	Centímetros
Ancho	25	Centímetros
Altura	25	Centímetros
N° de unidades por Ancho de caja	2	Unidades
N° de unidades por largo de caja	5	Unidades
Niveles	2	Niveles
Numero de cajitas por caja de cartón corrugado	20	Unidades
Peso neto por caja	3.90	Kilogramos
Peso bruto por caja	4.3	Kilogramos
Paleta		
Ancho	100	Centímetros
largo	120	Centímetros
N° de unidades por Ancho de paleta	4	Cajas
N° de unidades por largo de paleta	3	Cajas
Niveles de caja	7	Niveles
Total de cajas por paleta	84	Cajas
Total de unidades por paleta	1680	Unidades
Peso neto por paleta:	327.6	Kilogramos
Peso bruto por paletas	379.04	Kilogramos
N° de paletas por embarque	8	Paletas
N° de unidades por embarque	13440	Unidades
N° de cajas por embarque	672	Cajas
Peso neto por embarque	2620.8	kilogramos
Peso bruto por embarque	3032.32	Kilogramos
N° de envíos año	12	Envíos
N° de unidades anuales	161280	Unidades
N° de cajas anuales	8064	Cajas
Peso neto anual	31449.60	Kilogramos
Peso bruto anual	36387.84	Kilogramos

7.4 Plano de Estiba de Pallet

Se realizó el cálculo de la unitarización de nuestros productos realizando la fórmula de la relación entre largos y anchos. En el gráfico siguiente se detalla el croquis para la estiba de la paleta americana, donde por cada piso se colocarán 10 cajas de galletas de kiwicha en cada piso y 7 niveles de cajas de altura.

Figura 9

Plano de Estiba



Como se muestra en el gráfico anterior, un palet estándar de 100 cm de ancho por 120 cm de largo puede contener 84 cajas de cartón corrugado cuando se apilan siete niveles de altura, para un total de 84 cajas por palet. Las cajas paletizadas se sujetan con zunchos y stretch film estirable para salvaguardar la mercancía durante el almacenamiento y transporte.

7.5 Tiempos Y Costos Del Proceso De Paletización

Tabla 27

Tiempo y Costo de Proceso de Paletización

Descripción		
Tiempo	Costos S/	Productos
1 hora	80	Paletizar 336 cajas en cuatro pallets.
2 horas Laboradas	160	Paletizar 672 cajas en ocho pallets.

Nota: Auditoría Propia

Los tiempos y costos asociados al unitarizado de las galletas Kiwicha se muestran en la tabla anterior. Es Andes Natura S.A.C quién realiza la unitarización y por una tarifa de S/ 80.00, paletizará 4 tarimas de 336 cajas en una hora. Finalmente, tomará 2 horas de trabajo y costará S/ 160.00 paletizar toda la producción del primer envío.

CAPÍTULO VIII: CONTENEDORIZACION

Según (Sanches De Domenico, Silvana, 2019) Transportar mercancías del mismo tamaño y forma en contenedores. Al usarlos, los exportadores pueden evitar enviar sus productos sueltos, lo que ha facilitado enormemente este aspecto de la cadena de suministro.

8.1 Ficha Técnica del Contenedor Seleccionado:

Tabla 28

Ficha Técnica del Contenedor

		CONTENEDOR CARGA GENERAL 20´		
		<p>Los contenedores para carga general son aquellos que están hechos para transportar cualquier tipo de carga que no necesite manejo especial. Es un tipo de contenedor de uso frecuente para carga seca, incluyendo sacos, cajas, empaques termorretráctiles, máquinas y muebles.</p>		
Peso vacío:	2250 Kg			
Peso máximo:	28240 Kg			
Tara:	2870 Kg			
Carga Máxima				
Medidas	Externo	Interno	Puertas abiertas	
Largo	6.058mm	5.900mm	2	
Ancho	2.438mm	2.345mm	2.335mm	
Alto	2.591mm	2.400mm	2.290mm	
Carga				
Carga máxima	28 toneladas			
Carga útil	22 toneladas			
Volumen	33.21 metros cúbicos			

8.2 Criterios Usados para la Selección del Contenedor

Según las necesidades de nuestra mercancía tomamos el contenedor estándar para la exportación de nuestras galletas artesanales a base de harina de Kiwicha. El contenedor estándar tiene las siguientes características:

- **El material y su calidad**

El contenedor está hecho de acero, ya que es un material resistente, no se rompe y, por su peso, permite transportarlo y moverlo sin dañarlo.

- **Ergonomía**

El contenedor viene con varios accesorios para facilitar su uso y mayor seguridad. Además, la cerradura triangular limita el acceso del personal autorizado, lo que garantiza privacidad, seguridad y antirrobo.

- **Dimensiones**

El número de paletas unitarizadas determina el tamaño del container. Dependiendo de la variedad de equipos, se usa un container carga general de 20 pies para el proyecto.

- **Conservación y Seguridad**

El container depende del tipo de producto que sea perecedero o requiera refrigeración. Las galletas de Kiwicha se exporta en contenedores de carga general de 20 pies. Encontrar el tipo correcto de contenedor puede ayudar a mejorar la eficiencia, la productividad comercial y aumentar las ganancias. Al escoger un container, se debe consultar a un proveedor de logística. De esta manera puede estar seguro de que el producto se entregará en buenas condiciones.

8.3 Proceso de Contenedorización

Una vez seleccionado el contenedor para nuestra mercancía procederemos a calcular el volumen del contenedor para saber cuántos pallets en total ingresaran.

Medidas Del Contenedor:

- Largo = 5.90 m
- Ancho = 2.34 m
- Altura = 2.40 m

- $\text{Vol,} = 5.90 \times 2.34 \times 2.40 = 33.21 \text{ m}^3$

Las longitudes y los anchos tienen la siguiente relación:

- $L = 5.90 \text{ m} / 1.2 \text{ m} = 4.91 = 4 \text{ pallet}$
- $A = 2.34 \text{ m} / 1 \text{ m} = 2.34 = 2 \text{ pallet}$ 8 pallets

Relación Mixta:

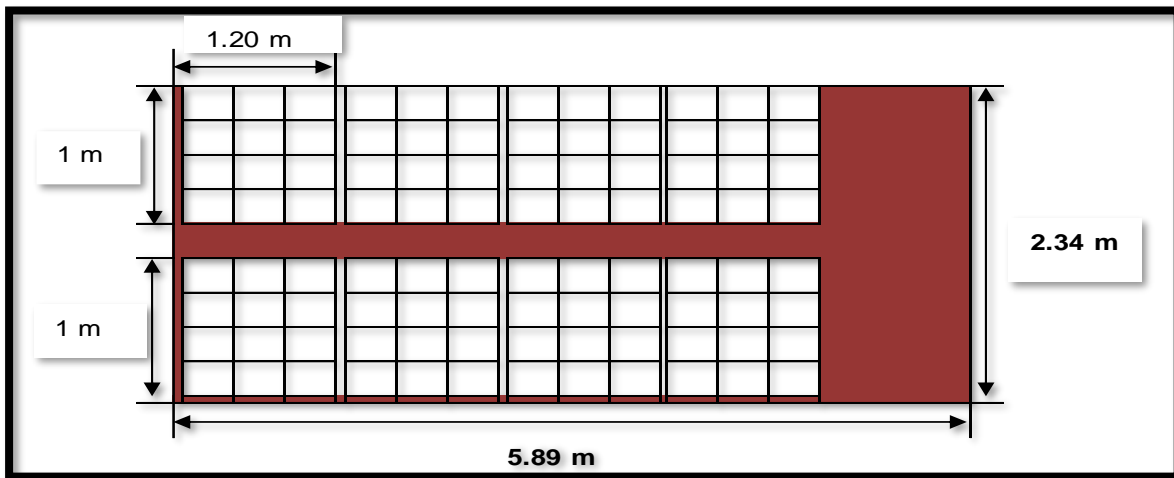
- $L = 5.8\text{m} / 1 = 5.8\text{m} = 5$ 5 pallets de base
- $A = 2.34 / 1.2 = 1.95 = 1$

Con los resultados del cálculo, enviaremos 8 pallets, cada pallet conteniendo 84 cajas siendo estos distribuidos a lo largo y ancho del contenedor.

8.4 Plano de Estiba del Contenedor

Según (Jerez Gúzman, German, 2019) el plano carga es un documento obligatorio para todos los barcos que transportan carga. El plano contiene un mapa de dónde deben colocarse los contenedores en el barco. Los planos de estiba se describen a continuación.

- Espacios de almacenamiento horizontales y verticales debajo y sobrecubierta
- Configuran un apilamiento de contenedores de varios tamaños.
- Una matriz de pilas apiladas verticalmente.
- Teniendo en cuenta el área de apilamiento, la carga especificada, el orden en que se apilan los productos y su altura, se utilizan los sujetadores correctos.
- El puerto en el que llega cada contenedor.

Figura 10*Plano de Estiba del Contenedor***8.5 Tiempo y Costos del Proceso de Contenedorización****Tabla 29***Tiempo y costo del Proceso de Contenedorización*

Detalle	Costos S/	Costo \$
Incluye transporte de carga general del contenedor de 20 pies, tracción, costos administrativos y costos temporales.	S/. 700.00	\$ 179.49
Total	S/. 700.00	\$ 179.49
Tipo de Cambio	S/. 3.80	

CAPÍTULO IX: TRANSPORTE

9.1 Proveedores del Transporte Interno:

Según (Gonzales Cancela, Nicolleta, 2016) argumenta que si bien el transporte tiene un impacto significativo en el sistema de suministro y distribución, también existe una conexión directa entre este y el proceso de fabricación, por lo que es importante señalar que los dos no deben separarse. Los proveedores de comercios que pueden transportar carga en Lima Metropolitana se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 30

Proveedores del Transporte Interno

N°	Proveedor	Lugar
1	Asenjo SRL	San Martín de Porres
2	HPL Trans	Santa Anita
3	Transporte Multiservicio Pacheco	Comas

NOTA: Información obtenida de SUNAT

Los siguientes factores se tuvieron en cuenta al elegir un modo de transporte: costo, flota, cumplimiento, tasa de accidentes y tiempo en el mercado.

9.2 Costo de Transporte Interno (Inland Freight)

El análisis tendrá en cuenta el precio, el cumplimiento, las reclamaciones y el tiempo en el mercado. La ponderación para la elección de transporte se muestra a continuación.

Tabla 31

Criterios Para la Selección de la Empresa de Transporte

	Criterios	Asenjo SRL	HPL Trans	Transporte Multiservicio Pacheco
A	Precio	S/. 480	S/. 500.00	S/. 450
C	Cumplimiento	4 horas	5 horas	3 horas
D	Siniestros	3 al año	1 al año	0 al año
E	Tiempo en el mercado	16 años	19 años	12 años
F	Flota	6 años	5 años	2 años

NOTA: Auditoría Propia

Tabla 32*Ponderación Para la Selección de la Empresa de Transporte*

Criterios	Importancia	Asenjo SRL	Puntaje	HPL Trans	Puntaje	Transporte Multiservicio Pacheco	Puntaje
Precio	25%	3	0.75	2	0.50	4	1.00
Cumplimiento	15%	4	0.60	3	0.45	5	0.75
Siniestros	20%	3	0.60	2	0.40	4	0.80
Tiempo en el mercado	20%	3	0.60	4	0.80	2	0.40
Flota	20%	5	1.00	3	0.60	2	0.40
Total	100%		3.55		2.75		3.35

En consecuencia, según los puntajes, Asenjo SRL será el proveedor de transporte, con el precio, el tiempo en el mercado, los accidentes, la flota y el cumplimiento como los principales determinantes. Hasta el depósito de la empresa maquiladora, la empresa entregará la materia prima. Al finalizar, la empresa de transporte entregará el producto terminado en el almacén de la empresa.

9.3 Proveedores de Servicio de Transporte Internacional:

El desarrollo de las importaciones y exportaciones lo llevan a cabo diversas empresas navieras. Para gestionar de forma eficaz las operaciones, el almacenamiento de productos, el control de inventarios y el flujo de información, los operadores logísticos se comprometen a coordinar la entrega de las mercancías en el momento y lugar idóneos.

Para la búsqueda de alternativas de operadores logísticos internacionales se tomaron en cuenta y evaluaron los siguientes factores:

- El agente debe estar instalado y gozar de buena reputación legal.
- Para brindar información y servicios precisos, se debe tener experiencia y conocimiento actualizado del comercio mundial.
- Disponibilidad inmediata para crisis y eventuales decisiones que debas tomar.
- Da a conocer una variedad de opciones para presentar la que mejor satisfaga tus necesidades como exportador.

Para la elección del operador se solicitaron cotizaciones para la exportación de galletas de kiwicha a tres proveedores logísticos de renombre en el mercado. Con base en los siguientes criterios, que se muestran en la matriz de criterios a continuación, las cotizaciones fueron analizadas y evaluadas.

Tabla 33*Criterios De Selección Para Operadores Logísticos*

Criterios	Vimar Pacific	K & N	AUSA
Costos logísticos	Medio	Medio	Económico
Atención al cliente	Muy bueno	Bueno	Bueno
Experiencia	9 años	26 años	43 años
Eficiencia en el transporte	Bueno	Bueno	Excelente
Método de seguridad	Bueno	Bueno	Bueno

Tabla 34*Ponderación Para la Elección de Operador Logístico*

Criterios	Nivel de importancia	Vimar Pacific	Puntaje	K & N	Puntaje	AUSA	Puntaje
Costos logísticos	30%	3	0.90	3	0.90	5	1.50
Atención al cliente	25%	5	1.25	4	1.00	4	1.00
Experiencia	20%	3	1.00	4	0.80	5	0.80
Eficiencia en el transporte	15%	3	0.45	3	0.45	4	0.60
Método de seguridad	10%	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Total	100%		4.00		3.55		4.30

NOTA: AUSA; K&N, VIMAR PACIFIC

La empresa escogida para el proceso de exportación es ASENJO SRL, la cual se encarga del transporte local desde el depósito de la empresa hasta el terminal portuario del Callao, de acuerdo con los resultados de la matriz.

La empresa AUSA también estará a cargo del servicio de agenciamiento de aduanas, incluyendo los procesos pertinentes para la salida definitiva de la carga, así como del servicio de agenciamiento de carga, que incluye fletes, emisión de BL, transmisión de manifiestos y consolidación de carga.

El análisis indica que AUSA es el que tiene la nota más alta. Adicionalmente, la empresa brindará asistencia e información respecto a la entrega de mercancías, avisará a la empresa exportadora al contactarla que ha realizado una reserva, iniciará la coordinación de embarques, entregará la carga en puerto, iniciará transporte internacional, arribará al puerto de destino, traslado a un depósito extraportuario y posiblemente iniciar el proceso de nacionalización.

9.4 Cotizaciones de Flete Marítimo

En la siguiente tabla se proporciona una descripción general de los costos de envío internacional al país de destino. También se menciona el puerto canadiense de Montreal.

Figura 11

Cotización de Flete Internacional


							
REFERENCIAS							
N° de cotización	18/000320-000	Fecha de cotización n	10/11/2022				
jefe comercial	Anais Fuentes Vargas	Cliente	Anais Fuentes Vargas				
DATOS GENERALES							
Servicio	EXPORTACION	Régimen	DEFINITIVA				
Origen	CALLAO, PERU	Destino	MONTREAL CANADÁ				
Contenedores		Carga peligrosa	NO				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de cntr</th> <th>N° de cntr</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>FCL/FCL</td> <td>8 Paleta</td> </tr> </tbody> </table>		Tipo de cntr	N° de cntr	FCL/FCL	8 Paleta	Inco termn	FOB
Tipo de cntr	N° de cntr						
FCL/FCL	8 Paleta						
		Producto	GALLESTAS DE KIWICHA				
DATOS FOB							
Dirección n	Avenida Venezuela Urb. Benjamín Doig Lo sso, La Perla, Callao						
Recojo / Entrega							
Valor de mercancía	USD 16800.00	P.A	1905310000				
COTIZACION							
T. transito	21 días	Tipo de servicio	Via Montreal				
Linea	CCNI	frecuencia	Semanal				
naviera		Vigencia de cotización n	30/12/2022				
flete marítima o callao Montreal							
Flete							
Flete TN / M3	USD	5100					
BAF	USD	25					
BL	USD	25					
TOTAL GASTO	USD	5150					
IGV	USD	927					
TOTAL FINAL	USD	6077					

Figura 13

Cotización de Flete Aéreo



PRIORITY GLOBAL FORWARDING S.A.C

Av. San Juan 992 Urb. Las Moras -
San Luis - Lima -Peru R.U.C.
20601822769

COTIZACION AEREA - EXPORTACIÓN

TO: ANAIS FUENTES
ATTN: Rodrigo Alvarado

Ref. Coti10112022-2

Page: 1 / 1

Lima, miércoles 27 de noviembre del 2022

ORIGEN:	LIMA	VIA:	AEREA
DESTINO:	MONTREAL	MODALIDAD	AEREA
PESO:	3,032.32 Kg		
ALMACEN:	TALMA		
INCOTERM:	FCA		
MERCADERÍA:	GENERAL		

AIR FREIGHT	USD 9,910.00	COLLECT	
SED	USD 75.00	COLLECT	+ IGV
AWB	USD 45.00	COLLECT	+ IGV
TOTAL	USD 10,030.00		

UA FEE	USD 53
TRANSFER	USD 66
FEE	USD 156
COMISIÓN DE	USD 78
AGENCIA	USD 44
TRANSPORTE	USD 92
AFORO FISICO	USD 489
SERVICIOS	USD 333,42
ADICIONALES TOTAL	USD 11341.42

Atentamente

Omar Miranda
omiranda@prioritygf.com

CAPÍTULO X: SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL

10.1 Agentes de Aduana:

Según (Diario del exportador, 2016) El agente de aduana, quien representa al exportador ante la aduana peruana, es un actor importante en la cadena de exportación y utiliza los procedimientos de despacho aduanero internacional. Asimismo, lo aconsejable es que una agencia de aduanas cuente con experiencia en el rubro. La autoridad aduanera autoriza a las agencias de aduana para que realicen las gestiones en las operaciones del comercio internacional. Por ello, para la elección de una agencia de aduana consideramos las empresas con mayor prestigio.

La empresa debe contratar una agencia de aduanas porque exporta mercancías con un valor FOB de más de USD 5.000 después de la exportación. Este personal es el encargado de realizar todos los trámites de exportación para que la mercancía salga del puerto hacia el mercado de destino. Es así que debe seleccionarse a la mejor agencia de Aduana en temas operativos y en conocimientos del producto.

10.2 Costo de Agenciamiento:

Para efectos de tomar una decisión se evaluarán tres empresas que realizan labores de agenciamiento aduanero para la exportación de galletas elaboradas con kiwicha. A la hora de analizar y evaluar a los operadores con los que se trabajará se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

Tabla 35

Criterios Para la Elección de Agencia de Aduana

	Criterios	Aduamerica	AUSA	Cargo Business
A	Precio	Medio	Económico	Medio
B	Ubicación	Callao	San Isidro	Lince
C	Servicio de transporte	Si	Si	Si
D	Experiencia	27 años	35 años	17
E	Personal	7 despachadores	12 despachador	5 despachadores
F	Puntualidad	buena	Muy buena	Muy buena
G	Certificación	Si	Si	No


Tabla 36*Puntuación para la elección de Agencia de Aduanas*

	Criterios	Nivel de importancia	Aduamerica	Puntaje	AUSA	Puntaje	Cargo Business	Puntaje
A	Precio	20%	3	0.6	4	0.8	3	0.6
B	Ubicación	10%	4	0.4	3	0.3	3	0.3
C	Servicio de transporte	10%	3	0.3	3	0.3	3	0.3
D	Experiencia	10%	3	0.3	4	0.4	2	0.2
E	Personal	20%	4	0.8	5	1	2	0.4
F	Puntualidad	10%	3	0.3	4	0.4	3	0.3
G	Certificación	20%	4	0.8	4	0.8	3	0.6
	Total	100%		3.5		4		2.7

Para efectos de tomar una decisión se evaluarán tres empresas que realizan labores de agenciamiento aduanero para la exportación de galletas elaboradas con kiwicha. A la hora de analizar y evaluar a los operadores con los que se trabajará se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

Tabla 37

Cotización de agenciamiento de Aduana

							
REFERENCIAS							
N° de cotización	<u>18/000320-000</u>	Fecha de cotización	<u>10/11/2022</u>				
Jefe comercial	<u>Anais Fuentes Vargas</u>	Cliente	<u>Anais Fuentes Vargas</u>				
DATOS GENERALES							
Servicio	<u>EXPORTACION</u>	Regimen	<u>DEFINITIVA</u>				
Origen	<u>CALLAO, PERU</u>	Destino	<u>Montreal Canadá</u>				
Contenedores		Carga peligrosa	<u>NO</u>				
<table border="1"> <tr> <td>Tipo de cntr</td> <td>N° de cntr</td> </tr> <tr> <td>FCL/FCL</td> <td>8 Paleta</td> </tr> </table>		Tipo de cntr	N° de cntr	FCL/FCL	8 Paleta	Incotermn	<u>FOB</u>
Tipo de cntr	N° de cntr						
FCL/FCL	8 Paleta						
		Producto	<u>Galletas de Kiwicha</u>				
DATOS FOB							
Dirección	<u>Avenida Venezuela Urb. Benjamin Doig Lossio, La Perla, Callao</u>						
Recojo / Entrega							
Valor de mercancía	<u>USD 16,800.00</u>	P.A	<u>1905310000</u>				
COTIZACION							
T. transito	<u>21 días</u>	Tipo de servicio	<u>Via Montreal</u>				
Línea naviera	<u>CCNI</u>	frecuencia	<u>Semanal</u>				
		Vigencia de cotización	<u>30/12/2022</u>				
COSTO DE AGENCIAMIENTO DE ADUANA							
Recargas en origen							
B/L	USD	25 por despacho +IGV					
HANDLING	USD	30 por despacho +IGV					
V°B	USD	285 +IGV					
CONSOLIDACION	USD	140 +IGV					
GASTOS ADMINISTRATIVO	USD	30 +IGV					
AGENCIAMIENTO DE ADUANA	USD	115 +IGV					
PRECINTADO	USD	20 IGV					
ALMACEN APROXIMADO	USD	600 +IGV					
MANIPULEO DE CARGA	USD	105.64 +IGV					
TOTAL	USD	1350.64					

10.3 Aseguradoras:

Según (Diario del exportador, 2019) Una persona jurídica denominada ASEGURADOR se compromete a reembolsar a otra denominada ASEGURADO las pérdidas, daños o gastos en que incurra ésta en caso de que su carga sufra un accidente provocado por un riesgo asegurado durante el traslado. recibiendo el pago de una compensación conocida como PRIMA a cambio del transporte al destino.

Tabla 38

Cobertura

Clausula	A	B o C
Tipo deContratación	Todo Riesgo	Riesgos enumerados
Se menciona en la póliza	Lo que está excluido	las exclusiones, así como los riesgos que deben cubrirse.
Interesa conocer	Los efectos	La causa
Carga de la prueba	Proveedor de Seguros	Asegurado

10.3.1 Lexicología de Seguro

- **Asegurador:** El proveedor de seguros se compromete a cubrir cualquier pérdida, daño o costo que resulte de los riesgos cubiertos durante el transporte del envío.
- **Asegurado:** En caso de pérdida de la carga, usted tiene derecho al cobro.
- **Prima:** Costo del seguro de riesgo.
- **Póliza:** Sirve como documentación legal para una póliza de seguro, describiendo los términos de la cobertura.
- **Contratante:** Es él quien voluntariamente solicita el seguro.
- **Beneficiario:** Persona que recibe un beneficio bajo la póliza de seguro.

10.3.1 Liquidación de Siniestro Según Incoterm

La forma en que el exportador quiera proteger la carga contra reclamos determinará cómo se resuelve el siniestro.

a) **La cobertura de cada póliza es la siguiente:**

$$\text{Indemnización} = \text{Pérdida} \times \frac{\text{Suma asegurada}}{\text{Valor Asegurable}}$$

b) **Los riesgos se determinan de la siguiente manera**

Tabla 39

Riesgos

Riesgo	Clausula C	Clausula B
En un puerto de refugio se descargan las mercancías.	Si	Si
una erupción volcánica, un terremoto o un rayo.	No	Si
pérdida o daño relacionado con el sacrificio causado por averías.	Si	Si
Pérdida o daño razonable atribuible a fuego o explosión	Si	Si
Zozobra del navío o embarcación, varada, acuchillada, hundida.	Si	Si
El vuelco o descarrilamiento de un vehículo terrestre.	Si	Si
El barco haciendo contacto o colisionando.	Si	Si
Las olas cubren las cubiertas.	Si	Si
Un barco, embarcación, almacén, instalación de almacenamiento o contenedor que se sumerge en un lago, río o corriente oceánica.	No	Si
Pérdida total de cualquier paquete que se caiga al agua mientras se carga o descarga de un barco desde la cubierta.	No	Si

Nota: Seminario de Adex

10.4 Póliza de seguros (cobertura y Costo)

Según la SBS y AFP, en el Perú se han registrado y certificado 22 compañías de seguros para el seguro de mercancías en comercio internacional, entre ellas Rímac Seguros, La Positiva, Pacíficos Seguros y Mapfre. El hecho de que estas empresas figuren en la página de SBS garantiza que hacer negocios con ellas es seguro. La fórmula de ponderación para seleccionar el proveedor de seguros que

mejor protegerá su negocio contra todos los riesgos potenciales son los siguientes:

Tabla 40

Criterios de Selección

Empresas de Seguros	La positiva	Rímac Seguros	Pacífico Seguros	Mapfre Seguros
Tasas de %	0.18% del valor asegurado	0.23% del valor asegurado	0.20% del valor asegurado.	0.24% del valor asegurado
Valor Deducible	1%	2.50%	1.50%	2.30%
Emisión de Pólizas	Electrónica disponible en cualquier lugar.	Un día que tarda en emitirse.	Un día que tarda en emitirse.	Un día que tarda en emitirse.
Formas de Pago	30 días o más después de la emisión.	15 días o más después de la emisión.	07 días o más después de la emisión.	10 días o más después de la emisión.
Tiempo de Devolución de Siniestralidad	Si cumples todos los requisitos, máximo 2 semanas.	Si cumples todos los requisitos, máximo 1 mes.	Si cumples todos los requisitos, máximo 4 semanas.	Si cumples todos los requisitos, máximo 3 a 4 semanas.

NOTA: SBS

Tabla 41

Criterios de selección de aseguradoras

Criterios	Interés %	Rímac	Puntaje	Mapfre	Puntaje	La Positiva	Puntaje
Tasa %	25%	3	0.75	2	0.5	5	1.25
Deducible	11%	2	0.22	3	0.33	5	0.55
Emisión de pólizas	11%	4	0.44	4	0.44	5	0.55
Formas de pago	11%	4	0.44	3	0.33	5	0.55
Tiempo Devol. Siniestralidad	42%	3	1.26	4	1.68	5	2.1
Total	100%		3.11		3.28		5.00

De acuerdo a la ponderación la empresa contratará el seguro con la empresa La Positiva porque ofrece mayor rapidez, mejores beneficios para el correcto

aseguramiento de las órdenes. Por medio de una solicitud se realizará la emisión de pólizas, para ello se necesita determinada información para la correcta emisión final de la póliza. Los datos sobre el exportador y el importador, el número de factura, la cantidad de paquetes, los pesos neto y bruto, el valor FOB, las compañías navieras, el valor del flete, la descripción de las mercancías, la fecha de envío y la fecha de llegada son solo algunos de los requisitos que se necesitan. Para cubrir su depósito y depósito extraportuario en el puerto del Callao, la empresa contratará una póliza de seguro flotante tipo A.

10.5 Depósitos Temporales:

Según (SACEX Consulting, 2019) La creación de terminales de almacenamiento resultó de la privatización de los depósitos del Estado; estas empresas reciben la carga en una zona aduanera principal donde todas las mercancías se rigen por la Aduana peruana. Estas empresas ofrecen servicios de manejo aduanero, almacenamiento, avalúos físicos y previos, inspecciones, trasiegos, fumigación, lavado de contenedores. Entre los terminales de almacenamiento se encuentran Imupesa, Neptunia, Tramarsa, Unimar S.A, Maersk S.A, RANSA, ALSA, LICSA, Enapu son las principales terminales de almacenamiento

Tabla 42

Terminales de Almacenamiento

Depósitos Temporales			
Empresas	Servicios	Ubicación	Teléfono
Neptunia	Nos ocupamos de los servicios de descarga y embarque de contenedores FCL de una importación y exportación.	En la Av. Argentina – Lima Callao	614-2800
Tramarsa	Cuenta con un de terminal almacenamiento adecuado.	Av. Paseo de la Republica, Lima – Lima - Miraflores	(511) 413-04000
Imupesa	Almacenaje de todo tipo de carga, ya sea suelta o consolidada.	Av. Nestor Gambeta, Lima -Callao	(51-1) 619-0200
Alconsa	Servicio de almacenamiento de depósito aduanero mercancías de exportación e importación.	Av. Oscar Benavides, Lima- Callao	(01) 4528505
Unimar S.A	manejo de carga suelta o consolidada a través de un servicio de depósito temporal.	Av. Nestor Gambeta N° 5349, Callao	(51 1) 6136500

CAPÍTULO XI: INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS DESTINO.

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

Hay varias organizaciones responsables de administrar y desarrollar planes de desarrollo y proyectos de infraestructura dentro del país. El departamento de transporte y comunicaciones es el responsable de desarrollar políticas públicas y construir infraestructura, En la actualidad existen debilidades estructurales en el país, las cuales se manifiestan con diferentes indicadores.

Es importante invertir en el desarrollo de sistemas de transporte adecuados para aumentar la competitividad y la integración en el país. Los acuerdos comerciales firmados por Perú permitieron abrirse y asegurar la integración económica a nuevos mercados. Además, se han realizado importantes inversiones en el desarrollo y mejora de infraestructura vial, ferroviaria, portuaria y aeroportuarias. El objetivo es que el Perú se consolide como un “centro regional del pacífico Sur”, como una plataforma de transporte diseñada para ayudar a conectar y transportar mercancías hacia la costa Oeste de América y hacia el Asia Pacífico.

11.1.1 DP World Callao “Muelle sur”

a) Introducción

El operador portuario DP World es líder mundial en operaciones logísticas, construcción de nuevas terminales portuarias y servicios relacionados con el mar. De manera similar a como se ha hecho en otros lugares, Callao se ha beneficiado de la aplicación de experiencia, energía, conocimiento y reputación, lo que ha aumentado la productividad y eficiencia del puerto. Para gestionar las operaciones portuarias, DP World utiliza la tecnología más avanzada. También posee los sistemas de seguridad más avanzados y cuenta con diversas certificaciones.

DP es un operador portuario nacional, líder mundial en logística, desarrollo de nuevos depósitos temporales y servicios relacionados con el sector marítimo, De la misma manera, en el Callao se utilizó conocimiento, el poder, reputación lo que tuvo un efecto positivo en la operación y desempeño de la estación. DP World cuenta con tecnología avanzada para mejorar el rendimiento. Además, cuenta con los sistemas

más seguros de la industria y cuenta con diversas certificaciones.

Además de facilitar la operación de las líneas navieras más grandes y populares, el personal altamente calificado, el apoyo constante y la experiencia de DP World lo convierten en la mejor opción para importar (DP World Callao, 2020).

b) Concesión

El MTC y el consorcio Dubai Ports Callao El 29 de mayo del 2006 por acuerdo del directorio de la autoridad celebraron un contrato, por un tiempo de 30 años, con la fecha 24 de julio del 2006 se realizó el contrato de concesión del muelle sur del Callao a la empresa DP World Callao SRL; dicho contrato tiene como cláusula que OSITRAN estará a cargo de supervisar la ejecución de la obras y equipamiento así como APN supervisará el terminal de la zona sur del Callao (Ministerio de transportes y comunicaciones, 2020).

c) Descripción y clasificación de las áreas del recinto portuario.

Según el ministerio de transporte y comunicaciones (2020) se detalla la clasificación del establecimiento portuario:

- La instalación portuaria DP WORL R CALLAO S.R.L. se dedica exclusivamente a atender naves portacontenedores, por otro lado, si las líneas lo piden permitirá a terceros de brindar los servicios portuarios básicos para el avitullamiento de agua, víveres y combustible, a las naves que están acoderadas a muelle.
- La instalación portuaria DP WORLD CALLAO S.R.L se encuentra muy cerca de las instalaciones portuarias ENAPU Callao.
- El trabajo que se está realizando en DP WORLD CALLAO S.R. La instalación portuaria sólo podrá ser utilizada para operaciones marítimas con embarcaciones de apoyo a las referidas operaciones de carga y descarga de contenedores, así como las tareas administrativas y logísticas que puedan realizarse en tierra.
- El trabajo en el puerto DP WORL CALLAO S.R.L se limita al manejo y logística de tierra con embarcaciones de apoyo para las operaciones de carga Y descarga de contenedores.
- La instalación portuaria DP WORLD CALLAO S.R.L cuenta de los siguientes lugares específicamente delimitados y señalizados como son:

- Un área de estacionamiento situado en el área exterior del edificio administrativo para autos del personal, usuarios y clientes.
- Una subestación eléctrica y dos subestaciones generadoras como fuente de alimentación de emergencia.
- Un tanque cisterna de agua, con su respectivo sistema de distribución situado en el área administrativa y una cisterna de agua en caso de incendios situado en el área operativa.
- Sitios de seguridad restringidos, según lo convenido en el plan de protección.
- Un sitio de almacenamiento de contenedores refrigerados.
- Un sitio situado en la zona administrativa destinada al personal de la autoridad portuaria nacional, superintendencia nacional de aduanas, migraciones, SENASA, sanidad marítima, para los controles de competencia de dichas organizaciones.
- Un sitio de balanzas para el pesado de mercancías de entradas y salidas de la instalación portuaria y puerta de ingreso vehicular.
- Dos amarraderos
- Puesto de vigilancia y cerco perimétrico
- Oficinas destinadas a actividades administrativas y a la atención del público.

d) Infraestructura

El estado peruano ha brindado a DP WORLD Callao es un área de 738,841,61 m², donde 83,157.09 m² de área terrestre y 655,684,52 m² de área acuática, teniendo así una longitud de perímetro total de 4,247.88 m (ministerio de transportes y comunicaciones, 2010). DPWC cuenta con las siguientes limitaciones:

- Por el norte, con APM Terminals y el océano pacífico.
- Por el sur, con el océano pacífico y la plaza Grau.
- Por el este, con los terrenos del terminal portuario del Callao y la av. Manco Capac, INFOCAP.
- Por el oeste, con el océano pacífico

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

11.2.1 Puertos

Según (Leggixcomex, 2019) Halifax, Montreal y Toronto son los tres puertos más grandes de Canadá en su costa este. No solo es posible exportar a Canadá a través de estos puertos, sino que también se dispone de conexiones intermodales (conexiones ferroviarias) con las principales ciudades del norte de América (Illinois, Michigan, Minnesota, Wisconsin, Ohio, Nueva Inglaterra y el estado de Nueva York), que son las principales opciones principales para el envío de mercancías a Chicago, Boston, Minnesota y Milwaukee. Los puertos interiores de Montreal, Halifax y Toronto son los principales puertos de la costa este.

Uno de los puertos interiores más activos es el puerto de Montreal, que transporta un promedio de 1 millón de TEUS al año gracias a sus conexiones con las principales ciudades canadienses y estadounidenses por carretera y ferrocarril. El ferrocarril se utiliza para cargar alrededor del 60% de la carga en contenedores para los mercados de Ontario y el Medio Oeste. Todos los días parten trenes de aproximadamente 1.7 kilómetros de longitud que interconectan con los centros de Toronto, Detroit y Chicago. Se tarda 10 horas en viajar de Montreal a Toronto, 25 horas a Detroit y 30 horas a Chicago (122 km menos que la distancia en tren desde Nueva York).

11.2.2 Aeropuertos

a) Aeropuerto en Vancouver

El Aeropuerto Internacional de Vancouver (YVR) está ubicado directamente en Richmond y es el segundo centro aéreo más activo de Canadá. Más de 22 millones de pasajeros y más de 50 aerolíneas diferentes de Canadá, EE. UU. Y de todo el mundo pasan por ellos cada año. El transporte entre el aeropuerto y el centro de Richmond o Vancouver es proporcionado por un servicio de tren que sale cada minuto desde temprano en la mañana hasta tarde en la noche. El centro de Vancouver se encuentra a 20 minutos en coche.

b) Aeropuerto de Toronto

Aeropuerto Internacional Toronto Pearson es el principal aeropuerto de Canadá y un centro importante para destinos en todos los continentes. Tiene una ubicación ideal entre las partes oriental y occidental de Canadá y está cerca de la frontera norte con los Estados Unidos. Aeropuerto Internacional Toronto Pearson está ubicado en Mississauga, a 27 km al noroeste del centro de Toronto.

Tiene 5 pistas y 45 millones de pasajeros pasan por ella cada año. El horario de mayor actividad es entre las 15: 00-19: 00, mientras que los vuelos oceánicos desde el este de Asia tienen la mayoría de las llegadas nocturnas y los vuelos desde Europa al mediodía. No solo es el aeropuerto más grande de Canadá, sino que también es estéticamente hermoso, muy espacioso y bien administrado. Aquí encontrará mucha comida y compras. El aeropuerto superior, moderno y limpio no solo es una puerta de entrada a América del Norte.

c) Aeropuerto de Montreal

Pierre Elliott Trudeau es el *principal aeropuerto de Montreal*, conocido como Montreal YUL gracias a la codificación de la IATA. Con un aumento potencial del tráfico anual de pasajeros, en el 2020 el *Montreal YUL* rompió récord de viajeros en tránsito con el número de 15 millones, lo que se traduce en un buen número de interesados en disfrutar todo lo que hay que hacer en Montreal.

Con una excelente infraestructura y últimas tecnologías, el *Montreal YUL* opera con vuelos nacionales, especialmente la ruta Toronto Montreal e internacionales a Estados Unidos, México, el Caribe, Centroamérica, Sudamérica, Europa y Medio Oriente. Antiguamente se conocía como el aeropuerto de Dorval.

d) Red de Carreteras

Según (Datos Mundial, 2020) 1.04 millones Km. componen la red de carreteras y autopistas. Esto equivale a 27,25 metros para cada uno de los 38,25 millones de ciudadanos del país. Como resultado, Canadá ahora ocupa el puesto 17 en el mundo. Sin embargo, también se debe considerar la densidad de población extremadamente baja de la nación de 4 personas por kilómetro cuadrado.

11.3 Descripción, Análisis de los Principales Puertos y Aeropuertos Incluyendo Rutas, Infraestructura, Capacidad, Restricciones, Servicios, Procedimientos, Costos, etc.:

Según (MINCETUR, 2017) La enorme vía San Lorenzo gobierna el transporte fluvial y marítimo canadiense. Los Grandes Lagos y la costa atlántica están conectados por el Canal de San Lorenzo, administrado conjuntamente por los EE. UU. y Canadá. A pesar de que solo puede operar durante ocho meses al año debido al clima, una gran cantidad de carga viaja por esta ruta.

Río Fraser en la Columbia Británica, que se especializa en la industria maderera, alberga el tercer grupo importante en el transporte fluvial. El gran puerto de Vancouver en la costa oeste, que sirve como punto de entrada natural para las mercancías de Asia, está sin duda a cargo del transporte marítimo. Aunque hay más de siete puertos principales, solo los siguientes puertos: Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec), Toronto (Ontario) y Vancouver (Columbia Británica) son destinos finales para los barcos que salen de Perú. Estos puertos también gozan de autonomía en su administración.

Estos puertos pueden concentrar la mayor parte del tráfico marítimo de Perú a Canadá debido a su ubicación geográfica y conectividad con los principales puertos de los Estados Unidos. La oferta de servicios marítimos de Perú a Canadá es muy frecuente, y las principales líneas navieras son Hamburg Süd, K Line, Hapag-Lloyd y CSAV. Estas actividades incluyen el transporte marítimo, la navegación, el manejo y el almacenamiento de todo tipo de carga.

Figura 14

Rutas marítimas Perú - Canadá

Callao - Halifax Canadá		
Carrier	Tiempo de tránsito	Frecuencia
HAPAG-LLOYD	16 días	Semanal
Callao - Montreal Canadá		
Carrier	Tiempo de tránsito	Frecuencia
MSC	20 días	Semanal
MAERSK LINE	26 días	Semanal
HAPAG-LLOYD	18 días	Semanal
Callao - Toronto Canadá		
Carrier	Tiempo de tránsito	Frecuencia
MAERSK LINE	25 días	Semanal
HAPAG-LLOYD	19 días	Semanal
Callao - Vancouver Canadá		
Carrier	Tiempo de tránsito	Frecuencia
MAERSK LINE	21 días	Semanal
HAPAG-LLOYD	22 días	Quincenal
HAMBURG SÜD	de 22 a 25 días	Semanal

Tabla 43*Rutas Aéreas Vuelos Cargueros Perú - Canadá*

Aerolínea	Tránsito	Tiempo	Frecuencia
Polar	Lima-Miami	8 horas	12 veces x semana en temporada alta
			3 veces x semana en temporada baja
	Miami-Toronto	5 horas	2 veces x semana
Martinair	Lima-Miami	8 horas	
	Miami-Toronto	5 horas	1 vuelo x día
Cielos	Lima-Miami	8 horas	
	Miami-Toronto	5 horas	

Muchos artículos que importa Canadá pasan por puertos estadounidenses en Nueva Jersey y Pensilvania antes de ser enviados por camión desde esos puertos a Canadá. Esta forma de transporte es más económica y rápida. 13 aeropuertos internacionales componen la red aeroportuaria de Canadá, pero sirven principalmente a Pearson International desde Perú.

Las embarcaciones del puerto del Callao hacia Montreal – Canadá tendrán una cuantificación de demora de 19 a 20 días. Asimismo, en el trayecto se realizará paradas en los puertos de ruta antes de llegar al mercado de destino. Las principales compañías navieras se detallan a continuación.

Tabla 45*Líneas Navieras*

Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de Tránsito	Frecuencia de Salida
Hamburg Sud	Columbus	ALCONSA	22	Semanal
MSC	Msc Perú	LICSA	19	Semanal
Hamburg Sud	Columbus	ALCONSA	18	Semanal

Figura 16*Ruta de Puerto del Callao – Montreal*

11.4 Proceso de Importación y Nacionalización en el País Destino

11.4.1 Trámites de las importaciones

Según (ICEX, 2020) demuestra cómo un excelente ejemplo de liberalización comercial es la Ley de Aduanas de Canadá, que rige las importaciones. La mayoría de las veces, las importaciones están exentas de permisos de cualquier tipo. Sin embargo, algunos productos solo pueden importarse con una licencia. Entre los artículos de esta categoría se encuentran el acero, las armas, los textiles y los productos agrícolas.

La Lista de Control de Importaciones, que forma parte de la Ley de Permisos de Exportación e Importación, enumera todos los artículos que tienen prohibido ingresar a Canadá o que están restringidos por cuotas. Los solicitantes de licencias de importación deben presentar una factura proforma con su solicitud; los funcionarios de aduanas también pueden necesitar papeleo adicional. Una licencia es válida por 30 días. La obtención de una licencia se puede realizar en una de las Oficinas de Control Comercial y Barreras Técnicas o a través de un agente de aduanas.

11.4.2 Aranceles Aduaneros

La mayoría de los aranceles entre la UE y Canadá se eliminaron el 21 de septiembre de 2017, cuando entró en vigor provisionalmente el acuerdo CETA. Eliminará por completo los aranceles una vez que se implemente por completo. Por otro lado, desde el 1 de enero de 2003, los tratados de libre comercio NAFTA y CUSMA prácticamente eliminaron todas las barreras comerciales entre los EE. UU., México y Canadá.

Ucrania, Corea del Sur, Chile, Colombia, Costa Rica, Honduras, Israel, Jordania, Panamá, Perú y Corea del Sur, Canadá solo ha firmado tratados bilaterales de libre comercio. acuerdos con estos países. Hasta EE. UU. en su conjunto, el acuerdo CETA entre Canadá y la UE entró en vigor en septiembre de 2017, avalándolo.

Por otro lado, Canadá participó en las negociaciones para un nuevo acuerdo (CPTPP) con las otras diez naciones que quedaron luego de que EE.UU. rechazara el acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP). En ocho de las diez naciones signatarias, donde se firmó en marzo de 2018, el acuerdo ya está en vigor. Canadá también se encuentra actualmente en conversaciones para establecer acuerdos de libre comercio con ASEAN, Mercosur, CA4, CARICOM, India, Indonesia, Japón, Marruecos, República Dominicana, Singapur y la Alianza del Pacífico.

Se han iniciado discusiones para desarrollar acuerdos comparables con China, Turquía, Tailandia y Filipinas. Una parte significativa del comercio de Canadá está cubierta por los acuerdos de libre comercio que ha firmado. En 2021 se utilizó un acuerdo preferencial para circular el 89% de sus exportaciones y el 81% de sus importaciones. El TLCAN/TLCAN representa el 76,7 % de las exportaciones y el 54,11 % de las importaciones, lo que lo convierte en el acuerdo más importante en términos de volumen comercial. Con el 7% de las exportaciones y el 13% de las importaciones del país, CETA es el segundo acuerdo más significativo en términos de importancia.

Además de los aranceles correspondientes, las importaciones están sujetas adicionalmente al GST (5%) y los impuestos indirectos provinciales correspondientes si el producto importado se entrega directamente desde la aduana al consumidor final. Los productos importados por los fabricantes o minoristas para su elaboración o comercialización están exentos del pago del impuesto provincial. Si las mercancías

deben ser gravadas, el importador es directamente responsable del pago del impuesto provincial. Esto no se recolecta en la frontera, en contraste con las tarifas y el GST.

11.4.3 Procedimiento y Trámites de Importación

Toda importación a Canadá requiere presentar los siguientes documentos:

- **Nota de arribo aprobada, llamada cargo control document (CCD) o formulario A8A**

Es el documento imprescindible para iniciar el proceso de nacionalización del producto y para el transporte de la mercancía a cualquier aduana o depósito para su inspección, y es elaborado por la empresa de transporte.

- **La factura comercial o la factura aduanera canadiense (Canadá Customs Invoice)**

Se entiende por factura emitida por el vendedor la llamada Factura de Aduana de Canadá (CCI), que puede completar el mismo importador. Este formulario incluye información como el desglose de los gastos incurridos durante el desarrollo o producción del bien, así como el valor del transporte, las comisiones y el embalaje.

- **El formulario oficial de aduanas B-3**

La información de este formulario incluye, entre otras cosas, el nombre del importador, número de cuenta, descripción del producto, fecha de envío, posición y tratamiento arancelario, país de origen, tasa impositiva y total de impuestos adeudados.

- **Certificado de origen**

El exportador en el país de origen puede preparar un certificado de origen, o formulario A, y enviarlo directamente a un consignatario en Canadá con un conocimiento de embarque marítimo en los casos en que el producto exportado y el país de origen califiquen bajo el Sistema General de Preferencias.

- **Licencias, permisos y certificaciones sanitarias u otro tipo de certificaciones que correspondan según los casos específicos.**

La mayoría de los bienes que ingresan a Canadá no necesitan una licencia de importación, con la excepción de algunos textiles y prendas de vestir, como chaquetas, abrigos e impermeables; ropa de invierno; ropa de hombre y ropa

deportiva; pantalones, mamelucos y pantalones cortos; camisas, blusas y artículos similares; camisetas; ropa de deporte; ropa interior; hilos y tejidos de algodón, acrílico, sintéticos, nailon y poliéster; tejidos de lana; ropa de cama, bufandas y diversos artículos textiles. En las situaciones enumeradas en el punto de Regulación de Importación, los permisos de importación son necesarios.

Para la importación de algunos productos agrícolas, plantas y animales vivos, son particularmente necesarios los certificados sanitarios y fitosanitarios. Normalmente, como resultado de acuerdos bilaterales, estos certificados son emitidos por las autoridades competentes del país exportador y revisados en Canadá por la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos. Crean estándares uniformes para identificar los procesos de salud.

- **Confirmación de venta (COS)**

Una confirmación de venta (COS), emitida por la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos, es un documento que exige el gobierno canadiense para las importaciones de alimentos agrícolas. Básicamente, esto detiene las operaciones de consignación, que se cree que son un factor en la volatilidad de los precios internos. El COS debe ser presentado en triplicado, completo y firmado y debe incluir: descripción del producto, detalles de la venta, nombres y direcciones del comprador y vendedor, y evidencia de que el comprador ha realizado la transacción de compra o ha acordado realizarla.

11.5 Requisitos para Importar Muestras sin Valor Comercial

Según (SIICEX, 2016) No es posible importar mercancías sin valor comercial a Canadá; todos los bienes que ingresan al país deben tener un valor comercial, por pequeño que sea.

Programa de Envíos de Bajo Valor de Mensajería

Para facilitar y agilizar el proceso de importación de mercancías de bajo valor, se creó el programa CBSA Courier Low Value Shipment (CLVS). El programa ofrece a la industria de mensajería una herramienta fantástica con "liberación acelerada", algo que es muy similar al procedimiento aduanero actual que tenemos en Perú para

procesar envíos. Acelera el trámite aduanero de envíos valorados en CAN\$ 2,500 o menos.

¿Cómo nos beneficiamos de este programa?

Su envío califica para el Programa CLVS si:

- Los artículos tienen un valor máximo de \$2,500 canadienses.
- El programa CLVS es utilizado por la división de manejo de carga de la compañía.
- Bienes no regulados, no controlados o prohibidos.

Su servicio de mensajería puede manejar el proceso de despacho de aduana por usted si los artículos son para uso personal. Se aplican limitaciones específicas cuando sus artículos se utilizan con fines comerciales. Una persona que importa bienes en cantidades comerciales o con miras a venderlos se denomina importador comercial. El programa de importadores de envíos de bajo valor por mensajería (CLVS) es un programa voluntario.

El emisor proporciona un servicio de mensajería de bajo valor, indica el país de origen y proporciona una descripción detallada de los bienes. A través del Programa CLVS, solo se manejan envíos elegibles.

11.6 Datos de Proveedores de Servicios Logísticos en el País Destino:

Como parte de este proyecto, se realizaron entrevistas con una variedad de usuarios, incluidos consignatarios, exportadores, empresas navieras, empresas canadienses y funcionarios de aduanas, a fin de recopilar información sobre los servicios prestados por los barcos que utilizan. Todos los operadores se enumeran en la siguiente tabla.

Tabla 45

Proveedores de Operadores Logísticos En Canadá.

Empresa	Servicios	Descripción
4PL: SOLUCIONES LOGÍSTICAS EMPRESARIALES	Gestiona su logística de principio a fin y mitigamos los problemas.	WIS Logistics puede servirle como un 4PL que puede ayudarlo con puestos de logística específicos que pueden adaptarse rápidamente a sus necesidades.
SCI	Servicio de almacenamiento y distribución para clientes de manera efectiva con operaciones optimizadas que integran servicios 3PL, como el cumplimiento de pedidos y la gestión de inventario.	Almacenamiento y distribución. Servicio especializado. Servicio de transporte. Logística Post venta
Thompson Ahern	Ofrece servicio de logística integrado, que incluye una gama completa de servicios de consultoría y corretaje de aduanas transfronterizas, transporte de carga internacional, logística transfronteriza, distribución y almacenamiento.	Aplica herramientas y tecnología para superar cada desafío de importación. Profundiza en su negocio para obtener un conocimiento importante e íntimo de sus operaciones y la naturaleza de sus envíos.
Radius	Radius Logistics brinda servicios de cadena de suministro y logística en los que puede confiar para llegar a tiempo, con la flexibilidad para satisfacer sus necesidades.	Un representante de servicio al cliente dedicado. Logística integrada por expertos por aire, tierra y mar. Soluciones logísticas asequibles. Informes personalizados basados en datos en tiempo real. Precios competitivos en servicios de mensajería.

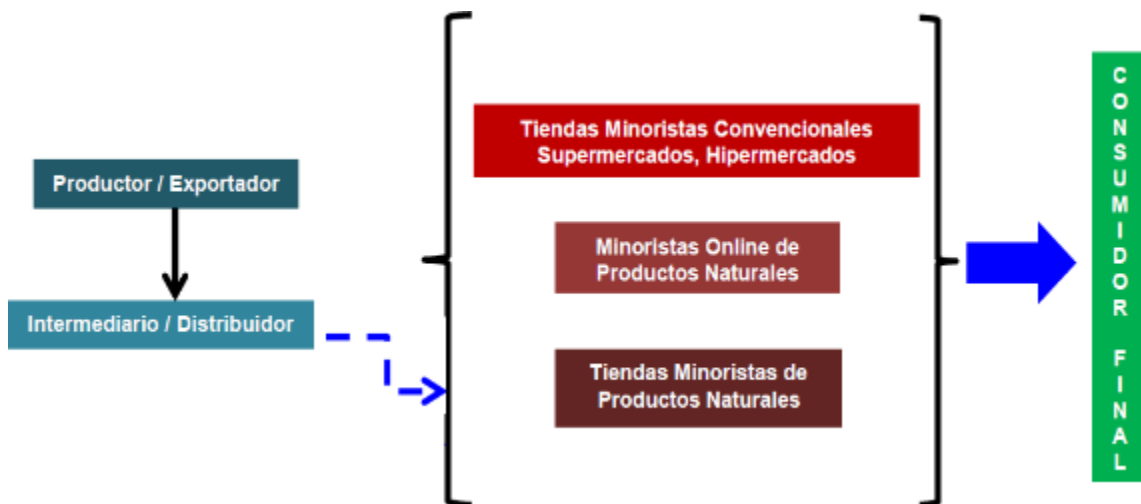
CAPÍTULO XII: DISTRIBUCIÓN

12.1 Mapeo de la Secuencia Comercial Proveedor – Consumidor:

La estrategia de distribución comercial que emplearemos es una estrategia push porque, al ser un producto dirigido a un mercado extranjero, es importante ponerse en contacto con un distribuidor que conozca las características del mercado para llegar a intermediarios y consumidores finales. En nuestro caso sería el importador/distribuidor lo atraeremos hacia la compra y mejor será el precio, de tal manera que si compra en mayor volumen, el precio por unidad del producto será a menor costo y su margen de utilidad será mayor.

Figura 17

Canales de distribución y comercialización para la Galleta de Kiwicha



La empresa exportadora se representa en la figura anterior como el inicio de actividades comerciales. Esto también está de acuerdo con el análisis preliminar realizado por los supermercados de la ciudad de Montreal, Canadá, para llegar al consumidor final. El propósito de usar distribuidores para generar ventas es reducir las barreras de entrada, obtener acceso al mercado objetivo y establecer una percepción favorable del consumidor. De esta manera, ahorrará tiempo y dinero porque desarrollar una nueva marca costaría más dinero al principio. Pero para encontrar clientes potenciales y dejar de usar intermediarios en el futuro, se buscará una presencia proactiva en ferias internacionales.

12.2 Identificación y Descripción de Canales de Distribución:

Según (ICEX, 2022) Los exportadores más ferozmente competitivos del mundo están presentes en Canadá, que es principalmente un mercado de precios. Cuando se trata de cumplir con los plazos de entrega, los consumidores canadienses tienen altos estándares. También otorgan un gran valor a la flexibilidad de la cadena de suministro de un proveedor y al calibre del soporte posventa brindado. Antes de iniciar la comercialización de los productos en Canadá, la empresa exportadora debe considerar cuidadosamente las posibles restricciones que pueden resultar, por un lado, la enorme extensión territorial del país y los consiguientes desafíos de transporte, así como, por el otro, la existencia de mercados en regiones muy diferentes.

Por ello, es muy conveniente realizar estudios de mercado previos para conocer con la mayor precisión el nivel de aceptación de los productos a comercializar, la mejor ubicación geográfica para la introducción de las mercancías, el canal de distribución, etc. Como regla general, preste atención primero a Toronto, Montreal, Vancouver, Calgary y Edmonton, así como a sus áreas metropolitanas. Una novedad destacable es la distribución comercial. Los minoristas suelen preferir trabajar directamente con importadores mayoristas de bienes de consumo en lugar de con productores o exportadores extranjeros cuando se trata de vender estos productos.

Los importadores mayoristas suelen trabajar a nivel provincial. Se recomienda enfáticamente obtener asesoría legal canadiense antes de establecer un contrato de representación comercial o de agencia. Al organizar la promoción de un producto en Canadá, es importante tener en cuenta que Quebec (mercado de habla francesa) y el resto del país (mercado de habla inglesa) son dos mercados muy diferentes desde el punto de vista lingüístico, lo que dificulta utilizar apoyos nacionales.

12.3 Canal con Mayor Flujo Comercial para Las Importaciones del Producto

Según (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017) la alta concentración del mercado en unas pocas ciudades, en particular Toronto, Montreal y Vancouver, se cita como una característica distintiva del mercado canadiense. La mayoría de las actividades de importación y distribución se concentran en Toronto, que es el centro

más importante del país. Vancouver, que sirve al oeste, y Montreal, que sirve al este, le siguen.

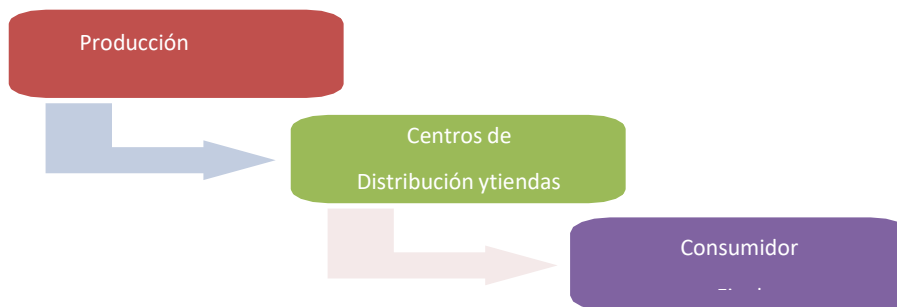
Según el tipo de producto, la estructura del canal de distribución puede cambiar en Canadá. Hay estructuras que conectan directamente a productores y consumidores, y otras que son más complejas y utilizan intermediarios (agentes, corredores). Para realizar estas compras, las pequeñas y medianas empresas pueden recurrir a las importaciones directas, la creación de consorcios o cooperativas, o ambas. Las grandes cadenas de tiendas, negocios y supermercados tienen sus propios departamentos, instalaciones de importación y centros de distribución. Hay dos categorías de estructuras de marketing en este sentido:

a. Distribución propia (Self Distribución Retailing):

El tipo de estructura más común en Canadá es este. Las productoras utilizan centros de distribución y tiendas minoristas propias o concedidas en régimen de franquicia y que pueden compartir servicios de promoción, diseño técnico y marca. A continuación, se presenta una descripción del flujo de mercancías:

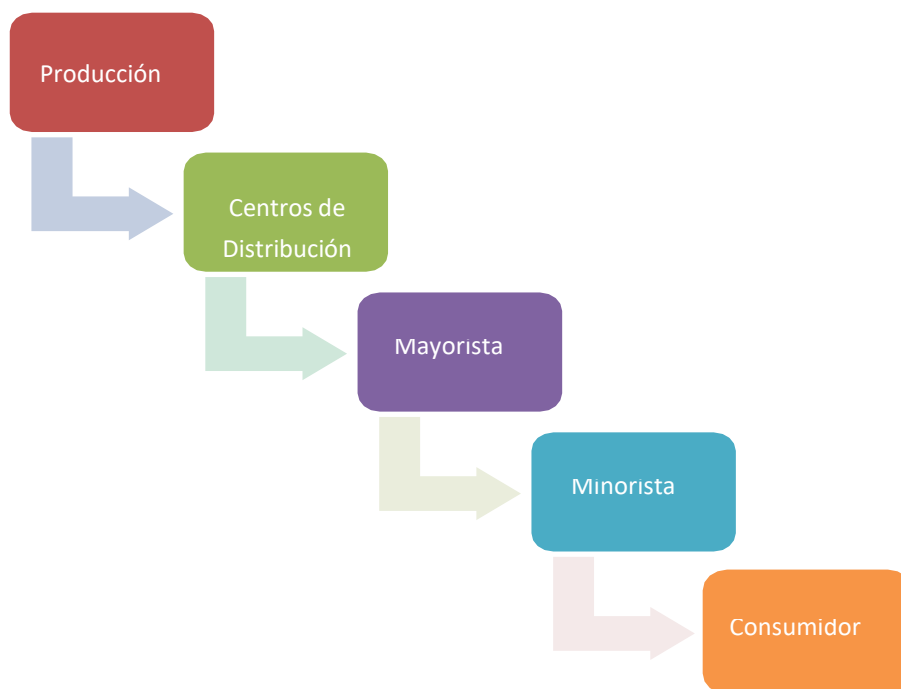
Figura 18

Distribución Propia



b. Distribución a través de centros mayoristas (Wholesaler Distribution Centres):

Un intermediario que actúa como distribuidor para minoristas y productor. A continuación, se presenta una descripción del flujo de mercancías:

Figura 19*Distribución a través de Centros Mayoristas*

12.4 Identificación y Cuantificación de los Márgenes de Intermediación, Condiciones de Compra (60-90-120 días, INCOTERMS utilizados), volúmenes mínimos, etc.:

Se acordó exportar las galletas de kiwicha en FOB Callao, Incoterms® 2020, mediante negociaciones previas entre la empresa exportadora y el importador. Esto significa que el vendedor debe entregar la mercancía a bordo del buque con el que el comprador haya contratado y en el puerto de embarque designado.

La entrega de las mercancías y la transferencia al comprador de cualquier riesgo futuro de pérdida o daño de las mercancías se produce cuando las mercancías están a bordo del buque.

De acuerdo a la evaluación de los incoterms FCA y FOB para este proyecto, la empresa exportadora utilizará los Incoterms FOB® 2020 donde entregará la carga en Puerto Callao - Dp World Callao y el embarque de la mercadería se realizará en coordinación previa con el agente de aduanas, un vendedor asistido por una agencia.

El importador se encargará del transporte internacional, la descarga y manipulación en el puerto de Montreal, el proceso de nacionalización en destino y el

transporte interno hasta el depósito de su empresa. La Aduana estará a cargo de todos los trámites operativos en origen, incluyendo el envío de la carga al puerto, realizar los trámites aduaneros en origen, manipular y cargar el material en el puerto del Callao.

No se requiere contratar un seguro bajo el Incoterm FOB para protegerse contra los riesgos potenciales del producto durante el transporte. A pesar de esto, se recomienda que compre un seguro que cubra los riesgos asumidos tanto por el vendedor como por el comprador. En nuestra situación, la empresa exportadora como vendedora, tendremos una póliza de seguro local flotante de tipo A para asegurar la carga durante el tránsito local.

La razón por la que el comprador elige trabajar con Incoterm FOB es porque les da más control sobre los costos y el flete. Esto significa que al elegir su propio transportista, tienen más control sobre el envío y pueden decidir sobre las rutas, los tiempos de tránsito, negociar las condiciones del flete, acceder a mejores tarifas, etc. Como resultado, el comprador disfruta del beneficio de tratar con solo un negocio durante la duración del proceso de transporte. Esto implica que hay un único punto de contacto para cualquier consulta o problema potencial. Como el único objetivo del cargador es llevar la carga a su destino, trabajar con una sola empresa asegura que realiza sus actividades en beneficio del comprador.

En cuanto al flete internacional, es importante señalar que transporte marítimo es menos costoso que FCA (transporte aéreo), que es más costoso. Es importante señalar esto porque el importador quiere reducir los costos y aumentar las ganancias. Las obligaciones de la empresa importadora ("compradora") y exportadora ("vendedora") se enumeran en la siguiente tabla.

Tabla 46

Responsabilidades vendedor y comprador según Incoterm FOB 2020.

Incoterm FOB 2020	Responsabilidad
bienes que han sido preparados para la venta.	Vendedor
La mercancía guardada en el almacén del vendedor.	Vendedor
Transporte interno desde el origen	Vendedor
Trámites aduaneros para la exportación.	Vendedor
Tarifas de manejo de origen.	Vendedor
Flete internacional	Comprador
Seguro de bienes.	Comprador
coste de manipulación en destino.	Comprador
Trámites aduaneros de importación.	Comprador
En destino, transporte terrestre.	Comprador
Los bienes se entregan al comprador.	Comprador

Nota: Elaboración propia, en base a la CCI.

Como se puede apreciar en el Cuadro anterior, el vendedor es responsable desde que el artículo a exportar está listo para la venta hasta que cumple con todos los requisitos para la entrega de la mercancía en el puerto convenido para su embarque, luego de lo cual el comprador es responsable por todos los gastos desde el transporte principal hasta la descarga del artículo en su almacén.

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

A medida que la población envejece (para 2031, el 25 % de los canadienses tendrá más de 65 años), los consumidores canadienses se vuelven cada vez más conscientes de su salud. Debido a esto, los consumidores actualmente buscan y están dispuestos a pagar más por bienes y servicios que los ayuden a mantener

mejorar su salud.

El consumidor canadiense está interesado en alimentos frescos y bien balanceados con alto contenido de nutrientes; buscan alimentos elaborados con cereales integrales, con poca grasa trans y bajos en azúcar, sal y sodio. Los consumidores inspeccionan el producto antes de realizar una compra para determinar si incluye ingredientes naturales y sabores, colorantes y conservantes artificiales. El informe de MINTEL predice que para 2017, los consumidores de América del Norte preferirán productos que se comercialicen como "menos procesados" o "más naturales". Los mercados minoristas se desglosan a continuación por las zonas donde se venden más productos.

Mercado Retail por Zonas

- **Canadá central**

Las dos provincias más pobladas de Canadá, Ontario y Quebec, se encuentran en esta importante región económica. En estas dos provincias se concentra el 57% de la población nacional. Al concentrar la mayoría de los importadores exitosos, sirve como centro industrial y comercial. El valor de la producción manufacturera canadiense lo produce en una proporción del 73%.

- **Ontario**

- **Loblaws Companies Ltd.**

A través de una serie de empresas subsidiarias y marcas privadas (marcas privadas), incluidas President's Choice y No Name, Club Pack, Too Good to be True and Exact, que son bien conocidas por los consumidores canadienses, comercializa más de 5000 productos que reflejan su imagen corporativa. La cadena ha posicionado la marca privada como uno de sus productos premium. Loblaws ha establecido una estrategia de crecimiento a través de la adquisición de otras cadenas, como Maxi/Provigo, que atiende a Quebec. Como resultado, Loblaws tiene una participación de mercado cercana al 40% en Canadá.

- **Quebec**

- **Metro Inc**

Más de 800 establecimientos minoristas están bajo el control de esta organización, incluidas las cadenas Marché Richelieu (133 tiendas) y Metro (244 tiendas). 51 ubicaciones de tiendas de alimentos Super C en Quebec y 7 en Ontario

también forman parte del colectivo. Metro Inc. posee 40 supermercados Loeb en la provincia canadiense de Ontario. En Quebec hay varias cadenas de supermercados y un club de compras llamado Provigo. Actualmente es parte de la organización Loblaws. Esta organización supervisa Provigo Inc., una organización de compras y 94 supermercados. que también atiende a más de 600 comercios vinculados a las cadenas Intermarché, Axep, Proprio y Atout-Prix. Para abastecer a las tiendas pequeñas, tienen negocios mayoristas o cash-and-carry. President's Choice y No Name son algunas de las etiquetas privadas que emplean.

- **Las Praderas**

Alberta, Saskatchewan y Manitoba son las tres provincias que componen esta zona. El descubrimiento de minerales, especialmente petróleo en Alberta, ha jugado un papel importante en su rápido crecimiento.

- **Canada Safeway Ltd.**

Cadena estadounidense de supermercados con sede en California que opera 210 ubicaciones, la mayoría de las cuales se encuentran en las provincias occidentales (Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan y Manitoba). Además de Safeway y Empress, utilizan marcas privadas. La sede de Calgary supervisa tanto las ventas como las compras.

- **Provincias del Atlántico**

Es la ubicación de las provincias de New Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island y Newfoundland. Es la provincia más rural y menos diversificada de Canadá, con una concentración de población del 8%, y sus principales industrias son la agricultura y la pesca. La mayoría de los productos provienen de EE. UU. (Maine) a través de New Brunswick o a través de centros de distribución en Ontario y Quebec hacia esta área. Esta zona es importadora neta de productos terminados.

- **Sobeys Inc.**

Fuerte cadena en las provincias atlánticas; en los últimos años ha iniciado una agresiva campaña de expansión similar a la de Loblaws. Con sede en Nueva Escocia, esta empresa cuenta con 1.300 ubicaciones en funcionamiento (ya sea como franquicias o como parte del grupo) en las diez provincias de Canadá.

- **Loblaws Companies Ltd**

El distribuidor de alimentos más grande de Canadá es este. Ofrece al público canadiense la posibilidad de satisfacer sus necesidades de alimentos y productos para el mantenimiento y limpieza de su hogar en un mismo lugar a través de sus distintas marcas comerciales. Se utilizan varios formatos de tienda en todo el país para lograr este objetivo. La selección de alimentos de Loblaw es reconocida por su alta calidad, inventiva y asequibilidad. Para sus propias marcas, como President's Choice y Joe Fresh Style, también ofrece el programa de control de calidad más sólido.

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

12.6.1 Perfil del Consumidor

Según (Euromonitor internacional, 2020) Los clientes en Canadá son conocidos por ser exigentes y extremadamente informados, lo que se traduce en una gran demanda de un producto o servicio que realmente satisfaga las necesidades del usuario final. En este sentido, cabe señalar que en este mercado es habitual cambiar un producto o devolver dinero si un cliente no está satisfecho con el bien o servicio que ha adquirido. En conclusión, podemos identificar los siguientes rasgos del consumidor canadiense:

- Ingresos generoso.
- Bien informado y severo.
- Conciencia de precio.
- Propietario de su residencia.
- Más hogares monoparentales y de doble ingreso.
- La salud y el medio ambiente son fuentes de preocupación.
- Un componente del mercado multicultural en expansión (étnico y orgánico).

Población madura - Los "Baby Boomers" y las nuevas tendencias que marca la generación Millennial son segmentos importantes a considerar. En 2017, el 30% de la población tendrá más de 65 años.

12.6.2 Cultura del Negocio

Según (SIICEX, 2019) El mercado canadiense es competitivo, por lo que el empresario peruano que quiera ingresar a él debe considerar una estrategia de mediano y largo plazo. Lograr el éxito al exportar a Canadá requiere invertir en personas, recursos y tecnología. Los procesos de toma de decisiones tardan más de lo habitual porque el empresario canadiense es un empresario conservador.

El empresario canadiense descalifica los emprendimientos que exigen asumir riesgos financieros significativos. Esto implica, entre otras cosas, que nunca hace una compra por adelantado. Es fundamental tener un conocimiento profundo del mercado, sus segmentos, la competencia y los distintos canales de distribución. El canadiense anticipa recibir los mismos precios ya sea que compre en grandes o pequeñas cantidades.

Con frecuencia asumen que el vendedor cubrirá las variaciones en los costos de logística por adelantado como una especie de inversión. Si no se cumplen estos requisitos cruciales, el proyecto de exportación puede fracasar. Puntualidad y formalidad.

Cualquier relación comercial con una nación donde se fomente una cultura empresarial proactiva y de confianza entre las partes puede destruirse ofreciendo justificaciones o problemas en lugar de soluciones. Un proceso de planificación completo es esencial para el éxito de cualquier proyecto de exportación. Esta planificación debe tomar en cuenta factores como estudios de mercado, logística y comercio internacional, consideraciones financieras, planes de promoción y publicidad, negociación y venta, y representación y presencia física en el mercado objetivo.

12.6.3 Mercado de Galletas en Canadá

Según (Procolombia, 2019) El estilo principal adoptado por importantes procesadores de alimentos (como Kraft Food Inc., que fabrica galletas con la marca Nabisco), presentará sus productos en envases más compactos. En particular, esta tendencia se observa en productos o refrigerios que normalmente se asocian con la "comida chatarra". Los procesadores como Kraft tienen la intención de ofrecer paquetes de galletas con menos producto en su interior.

La segunda tendencia es el resultado del deseo del canadiense de maximizar su limitado tiempo libre. Esta demanda exige productos que sean útiles, cuyo empaque no solo resguarde un producto que se pueda llevar en el bolsillo, sino que también sea fácil de abrir. Los clientes quieren más información nutricional sobre los alimentos que consumen porque están preocupados por su salud.

La regulación canadiense tiene como objetivo crear estándares vinculantes que exijan información más específica sobre la cantidad de grasas saturadas (también conocidas como grasas trans) en los alimentos. También es importante tener en cuenta que cada grupo étnico generalmente adopta alimentos que se ajustan a su dieta o tradiciones culturales. En entrevista con Alain Bellefeuille, director de la Feria Comercial SIAL MONTREAL, se mencionó que "En cada supermercado, el gerente tiene un cierto grado de libertad para elegir productos étnicos de acuerdo a la ubicación geográfica de la tienda (aunque pertenezcan a cadenas como Loblaws, Metro o IGA)".

Se descubrieron diferentes tipos de galletas durante la investigación de campo y visitas a los mismos supermercados en la misma ciudad, pero en áreas con diferentes concentraciones étnicas. Galletas kosher en áreas con una gran población judía, por dar un ejemplo. "Las empresas de alimentos ponen a dieta sus raciones. Lo anterior presenta una ventana de oportunidad para los exportadores que tienen la libertad de presentar mercancías competitivas en precio e innovadoras en presentación para atender las necesidades de nichos de mercado conformados por etnias inmigrantes. En conclusión, se deben tener en cuenta los siguientes factores de mercado y cómo afectan el crecimiento de los productos de galletas.

- a. La baja tasa de natalidad apunta a un lento crecimiento de la demanda y un mercado industrial que se encuentra en una etapa madura, donde hay consolidación de marca. Esto implica que se pueden utilizar estrategias de nicho de mercado para aumentar la demanda. El envejecimiento de la población se traducirá en un aumento de la demanda de productos saludables que se envasen de forma práctica y con presentaciones que no vayan en contra de la idea de una "dieta sana y equilibrada". La diversidad étnica y la variedad de poblaciones en las principales ciudades pueden presentar una ventana de oportunidad para las empresas que utilizan estrategias de nicho para ingresar al mercado canadiense.

CAPÍTULO XIII: MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACIÓN

Tabla 47

Matriz de Costos y Cálculo de Precio

Egresos (Expresado en US\$)	Tipo de cambio: 3.9 Utilidad: 10%			Costo total anual
	Enero	Febrero	Marzo	
COSTO FIJO	1632.48	1632.48	1632.48	
Pago de alquiler de local	512.82	512.82	512.82	
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	102.56	102.56	102.56	
Útiles de limpieza e implementos de seguridad	333.33	333.33	333.33	
Gasto de ventas	683.76	683.76	683.76	
MANO DE OBRA	1621.79	1621.79	1621.79	
Mano de obra indirecta	1621.79	1621.79	1621.79	
MATERIA PRIMA	2240.00	2240.00	2240.00	
Kiwicha	2240.00	2240.00	2240.00	
COSTO DE PRODUCCIÓN	6041.14	6041.14	6041.14	
Galleta de kiwicha	5513.85	5513.85	5513.85	
Transporte de materia prima	410.67	410.67	410.67	
Transporte del maquilador hacia almacén	116.63	116.63	116.63	
COSTO DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN	1414.67	1414.67	1414.67	
Etiquetado y rotulado	1033.85	1033.85	1033.85	
Empaquetado	60.31	60.31	60.31	
Gastos administrativos	320.51	320.51	320.51	
COSTO DEL PALETIZADO	868.79	868.79	868.79	
Cajas y divisiones	86.15	86.15	86.15	
envases	516.92	516.92	516.92	
Rollo film	5.13	5.13	5.13	
Rollo zuncho	17.00	17.00	17.00	
Cinta de embalaje	5.64	5.64	5.64	
Pallett	196.92	196.92	196.92	
Paletizado	41.03	41.03	41.03	
COSTO TOTAL EN PLANTA	13818.88	13818.88	13818.88	41456.63
UTILIDAD (%)	1381.89	1381.89	1381.89	4145.66
GASTOS ADUANEROS				
Seguro de carga	92.30	92.30	92.30	
Transporte del almacén hacia puerto	205.00	205.00	205.00	
Certificado de origen	11.54	11.54	11.54	
B/L	25.00	25.00	25.00	
Descarga / desconsolidación	30.00	30.00	30.00	
V°B - Agentes portuarios	285.00	285.00	285.00	
Gastos administrativos	120.00	120.00	120.00	
Agenciamiento de Aduanas (comision)	115.00	115.00	115.00	
Precintado	20.00	20.00	20.00	
Almacén aproximado	600.00	600.00	600.00	
Transferencia bancaria	25.00	25.00	25.00	
Manipuleo de la carga	105.64	105.64	105.64	
GASTOS DE EXPORTACIÓN	1634.48	1634.48	1634.48	4903.44
VALOR FOB				50,505.73
N° de unidades	13440	13440	13440	40320
	Precio unitario (dólares) (Valor FOB)			1.25
	Precio unitario (soles) (Valor FOB)			4.89

13.1 Costos de Oportunidad De Capital

El costo de capital propio es el costo del capital propio y es la tasa mínima de rentabilidad que exige el inversionista. Para que un proyecto sea rentable la tasa de rentabilidad del proyecto, que es el TIR, tiene que sea mayor al costo de oportunidad. El costo de oportunidad de este proyecto es del 10 por ciento, que es el rendimiento mínimo esperado de invertir en la exportación de galletas Kiwicha.

13.2 Valor actual neto:

Tabla 48

Flujo de Caja Económico

Flujo de Caja Económico	0	1	2	3	4	5
(Expresado en US\$)	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos		202,023	222,225	244,448	268,892	295,782
Ingresos Totales		202,023	222,225	244,448	268,892	295,782
Costo total de planta		165,827	182,409	200,650	220,715	242,787
Gasto de exportación		19,614	21,575	23,733	26,106	28,716
Egresos Totales		185,440	203,984	224,383	246,821	271,503
Inversión	22,454.21					
Flujo de Caja Económico	(22,454)	16,583	18,241	20,065	22,072	24,279

VAN	USD 52,921.48
-----	---------------

La tabla anterior describe el flujo de caja económico creado por la inversión inicial en el año cero y por los ingresos y gastos operativos en los años uno a cinco. El flujo de caja muestra la liquidez que tiene una empresa y no considera ni depreciación y amortización. De igual manera, el cálculo del VAN arrojó un resultado positivo, demostrando que el proyecto es rentable además de poder recuperar su inversión inicial.

13.3 Tasa de interés de retorno:

Tasa De Interés De Retorno

TIR	77%
-----	-----

El TIR es la tasa interna de retorno que indica la rentabilidad de un proyecto en término porcentual. El criterio de rentabilidad para que el proyecto se aceptado es que el TIR sea mayor al costo de oportunidad. Se determina que el proyecto es rentable con base en el cálculo de los indicadores económicos VAN y TIR como resultado del cumplimiento de los requisitos de rentabilidad para la aceptación del proyecto.

La conclusión es que el VANE es igual a USD 52.921,48 , la TIR es del 77 por ciento y se cumplen los criterios de rentabilidad de que el Van sea mayor que cero y la TIR sea mayor que el cok. Como resultado, se aprueba el proyecto de exportación de galletas de kiwicha.

CONCLUSIONES

Creemos práctico revalorizar las exportaciones peruanas para producir kiwicha en nuestro país a través de la elaboración de nuestro plan de negocios. Cabe señalar que se cumplieron todos los objetivos específicos de este plan de negocios, lo que permitió alcanzar el objetivo general. Los hallazgos clave de cada objetivo en particular se desglosan a continuación en detalle:

- El análisis de mercado lleva a la conclusión de que, debido a su estatus de importación y al creciente interés en productos saludables, el mercado canadiense es el mejor lugar para las galletas de kiwicha.
- Se ha determinado que el plan de negocios de nuestra empresa creará oportunidades de empleo. Si bien existe una gran oferta de bienes naturales y nutritivos disponibles en este momento, existe una fuerte tendencia hacia su consumo en el exterior, lo que eleva su precio.
- A pesar de la feroz competencia que existe por la presencia de importantes multinacionales estadounidenses y canadienses, el mercado escogido es uno que ofrece oportunidades para el exportador, particularmente en productos de mayor valor agregado, como el que ofrece nuestra empresa.
- Es fundamental utilizar un importador/distribuidor con conocimiento del mercado para llegar a Montreal, Canadá, con el fin de llegar a nuestro consumidor final.
- La evaluación económico-financiera del proyecto Plan de Negocios concluyó que era viable debido a que su TIR económica era 77 por ciento superior al costo de oportunidad. También se genera un VAN Económico positivo y muy alentador de USD 52.921,48, lo que permite ingresar a este tipo de industria y mercado objetivo.

RECOMENDACIONES

- Para asegurarnos de cumplir con el pronóstico y, en consecuencia, poder alcanzar nuestras ventas programadas, recomendamos adherirse a las estrategias de promoción y distribución.
- Para llegar a nuestro mercado objetivo y aumentar la rentabilidad del negocio, se recomienda buscar nuevos canales de comercialización. Esto incluye la comercialización de nuestros productos a través de sitios web, lo que impulsará las ventas.
- Estos indicadores son una justificación para una expectativa optimista porque apuntan a la viabilidad del proyecto, que es la misma que nos da la rentabilidad de un proyecto. También debemos mencionar que, tal como lo demanda nuestro mercado, es de pronta capitalización. Los resultados del VAN Económico son de USD 52.921,48, con una TIR Económica del 77%.
- Se aconseja invertir en el proyecto porque, como hemos demostrado, es rentable y tiene indicadores prometedores. También debemos destacar que las características de esta empresa garantizan su longevidad porque se basa en las necesidades de nuestros clientes canadienses.

REFERENCIAS

- Datos Mundial. (2020). *Transporte por Carretera por Canadá*. Obtenido de <https://www.datosmundial.com/america/canada/trafico.php#:~:text=La%20red%20de%20carreteras%20y,17%20de%20la%20clasificaci%C3%B3n%20mundial>.
- Diario del exportador. (2016). *Agencia de aduanay su participación en el comercio internacional*. Obtenido de <https://blog.cliandina.com/wp-content/uploads/2016/02/Agencia-de-Aduana-y-su-participaci%C3%B3n-en-el-comercio-internacional.pdf>
- Diario del exportador. (2019). *El seguro de transporte de mercancías*. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/josruiz/files/2014/05/EL-SEGURO-DE-TRANSPORTE-DE-MERCANCIAS.pdf>
- Euromonitor internacional. (2020). *Perfil del Consumidor Canadiense*. Obtenido de http://webaloe.ulima.edu.pe/portalUL/bi/baseDatosEtech/index.jsp?BD=BI_RUTA_EUROMONITOR
- Gonzales Cancela, Nicolleta. (2016). *Transporte Y Logística*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3330/333046307001.pdf>
- ICEX. (2020). *Guía País Canadá*. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/documentos/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior/canada/DOC2022907868.pdf>
- ICEX. (2022). *Guía País Canadá*. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/documentos/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior/canada/DOC2022907868.pdf>
- Jerez Gúzman, German. (2019). *Planificación de Estiba de los Buques*. Obtenido de <https://biblus.us.es/bibing/proyectos/abreproy/90027/fichero/TFG.pdf>
- Leggixcomex. (2019). *Puertos Marítimos en Canadá*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/puertos-maritimos-canada-html>
- MINCETUR. (2009). *Guía de Embalaje y Envases*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>

- MINCETUR. (2016). *Guía de Envases y Embalaje*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>
- MINCETUR. (2017). *Plan Operativo de Mercado de Canadá*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/6Planes_Mercados/POM_2017_2021/POM_Canada.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *POM Canadá*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/6Planes_Mercados/POM_2007_2011/POM_Canada.pdf
- Muther, R. (s.f.). *Distribución en planta* (Segunda ed.). Barcelona, España: Hispano europea.
- Procolombia. (2019). *Mercado de Galletas en Canadá*. Obtenido de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/28625.PDF>
- PROMPERU. (2017). *Desarrollo de ficha técnica*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Ficha%20t%C3%A9cnica%20de%20productos%20-%20Inteligencia%20Comercial.pdf>
- PROMPERU. (2017). *Unitarización de la Carga*. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/4102/UNITARIZACION%20DE%20LA%20CARGA.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- SACEX Consulting. (2019). *Terminales de almacenamiento en Perú*. Obtenido de <https://www.sacexconsulting.es/terminales-de-almacenamiento-en-peru#:~:text=Los%20terminales%20de%20almacenamiento%20nacn,potestad%20de%20la%20Aduana%20peruana>.
- Sanches De Domenico, Silvana. (2019). *Análisis de los Determinantes de la Contenedorización en Países Seleccionados de América Latina, Asia, Europa y África*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46648/1/S2000950_es.pdf

- SIICEX. (2009). *Guía de envases y embalajes*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>
- SIICEX. (2011). *Guía de mercado España*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/SIICEX/resources/fichapais/GUIA%20DE%20MERCADO%20DE%20ESPA%C3%91A.PDF>
- SIICEX. (2016). *Cartilla de Información Postal Canadá*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/912278117rad9959E.pdf>
- SIICEX. (2019). *Guía de Mercado Canadá*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Canad%C3%A1.pdf>
- SUNAT. (2019). *Orientación Aduanera Clasificación Arancelaria*. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/nomenclaturaarancelaria/index.html>