



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Trabajo de suficiencia profesional para optar el Título de Licenciada  
en Administración y Negocios Internacionales.**

**EXPORTACIÓN DE HIGOS SECOS AL MERCADO DE  
ESTADOS UNIDOS – MIAMI**

**Presentado por el bachiller**

**Catusca Rosali Ramírez Rosales.**

**LIMA – PERÚ**

**2016**

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme dado la vitalidad, entusiasmo y coraje para estudiar aun las adversidades presentadas a lo largo de la vida universitaria.

A mi linda madre Francisca Rosales Trujillo, que gracias a su amor, cariño, comprensión y apoyo ilimitado ha servido para desenvolverme correctamente en los retos que me presenta la vida, siempre basándome en los valores y principios inculcados desde niña, siendo mi gran inspiración y el motivo de que día a día trate de ser una mejor persona para el bien de la familia y sobretodo del país.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas deben competir globalmente, y el Perú no ha sido ajeno a dicha competencia, las exportaciones en los últimos años de productos tradicionales; han elevado su valor lo que pretende este proyecto es incentivar el proceso de producción y exportación de higos secos.

En cada capítulo identificaremos las etapas principales del comercio internacional, siendo el primero la identificación de nuestro producto con la ficha técnica que contiene las especificaciones básicas atribuidas al producto para su reconocimiento mediante la partida arancelaria, así mismo todos los procesos que acompañan al producto para el acabado final del mismo, la estrategia de aprovisionamiento y almacenamiento del producto.

En el segundo capítulo indica las fases de la exportación fase comercial y fase operativa y logística, para la fase comercial se tienen los documentos de exportación necesaria y el conocimiento integral del país destino en tanto a infraestructura y la distribución en el país destino Miami, mientras que para la fase operativa y logística identificaremos al producto desde el proceso de envasado hasta el proceso de la contenedorización, Estos serán los procesos que acompañaran a nuestro producto durante la exportación hacia el mercado de Miami, para garantizar un venta satisfactoria y la sostenibilidad de ventas en el tiempo con los países destino.

## **RESUMEN**

El presente plan desarrolla cuales son los pasos necesarios para realizar la exportación del higos secos hacia el mercado de Estados Unidos, la empresa encargada de exportar higos secos es Sweet Fig, quien desarrolla el proceso de exportación primero identificando el potencial del producto y el país destino en la investigación de mercados, obteniendo como resultado que el país más atractivo para su producto es Estados Unidos-Miami. Ello debido a la tendencia alimenticia y los nuevos comportamientos en el consumo de alimentos saludables, para el cual la empresa puede atender dicho mercado con el producto que ofrece.

Desarrollar los procesos que acompañaran la exportación exitosa del producto desde la información básica del producto y las diversas fases de exportación que desarrollara la empresa hasta la llegada del producto al mercado destino.

## **ABSTRAC**

This plan develops what are the necessary steps to export dried figs to the US market, the company responsible for exporting dried figs is Sweet Fig, who develops the export process by first identifying the potential of the product and the country of destination in market research, resulting in the most attractive country for your product is US-Miami. This trend due to food and new behaviors in healthy food consumption, for which the company can service this market with the product offered. Develop processes that accompany the successful export product from the basic product information and export the various phases to develop the company until the arrival of the product to market destination.

## INDICE

DEDICATORIA	II
INTRODUCCIÓN	III
RESUMEN	IV
ABSTRAC	....V

### TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PRODUCTO A EXPORTAR .....	10
1.PRODUCTO A EXPORTAR.....	10
1.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO. ....	10
1.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	12
1.3. BENEFICIOS DEL PRODUCTO.....	15
1.4. PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN. ....	16
1.5 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO. ....	17
1.6. FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO. ....	18
2.APROVISIONAMIENTO. ....	20
2.1. PROVEEDORES POTENCIALES.....	20
2.2. MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES.....	21
2.3. CONTROL DE CALIDAD. ....	23
2.4. COSTO DE FABRICACIÓN Y/O ADQUISICIÓN. ....	26
3.ALMACENAMIENTO.....	29
3.1. ESTRATEGIA DE ALMACENAMIENTO .....	29
3.1.1.Estrategia de Almacenamiento antes del secado.....	29
3.1.2.Estrategia de Almacenamiento después del secado del fruto.....	29
3.2. LAY-OUT DE ALMACÉN.....	31
3.3. DETALLE DEL MOBILIARIO USADO EN EL ALMACENAMIENTO .....	32
3.4. COSTOS FIJOS DE ALMACÉN.....	33
CAPITULO II: FASES PARA UNA EXPORTACIÓN.....	34
Fase comercial.....	34
4. DOCUMENTACIÓN.....	34
4.1. CARTA DE PRESENTACIÓN (EXPORTADOR) .....	34

4.2.	SOLICITUD DE COTIZACIÓN (COMPRADOR) .....	36
4.3.	REMITE COTIZACIÓN (VENDEDOR).....	38
4.4.	SOLICITA REAJUSTE (COMPRADOR).....	40
4.5.	VENDEDOR REAJUSTA (PRECIO). .....	41
4.6.	COMPRADOR SOLICITA MUESTRA.....	42
4.7.	FACTURA PROFORMA (INVOICE).....	43
4.8.	CONTRATO COMERCIAL.....	44
4.9.	CARTA DE CRÉDITO.....	46
5.	INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN EN EL PAÍS DESTINO .....	48
5.1	PUERTOS O TERMINALES TERRESTRES DISPONIBLES PARA LA CARGA PERUANA.....	48
5.2	ANÁLISIS DE INFRAESTRUCTURA VIAL PORTUARIA DEL PAÍS DESTINO.....	48
5.3.	DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PUERTOS INCLUYENDO, RUTAS INFRAESTRUCTURA, CAPACIDAD RESTRICCIONES, SERVICIOS, PROCEDIMIENTOS, COSTOS, ETC..	49
5.4.	PROCESO DE IMPORTACIÓN Y NACIONALIZACIÓN EN EL PAÍS DESTINO (FLUJOGRAMA CON COSTOS Y TIEMPOS).....	50
5.5.	DATOS DE PROVEEDORES DE SERVICIO LOGÍSTICO EN EL PAÍS DESTINO. ....	52
6.	DISTRIBUCIÓN.....	53
6.1	MAPEO DE LA SECUENCIA COMERCIAL PROVEEDOR – CONSUMIDOR.....	53
6.2	IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.	54
6.3	IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LOS MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN, CONDICIONES DE COMPRA (60-90-120 DÍAS, INCOTERMS UTILIZADOS), VOLÚMENES MÍNIMOS, ETC. ....	55
6.4	PERSPECTIVAS ESPERADAS EN MATERIA DE EVOLUCIÓN, DIVERSIFICACIÓN, SIMPLIFICACIÓN O ESPECIALIZACIÓN DE LOS ACTORES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. ....	56
6.5.	TENDENCIAS ACTUALES Y SU IMPLICACIÓN PARA LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN EXIGENCIAS DE COMPRA Y COMPETENCIA DE PRODUCTO POR CANAL.....	57
	Fase operativa y logística.....	58

7. ROTULADO Y ETIQUETADO TÉCNICO .....	58
7.1 MODELO DE ETIQUETAS / ROTULADO DE PRODUCTO.....	58
7.2 NORMAS TÉCNICAS APLICABLES.....	60
7.3. PROCESO DE ROTULADO. ....	61
7.4. TIEMPOS Y COSTO DEL PROCESO DE EMPACADO.....	61
8. EMPAQUE .....	62
8.1 FICHA TÉCNICA DE EMPAQUE PRIMARIO SELECCIONADO. ....	62
8.2 CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL EMPAQUE PRIMARIO. .....	63
8.3 PROCESO DE EMPAQUE PRIMARIO.....	63
8.4. TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE EMPACADO. ....	64
9. EMBALAJE .....	64
9.1 FICHA TÉCNICA DE EMBALAJE SELECCIONADO. ....	64
9.2 CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL EMBALAJE.....	66
9.3 PROCESO DE EMBALAJE.....	67
9.4. TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE EMBALAJE.....	68
10. UNITARIZACIÓN.....	69
10.1 FICHA TÉCNICA DEL PALLET SELECCIONADO.....	69
10.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL PALLET.....	70
10.3. PROCESO DE PALLETIZADO. ....	70
10.4. PLANO DE ESTIBA DEL PALLET.....	71
10.5 TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE UNITARIZACIÓN.....	72
11. CONTENEDORIZACIÓN.....	73
11.1 FICHA TÉCNICA DE SELECCIONADO. ....	73
11.2 CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL PALLET.....	74
11.3 PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN .....	74
11.4 PLANO DE ESTIBA DE PALLET. ....	75
11.5 TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN. ....	76
12. TRANSPORTE.....	77
12.1. PROVEEDORES DE TRANSPORTE INTERNO. ....	77
12.2 COSTO DE TRANSPORTE INTERNO.....	79
12.3 PROVEEDORES DE SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL. ..	80




12.4 COTIZACIÓN DE FLETE MARÍTIMO.....	81
13. SERVICIOS DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL.....	82
13.1 AGENTES DE ADUANA:.....	82
13.2 COSTOS DE AGENCIAMIENTO.....	82
13.3 ASEGURADORAS.....	83
13.4 PÓLIZA DE SEGURO (COBERTURA Y COSTOS).....	83
13.5 TERMINALES DE ALMACENAMIENTO.....	84
14. MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACIÓN.....	85
CONCLUSIÓN.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	87
ANEXOS.....	88

## CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PRODUCTO A EXPORTAR

### 1. PRODUCTO A EXPORTAR

#### 1.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.

FICHA TECNICA	
	
<b>Nombre del producto</b>	Higos, higos blancos, higos reina, higos negros y brevas
<b>Código arancelario</b>	0804200000
<b>Nombre de presentación comercial</b>	Higos secos
<b>Tamaño de presentación comercial</b>	Presentación de en cajitas de 250g
<b>Mercado de destino</b>	Estados unidos

<b>Nombre científico</b>	Ficus carica																										
<b>Familia</b>	Moraceae																										
<b>Reino</b>	<b>Vegetal</b>																										
<b>Nombre comercial</b>	higos reina, higos negros y brevas																										
<b>Nombre común</b>	<b>Español:</b> higos secos																										
<b>Descripción</b>	El higo seco es un tipo de alimento muy valorado por su valor nutricional y su alta demanda de este producto generalmente es más valorado si es orgánico.																										
<b>Especificaciones del higo seco</b>	Textura rugosa carnosa																										
<b>Valor nutricional por cada 100 gr. Higo seco</b>	<table border="1"> <tr><td><b>Energía</b></td><td>296 Kcal</td></tr> <tr><td><b>Proteínas</b></td><td>2.4 g</td></tr> <tr><td><b>Grasas</b></td><td>0.3 g</td></tr> <tr><td><b>Carbohidratos</b></td><td>73.7 g</td></tr> <tr><td><b>Calcio</b></td><td>73 mg</td></tr> <tr><td><b>Fósforo</b></td><td>79 mg</td></tr> <tr><td><b>Potasio</b></td><td>570 mg</td></tr> <tr><td><b>Hierro</b></td><td>1.3 mg</td></tr> <tr><td><b>Vitamina A</b></td><td>7 ER</td></tr> <tr><td><b>Betacarotenos</b></td><td>42 Equiv. Tot.</td></tr> <tr><td><b>Vitamina C</b></td><td>6 mg</td></tr> </table>			<b>Energía</b>	296 Kcal	<b>Proteínas</b>	2.4 g	<b>Grasas</b>	0.3 g	<b>Carbohidratos</b>	73.7 g	<b>Calcio</b>	73 mg	<b>Fósforo</b>	79 mg	<b>Potasio</b>	570 mg	<b>Hierro</b>	1.3 mg	<b>Vitamina A</b>	7 ER	<b>Betacarotenos</b>	42 Equiv. Tot.	<b>Vitamina C</b>	6 mg		
<b>Energía</b>	296 Kcal																										
<b>Proteínas</b>	2.4 g																										
<b>Grasas</b>	0.3 g																										
<b>Carbohidratos</b>	73.7 g																										
<b>Calcio</b>	73 mg																										
<b>Fósforo</b>	79 mg																										
<b>Potasio</b>	570 mg																										
<b>Hierro</b>	1.3 mg																										
<b>Vitamina A</b>	7 ER																										
<b>Betacarotenos</b>	42 Equiv. Tot.																										
<b>Vitamina C</b>	6 mg																										
<b>Estacionalidad del producto</b>	<p>La disponibilidad de los frutos son durante los meses de: mayo, junio según el trimestre de siembra y cosecha.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Meses trimestrales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">1°</td> <td>Enero</td> <td>Mayo</td> <td>Enero</td> </tr> <tr> <td>Febrero</td> <td>Junio</td> <td>Febrero</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">2°</td> <td>Marzo</td> <td>Julio</td> <td>Marzo</td> </tr> <tr> <td>Abril</td> <td>Agosto</td> <td>Abril</td> </tr> <tr> <td>Mayo</td> <td>Septiembre</td> <td>Mayo</td> </tr> <tr> <td>Junio</td> <td>Octubre</td> <td>Junio</td> </tr> </tbody> </table>			Meses trimestrales				1°	Enero	Mayo	Enero	Febrero	Junio	Febrero	2°	Marzo	Julio	Marzo	Abril	Agosto	Abril	Mayo	Septiembre	Mayo	Junio	Octubre	Junio
Meses trimestrales																											
1°	Enero	Mayo	Enero																								
	Febrero	Junio	Febrero																								
2°	Marzo	Julio	Marzo																								
	Abril	Agosto	Abril																								
	Mayo	Septiembre	Mayo																								
	Junio	Octubre	Junio																								
<b>Tiempo de vida</b>	12 meses a mas según tipo de almacenamiento																										

## **1.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

### **1.2.1. Historia.**

Los higos, cuyo nombre científico es “Ficus Carica”, son una fruta típicamente mediterránea que durante siglos ha sido muy apreciada por diferentes culturas Su origen se remonta a siglos antes de Cristo e incluso fueron considerados como manjares en la época de la Grecia Clásica. Ya en el mismo Génesis de la Biblia, se narra cómo Moisés mandó a unos exploradores a reconocer la tierra de Canaán y estos volvieron con diferentes frutos, entre ellos higos. Pero fue en la Grecia clásica donde los higos suponen uno de los alimentos esenciales de su civilización. “Esta fruta también fue el manjar predilecto de Platón, de hecho se le conoce como la fruta de los filósofos. Galeno los aconsejaba a los atletas e Hipócrates los usaba para combatir los estados febriles e incluso, la bella Cleopatra no se escapa de la historia del Higo, ya que ella fue envenenada por una serpiente áspid que llegó en un canasto con higos”. (Machadoet, 1997)

“La importancia de los higos en la historia de Canarias queda puesta de manifiesto en la gran cantidad de restos hallados en numerosos yacimientos arqueológicos habiéndose incluso encontrado restos dentro de las piezas dentarias de aborígenes” (Delgado, 2007).

### **1.2.2. Características del Higo.**

El Higo es considerado como una fruta que posee altos valores nutricionales los cuales benefician a la salud de las personas, es un fruto rico en fibra y vitaminas, bajo en nivel de calorías y grasas y ha sido usado como complemento de una alimentación sana, es muy digestivo y ayuda a nivelar los niveles de colesterol. El higo ha estado presente en la dieta de diferentes culturas desde hace mucho tiempo y su

preparación en forma artesanal ha sido predilecta de los hogares de antaño.

El Higo no es propiamente un fruto, sino una infrutescencia, lo que quiere decir que se modifica a partir de una inflorescencia. Las flores del higo no se ven, pues estas están ocultas en un sicono o cabeza. Se pueden tomar frescos o secos y poseen propiedades nutritivas que los hacen indispensables en dietas de niños, deportistas y mujeres embarazadas.

**Tabla N° 01**  
**Composición alimenticia del higo fresco y el higo seco**

<b>HIGOS</b>	<b>FRESCOS</b>	<b>SECOS</b>
<b>Contenido</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Agua	8	15
Proteínas	1	4,5
Grasas	0,4	1,5
Hidratos de carbono	16	73
Celulosa	1,6	6
<b>MINERALES</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Sodio	0,007	0,042
Potasio	0,190	0,910
Calcio	0,053	0,192
Magnesio	0,021	0,099
Hierro	0,0007	0,004
Fosforo	0,040	0,149
Azufre	0,012	0,070
Cloro	0,016	0,075
<b>VITAMINAS</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Vitamina A	75 U.I	60 U. 1.
Vitamina B1	0,09 mg	0,13 mg
Vitamina B2	0,08 mg	0,11 mg
Vitamina PP	0,63 mg	1,72 mg
Vitamina C	2 mg	

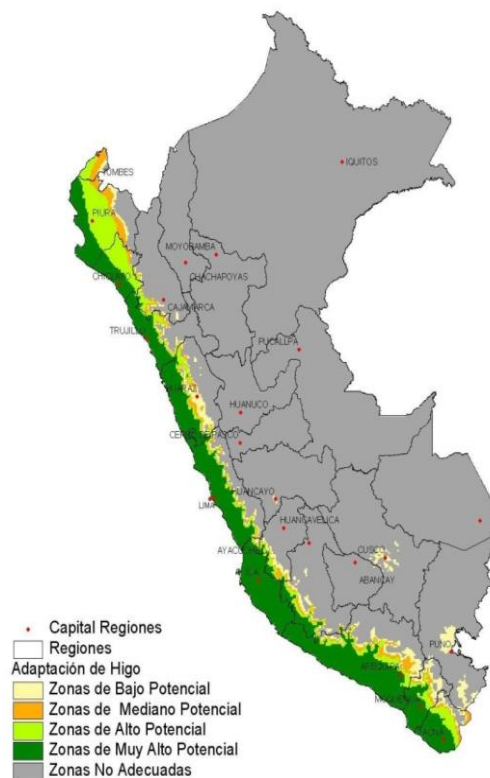
**Fuente: Elaboración propia.**

### 1.2.3. Zonas de producción del higo en el Perú.

- **Zonas de muy alto potencial:** Lima, Ica, Arequipa, Moquegua, estas ciudades poseen el clima y tipo de suelo más adecuados para el cultivo del higo, siendo las principales ciudades exportadoras y de abastecimiento al mercado nacional por la cantidad de producción según estacionalidad.
- **Zonas de alto potencial:** Piura, Tumbes, ciudades en las cuales el proceso de adaptación del higos es muy frecuente debido a su clima y tipo de suelo, por lo que su estacionalidad de cosecha varía según los meses trimestrales de siembra y hay producción cuando en las zonas de muy alto potencial escasea o es mínima.

**Grafico N°01**

#### **Zonas Potenciales de producción de higo**



**Fuente:** (Terrones, Setiembre 2009)

### 1.3. BENEFICIOS DEL PRODUCTO.

**Prevención del estreñimiento.** Cada 3 porciones de higo hay 5 gr. de fibra, por lo cual favorece los procesos digestivos, previene el estreñimiento y sirve para tratar los trastornos intestinales.

**Pérdida de peso.** La fibra presente en estas frutas es muy beneficiosa para bajar de peso y recomendable para las personas obesas.

**Reducción del colesterol.** El higo contiene pectina, una fibra soluble que pasa por el sistema digestivo y extrae los glóbulos de colesterol hacia fuera del cuerpo.

**Prevención de enfermedades coronarias.** El higo seco tiene fenol, omega-3 y omega-6, ácidos grasos reductores de riesgos de contraer enfermedades coronarias.

**Prevención de la hipertensión.** Los higos son ricos en potasio y bajos en sodio. El sodio aumenta la tensión arterial y el potasio la reduce, por tanto, ayudan a evitar la hipertensión.

**Tratamiento de la debilidad sexual.** Desde tiempos remotos se usa el higo para tratar difusiones sexuales. Se empapan en leche 2 o 3 higos durante la noche y se comen en la mañana siguiente para mejorar la potencia sexual.

**Fortalecimiento de los huesos.** Al ser muy ricos en calcio, los higos ayudan a que se fortalezca todo el sistema óseo.

#### 1.4. PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN.

Tabla N° 02  
Destinos de exportación a nivel mundial

Importadores	Valor importada en 2015 (miles de USD)	Saldo comercial 2015 (miles de USD)	Cantidad importada en 2015	Unidad de cantidad
Mundo	10.104.455	-1.374.138	7.172.314	Tn.
Estados Unidos de América	3.010.883	-2.697.012	2.358.505	Tn.
Países Bajos	942.333	-59.904	634.290	Tn.
Francia	614.153	-492.259	325.300	Tn.
Reino Unido	555.299	-525.185	321.926	Tn.
Alemania	554.670	-438.440	291.900	Tn.
China	446.764	-376.654	280.509	Tn.

Fuente: Trade Map



## 1.5 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO.

Este producto tiene una partida específica dentro de la clasificación arancelaria, su identificador común a nivel mundial es el código **08.04.20.00** que corresponde a “Higos fresco y secos”, el documento oficial en el cual encontramos las partidas arancelarias se encuentran en la guía para la ubicación de partidas arancelarias en caso de los higos secos en el arancel es la siguiente.

**Tabla N° 03**  
**Código arancelario**

<b>CODIGO ARANCELARIO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>CARACTERISTICA</b>
<b>SECCION</b>	<b>II</b>	Productos del reino vegetal
<b>CAPITULO</b>	<b>08</b>	frutos comestibles; cortezas de agrios
<b>SUB PARTIDA</b>	<b>0804</b>	Dátiles, higos, piñas

**Fuente: elaboración propia**

**Tabla N° 04**  
**Cuadro Partida Arancelaria**

<b>NUMERO DE PARTIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE PARTIDA</b>
0804.20.00.00	Higos, frescos o secos

**Fuente: elaboración propia.**

## 1.6. FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO.

Cuadro N°01  
Flujo grama por bloques de proceso productivo higos secos



Fuente: Elaboración Propia

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO: (T, 2010)

- **Cosecha del producto o acopio:** El proceso de cosecha se realiza cuando los frutos están maduros y han alcanzado su tamaño óptimo, aptos para la cosecha, aproximadamente 7 a 8 centímetros de tamaño del producto.
- **Selección y clasificado:** En este proceso seleccionamos los frutos que cumplan las condiciones para el secado, descartando los que no tienen el tamaño requerido de 7 a 8 centímetros, textura, y peso.
- **Limpieza:** Antes del secado se realiza la limpia del fruto para descartar impurezas y/o cuerpos extraños en el fruto.
- **Secado:** Se realizara según las especificaciones del importador podrán ser, secado natural al sol que tarda en secar de 8 a 10 días, o deshidratado que tarda 3 horas como máximo.
- **Tamizado:** Consiste en la separación de partículas, que se hayan obtenido durante el secado natural.
- **Envasado:** Envasado será en cajitas laminadas en el interior para mayor conservación del producto y evitar su deformación del producto.
- **Empaquetado:** Se realiza en cajas de cartón corrugado
- **Almacenamiento:** El ambiente para el almacén se encontrara a temperatura ambiente para el producto ya envasado

## 2. APROVISIONAMIENTO.

### 2.1. PROVEEDORES POTENCIALES.

**Tabla N° 03**  
**Cuadro de Proveedores Potenciales**

PROVEEDOR	DIRECCION	SITIO WEB	PRODUCTOS
FAMILIA HERNÁNDEZ	Chincha	www.sweetfig.com	Higos frescos
COCOS & NUTS	•Jirón México N° 537- Urbanización Los Laureles – Chorrillos –Lima Perú	www.coconutsac.c om	Higos frescos / higos secos

**Fuente: Elaboración Propia**

## 2.2. MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES.

Tabla N° 04  
Tabla Matriz de selección

MATRIZ DE SELECCIÓN PRIMER PROVEEDOR					
<b>EMPRESA</b>		Familia Hernández			
<b>CONTACTO</b>		Roberto Hernández de la Cruz.			
<b>TELEFONO</b>		964003714			
<b>EMAIL/ PAGINA WEB</b>		www.SweetFig/Higos.com.pe			
FODA				PROVINCIA	PRECIO KILO
FORTALEZA	OPORTUNIDAD	DEBILIDAD	AMENAZA		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siembra trimestral del producto.</li> <li>• Capacitaciones para siembra y cosecha del higo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento económico de la región.</li> <li>• Mercados más amplios en la adquisición de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño de producción trimestral</li> <li>• Deficiente personal para la cosecha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plagas que atacan la planta de higo.</li> <li>• Preferencia de los consumidores hacia otro tipo de frutos secos.</li> </ul>	<b>Chincha-ICA</b>	<b>4.50</b>

Fuente: Información del Gerente Sweet Fig

**Tabla N° 05**  
**Tabla Matriz de selección**

<b>MATRIZ DE SELECCIÓN SEGUNDO PROVEEDOR</b>					
<b>EMPRESA</b>		COCO % NUTS SAC			
<b>CONTACTO</b>		Departamento de ventas			
<b>TELEFONO</b>		511 99827*2498			
<b>EMAIL/ PAGINA WEB</b>		http://www.coconutsac.com			
<b>FODA</b>				<b>PROVINCIA</b>	<b>PRECIO KILO</b>
<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>DEBILIDAD</b>	<b>AMENAZA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena calidad de producción.</li> <li>• Alto valor nutritivo de nuestros productos.</li> <li>• Adecuado cultivo y cosecha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La demanda creciente de los frutos secos.</li> <li>• El reciente ingreso al mercado internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprendizaje de los nuevos colaboradores en el tratado del higo.</li> <li>• Distancias para el traslado de la mercadería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desastres naturales o fenómenos climatológicos cambiantes.</li> <li>• Creciente competencia nacional e internacional.</li> </ul>	Chorrillos lima	<b>4.60</b>

Fuente: [www.coconutsac.com](http://www.coconutsac.com)

## 2.3. CONTROL DE CALIDAD.

Para realizar el control de la calidad de la producción higos secos se tomara el siguiente enfoque como se detalla.

### **Control Interno**

Este control nos permitirá tener la materia prima de primera calidad para atender el mercado internacional.

- **Recepción:** Se verifica que el producto no tenga golpes, que no se encuentren contaminados con otros agentes.
- **Pesaje:** Los Higos deben pasar el control del pesado del insumo cada uno de ellos tiene que tener dimensiones de 7 -8 cm a más.
- **Limpieza:** Eliminación de cuerpos extraños y/o agentes contaminantes.

### **Calidad del Higo después del secado (Higo seco)**

- Humedad característica del higo seco, tiene la característica fundamental de ser acaramelado por dentro y carnoso.
- Se tomarán muestras de los higos ya secos que llegan a los centros de elaboración y se analizarán, como una selección inicial del contenido de humedad y la proporción de higos que presentan una fluorescencia amarilla verdosa brillante (BGYF). Los higos secos contaminados de aflatoxinas pueden presentar una correlación con la BGYF expuestos a luz ultravioleta de onda larga (360 nm). Se puede presentar BGYF en la piel exterior así como dentro en la cavidad del fruto; la proporción depende de las características de la fruta y de la prevalencia de los vectores. Los higos secos se examinaron con luz ultravioleta de onda larga y los que presentaron fluorescencia se eliminaron para obtener un lote de contenido de aflatoxinas.

- Sustancias extrañas en el secado: El fruto del puede presentar impurezas como son los ácaros o bacterias, Las buenas prácticas de secado pueden contribuir a prevenir la formación de aflatoxinas.
- La fruta no se debe colocar directamente en el suelo ni donde haya vegetación. La fruta se debe disponer a secar en capas únicas.
- Características sensoriales: el higo seco debe presentar un color oscuro casi opaco y la característica del olor y sabor dulce característico del higo.
- textura: la textura del higo así como el grado de dulzor tienen que ser perceptibles al tacto.

#### **Documentos Obligatorios:**

- Registro Sanitario del producto vigente, expedido por la DIGESA,
- “El Certificado Fitosanitario otorgado por SENASA, certifica que las plantas y productos vegetales han sido inspeccionados acorde con procedimientos apropiados y son considerados libres de plagas cuarentenarias y prácticamente libres de otras plagas perjudiciales, teniendo en cuenta la actual regulación fitosanitaria del país importador.” (senasa.gob.pe, 2016)
- Copia simple de Habilitación Sanitaria de Establecimiento vigente, expedido por la DIGESA.

#### **Certificaciones de Origen**

El Certificado de Origen es el documento por el cual el productor final o en su caso el exportador, declaran bajo juramento que la mercancía a exportar ha cumplido con las exigencias que para su elaboración establecen las normas de origen del acuerdo que se trate. Este documento se presenta en diferentes formatos según el respectivo acuerdo, en el caso del Perú el certificado de origen permitirá incluso la disminución de las barreras arancelarias.



## Entidades Peruanas Certificadoras

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y en Provincias las Direcciones de los Gobiernos Regionales (DIRCETUR). Fomenta el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas a afianzar sus productos al mercado internacional.
- “Asociación de Exportadores del Perú (ADEX) Busca el fomento de las exportaciones con mayor valor agregado.” (Portal Adex, 1)
- “Cámaras de comercio a nivel nacional. Asocia y capacita empresas para insertarse al mercado internacional.” (Lima, 2016).

### Grafico N°02

#### Certificados para la exportación

**Ministerio de Agricultura**  
**SENASA**  
Servicio Nacional de Sanidad Alimentaria  
**PERU**

**CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO DE CENTRO DE INSPECCION, EMPAC, PLANTA DE TRATAMIENTO Y EMPAQUE**  
N° 016-001-28-C1

Luego de haber revisado el Informe para Inspección para la certificación de Centros de Acopio, Envasado, Plantas de Tratamiento y Empaque, para la exportación, el resultado es favorable para aprobar:

Centro de Inspección:  Planta de Tratamiento  Planta de Empaque  Planta de Trat. y

(Escribir la razón social del Centro de Acopio, Empacadora o Planta de Tratamiento y Empaque)  
SHAMAN PRODUCE PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA  
PANAMERICANA SUR N° 267 SALAS ICA ICA

Nombre del propietario y/o Representante Legal:  
LUIS ALBERTO NORRIS ZENTENO

Telef: 056 210130 Correo electrónico: lornor@shamaperu.com

Dpto: ICA Prov: ICA Distrito: SALAS

Producto vegetal a exportar: Cebolla

Fecha de inicio de las actividades: 05/10/2015 Fecha de finalización de las actividades: 31/03/2016

Este Certificado será anulado en caso de que el beneficiario infrinja las disposiciones legales vigentes los acuerdos establecidos en los Planes de Trabajo.

Lugar y fecha: Ica, 05/10/2015

  
Jefe de Área de Sanidad Vegetal - ICA



Fuente: imágenes certificaciones de calidad

## 2.4. COSTO DE FABRICACIÓN Y/O ADQUISICIÓN.

### Presupuesto

PRESUPUESTO							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Kilos de Higos	kg	900	10800	12816	14832	16848	18864
Rendimiento 60%	%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
Higos secos	Kg	540	6480	7690	8899	10109	11318
Cajitas de cartón	Kg	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
<b>TOTAL DE PRODUCCION</b>		<b>2160</b>	<b>25920</b>	<b>30758</b>	<b>35597</b>	<b>40435</b>	<b>45274</b>

### Presupuesto de Ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Producción	UNID	2160	25920	30758	35597	40435	45274
cajitas de cartón							
V.V.	S/	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7
<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>	<b>S/</b>	<b>14472.00</b>	<b>173664.00</b>	<b>206081.28</b>	<b>238498.56</b>	<b>270915.84</b>	<b>303333.12</b>

Presupuesto de materia prima e insumos

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA E INSUMOS							
DESCRIPCIÓN	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
<b>Precio</b>							
Frutos de Higos	kg	900	10800	12816	14832	16848	18864
Precio proveedor por kilo	S/.	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5
<b>total precio frutos de Higos</b>	<b>S/.</b>	<b>4050</b>	<b>48600</b>	<b>57672</b>	<b>66744</b>	<b>75816</b>	<b>84888</b>
total producción higos secos	unid	2160	25920	30758	35597	40435	45274
Cajitas de cartón	S/.	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
<b>total precio de cajitas de cartón</b>	<b>S/.</b>	<b>864.00</b>	<b>10368.00</b>	<b>12303.36</b>	<b>14238.72</b>	<b>16174.08</b>	<b>18109.44</b>
<b>PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>	<b>S/.</b>	<b>4914.00</b>	<b>58968.00</b>	<b>69975.36</b>	<b>80982.72</b>	<b>91990.08</b>	<b>102997.44</b>

### Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Sueldo supervisor	Sl.	900	10800	10800	10800	10800	10800
Costos indirectos de fabricación	Sl.	270.00	3240.00	3844.80	4449.60	5054.40	5659.20
depreciación	Sl.	167.00	2004.00	2004.00	2004.00	2004.00	2004.00
servicios (agua, luz, teléfono)	Sl.	500	6000	6200	6400	6600	6800
<b>T. C. INDIRECTOS DE FABRICACION</b>	<b>Sl.</b>	<b>1837.00</b>	<b>22044.00</b>	<b>22848.80</b>	<b>23653.60</b>	<b>24458.40</b>	<b>25263.20</b>

### Costos de producción

PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCION							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
PPT. MATERIA PRIMA E INSUMOS	Sl.	4914.00	58968.00	69975.36	80982.72	91990.08	102997.44
ppt. mano de obra	Sl.	4680.00	38560.00	41179.20	43798.40	46417.60	49036.80
ppt. Costos indirectos de fabricación	Sl.	1837.00	22044.00	22848.80	23653.60	24458.40	25263.20
<b>T. COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>Sl.</b>	<b>11431.00</b>	<b>119572.00</b>	<b>134003.36</b>	<b>148434.72</b>	<b>162866.08</b>	<b>177297.44</b>

### 3. ALMACENAMIENTO

#### 3.1. ESTRATEGIA DE ALMACENAMIENTO

##### 3.1.1. Estrategia de Almacenamiento antes del secado

**Espacio adecuado:** El ambiente para la recepción de los higos, debe contar con señalización (carteles de ubicación por secuencia del proceso) para la identificación rápida y segura del espacio en el cual debe ir cada producto.

**Localización:** Los espacios destinados al fruto fresco para el seleccionado y lavado deben encontrarse los más cerca al espacio de recepción de manera consecutiva para evitar demoras y facilitar el manejo de los artículos primarios antes del secado.

**Equipo y condiciones ambientales:** Las jabas para el traslado de los higos frescos hacia la zona de secado deben estar esterilizadas, así como también el espacio de secado debe encontrarse en perfectas condiciones de higiene.

##### 3.1.2. Estrategia de Almacenamiento después del secado del fruto

**Espacio adecuado:** El ambiente para la recepción de los higos, ya secos debe contar con señalización (carteles de ubicación por secuencia del proceso) para la identificación rápida y segura del espacio en el cual debe ir cada producto.

**Localización:** Los espacios destinados al fruto seco para el seleccionado, tamizado y envasado deben ubicarse en línea recta, para evitar pérdidas de tiempo entre un proceso y otro, el espacio

debe reunir las siguiente característica de temperatura, frio y seco con ventilación permanente de 50°F.

**Equipo y condiciones ambientales:** Para los higos ya secos las jabas que contienen el producto deben ubicarse en una mesa de acero inoxidable para iniciar con el envasado manual el espacio de envasado debe mantenerse a “temperatura “50°F y 70°F (10°C y 21°C).” (Chavez, 2010).

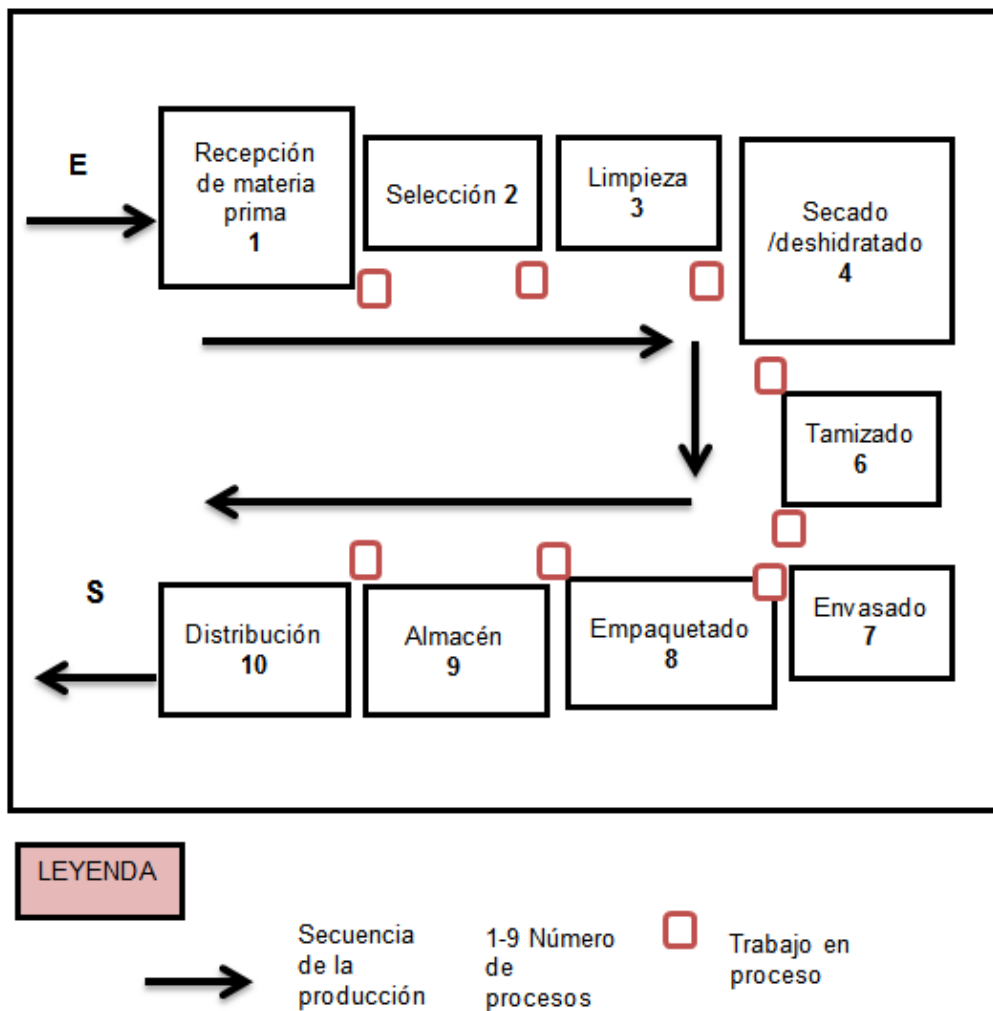
**Seguridad:** Los espacios del almacenado del producto envasado y empaquetado deben ubicarse en anaqueles para preservar la seguridad, evitar las caídas y golpes en los productos y no dañar la presentación final del producto.

**Distribución del producto:** El producto se distribuye unitarizado en pallets hacia el puerto para su envío a Miami en carros cerrados mediante operador logístico.

### 3.2. LAY-OUT DE ALMACÉN

La estrategia de almacenamiento es una secuencia lineal por procesos, es optado por la empresa debido al tamaño de planta y a los procesos bastante cortos, de tal modo que se optimicen los tiempos y espacios

**Grafico N° 02**  
**Lay- Out de Almacén lineal**



Fuente: Elaboración Propia

### 3.3. DETALLE DEL MOBILIARIO USADO EN EL ALMACENAMIENTO

MOBILIARIOS USADOS EN ALMACÉN		
IMAGEN	TIPO	CARACTERISTICAS
	<b>Trans paleta manual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es una paleta de uso manual para movilizar pallets</li> </ul>
	<b>Pallets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sirven para el apilamiento de los productos y su unitarización.</li> </ul>
	<b>Estantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En estos estantes se ubican los productos terminados empaquetados en cajas.</li> </ul>
	<b>Montacargas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Son utilizado para el proceso de traslado de los pallets.</li> </ul>
	<b>Estantes para pallets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En los estantes para pallets se ubican el producto unitarizado para su posterior traslado.</li> </ul>



### 3.4. COSTOS FIJOS DE ALMACÉN

COSTOS FIJOS DE ALMACENAMIENTO		COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Personal		1000.00	9000.00
Vigilancia y seguridad		750.00	1800.00
Mantenimiento almacén	de	80.00	360.00
Reparaciones almacén	de	20.00	240.00
<b>TOTAL</b>		<b>1500</b>	<b>11400</b>

## **CAPITULO II: FASES PARA UNA EXPORTACIÓN**

### **Fase comercial**

#### **4. DOCUMENTACIÓN**

##### **4.1. CARTA DE PRESENTACIÓN (EXPORTADOR)**

Chincha- Perú, 29 de Junio del 2016.

SWEET FIG S.A.C

Av. Santo Domingo N°820 Chincha Alta-Ica

Teléfono: +0051964003714

[www.sweetfig.com](http://www.sweetfig.com)

B&R SUPERMERCADOS

5767 Bird Rd, Miami, FL 33155

Teléfono: +1 305-662-1510

Russ Raybould and Clayton Burnett Gerente de compras.

Apreciados Señores:

Reciban un cordial saludo de parte de Sweet Fig, El motivo de la presente ante su compañía como proveedor de higos secos me presento ante ustedes para saludarlos y recordarles que.

Con ocasión de la última rueda de negocios que tuvo lugar en la ciudad de Ica – Perú, los días 18 y 19 de febrero del año en curso, nuestra colaboradora, la Señora Alicia Jovita Ramírez De Hernández, ha entrado en contacto con su empresa gracias a la intervención del Señor Javier Hinojosa Meza. Representante de Prom Perú.

Nos presentamos ante ustedes con el fin de poder llevar a cabo nuestros objetivos planteados, les estaríamos agradecidos si nos hiciesen llegar su apreciación de nuestros productos y si estarían dispuestos a realizar la compra con anticipación para confirmar el trato establecido en la rueda de negocios, ya que deseáramos atender su empresa con eficacia.

Les agradecemos de antemano su atención y esperamos poder desarrollar una futura colaboración con su empresa.

Sin otro particular aprovechamos la ocasión para saludarles atentamente.

Atentamente,

Roberto Hernández De La Cruz.  
Gerente General

## 4.2. SOLICITUD DE COTIZACIÓN (COMPRADOR)

B&R SUPERMERCADOS

01 de Julio de 2016

SWEET FIG S.A.C

Av. Santo Domingo N°820 Chincha Alta-Ica

Teléfono: +0051964003714

[www.sweetfig.com](http://www.sweetfig.com).

**Señor:**

Roberto Hernández De La Cruz.

**Asunto:** Solicitud de cotización

Respetado señor Roberto:

Nos es grato dirigirnos a usted a nombre de la empresa B&R supermercados, a fin de solicitarle la presentación de una cotización para la provisión de higos secos a nuestra empresa.

Su cotización deberá ser presentada hasta el día de 02 Julio del presente año mediante correo electrónico a la dirección que se indica a continuación B&R.supermarket@gmail.com para lo cual sírvase ser concreto y específico en la información proporcionada.

Adjunta formato.

FORMATO

**Dirección:**

**Contacto comercial:**

**Correo:**

<b>País Destino:</b>			
<b>Partida Arancelaria:</b>			
<b>Producto:</b>			
<b>Descripción de Calidad:</b>			
<b>Envase:</b>			
<b>Embalaje:</b>			
<b>cantidad:</b>			
<b>Precio Unitario:</b>			
<b>Moneda de cotización:</b>			
<b>Medio de Pago:</b>			
<b>Tiempo de entrega:</b>			
<b>Fecha de Embarque:</b>		<b>Medio de Transporte:</b>	
<b>Puerto de Embarque:</b>		<b>Puerto de Llegada:</b>	
<b>Validez de Oferta:</b>			

#### 4.3. REMITE COTIZACIÓN (VENDEDOR)

SWEET FIG S.A.C

02 de Julio del 2016

B&R SUPERMERCADOS  
5767 Bird Rd, Miami, FL 33155  
Teléfono: +1 305-662-1510

**Asunto:** Cotización N°0001

SEÑORES: De B&R Supermercados.

Atendiendo a su solicitud de cotización enviamos el anexo adjuntado, agradeciendo la preferencia y la prontitud de requerir información del producto que ofrece la empresa sweetfig.

#### ANEXO 01

**Dirección:** Avenida Santo Domingo N°820 Chincha Alta-Ica-Perú

**Contacto comercial:** Roberto Hernández de la Cruz.

**Correo:** [Hernandez@gmail.com](mailto:Hernandez@gmail.com)

<b>País Destino:</b>	Estados Unidos – Miami.
<b>Partida Arancelaria:</b>	0804200000
<b>Producto:</b>	Higo Seco.
<b>Descripción de Calidad:</b>	El higo es secado con exposición directa al sol, no se utilizan deshidratadoras por lo que es natural.
<b>Envase:</b>	Cajita recubierta Laminada.
<b>Embalaje:</b>	Caja de cartón corrugado.

<b>cantidad:</b>	2160 unidades		
<b>Precio Unitario:</b>			
<b>Moneda de cotización:</b>	Dólares		
<b>Medio de Pago:</b>	Carta de Crédito.		
<b>Tiempo de entrega:</b>	30 Días desde el pedido.		
<b>Fecha de Embarque:</b>	30 de Julio	<b>Medio de Transporte:</b>	Marítimo
<b>Puerto de Embarque:</b>	Callao- Lima	<b>Puerto de Llegada:</b>	Puerto Dante B. Fascell de Miami-
<b>Validez de Oferta:</b>	60 días		

Atentamente,

Roberto Hernández de la Cruz  
Gerente General

Av. Santo Domingo N°820 Chincha Alta-Ica, Teléfono: +0051964003714

#### 4.4. SOLICITA REAJUSTE (COMPRADOR)

B&R SUPERMERCADOS

04 de Julio de 2016

SWEET FIG S.A.C

Av. Santo Domingo N°820 Chincha Alta-Ica

Teléfono: +0051964003714

[www.sweetfig.com](http://www.sweetfig.com).

**Señor:**

Roberto Hernández De La Cruz.

Gerente General.

**Asunto:** Solicito reajuste.

Respetado señor:

Por medio de la presente me dirijo a usted para solicitarle de manera respetuosa tenga la amabilidad de considerar realizar un porcentaje de descuento en el precio del producto, que solicitamos para enero del próximo año, ya que es el inicio de nuestras negociaciones y futuras compras hacia su empresa.

Mucho le agradeceré la atención que se sirva prestar a la presente.

Atentamente,

Russ Raybould

Gerente General de B&R supermercados



#### 4.5. VENDEDOR REAJUSTA (PRECIO).

SWEET FIG S.A.C  
05 de Julio de 2016

B&R SUPERMERCADOS  
5767 Bird Rd, Miami, FL 33155  
Teléfono: +1 305-662-1510

**Asunto:** Respuesta Solicitud de reajuste

SEÑORES: De B&R Supermercados.

Ante todo tenga usted un saludo cordial a nombre de la empresa a la cual me honro representar, vista la solicitud de reajuste al precio del producto la empresa no podrá realizar dicho reajuste en el precio, debido a la calidad de nuestro producto que ustedes ya conocen, con el fin de garantizar los mejores productos para su empresa, pero podemos ofrecerle ofertas que tendrán bien a su empresa, le brindaremos unidades extras de productos al total de la compra siendo así un trato justo.

Espero poder cubrir sus expectativas con la oferta realizada que debido al monto de esta compra analice la situación que le expongo y los beneficios ofrecidos para bien de su empresa.

Atentamente,

Roberto Hernández de la Cruz  
Gerente General.

Av. Santo Domingo N°820 Chincha Alta-Ica, Teléfono: +0051964003714

#### 4.6. COMPRADOR SOLICITA MUESTRA

B&R SUPERMERCADOS

07 de Julio de 2016

SWEET FIG S.A.C

Av. Santo Domingo N°820 Chincha Alta-Ica

Teléfono: +0051964003714

[www.sweetfig.com](http://www.sweetfig.com).

**Señor:**

Roberto Hernández De La Cruz.

Gerente General.

**Asunto:** Solicito muestra fotográfica del producto

Respetado señor:

Por medio de la presente me dirijo a usted para saludarlo cordialmente a nombre de B&R supermercados, y confirmarle la aceptación de la oferta que realiza la empresa que usted representa, así mismo solicitamos el envío de muestras, fotografías y documentos que sustenten la calidad del producto para la posterior firma de contrato.

Espero ser atendido con prontitud para beneficio de ambas empresas.

Atentamente,

Russ Raybould

Gerente General de B&R supermercados

#### 4.7. FACTURA PROFORMA (INVOICE)

<b>Remitente:</b> Empresa Sweet Fig. Roberto Hernández de la Cruz. Gerente general de Sweet Fig		<b>Destinatario:</b> B&R supermercados Juan Carlos Caballero Porras Gerente Comercial de B&R supermercados	
<b>Dirección:</b> Av. Santo Domingo N°820 Chincha Alta Ica- Perú.		<b>Dirección:</b> 5767 Bird Rd, Miami, FL 33155 Estados Unidos.	
<b>Teléfono:</b> +0051964003714		<b>Teléfono:</b> +1 305-662-1510	
<b>Fax:</b> -----		<b>Fax :</b> +49 0406 377 2231	
<b>Correo:</b> Ramirez@gmail.com		<b>Correo:</b> <a href="mailto:b&amp;r.markets@miami.de">b&amp;r.markets@miami.de</a>	
<b>Fecha:</b> 09 de Julio de 2016			
<b>N° unidades</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
2160	Unidades de cajitas de higos secos con un peso de 250.gm cada cajita	7 nuevos soles	S/. 15,120.00
		<b>Valor total</b>	<b>\$. 15,120.0</b>
<b>País de origen:</b> Perú			
<b>El remitente declara que toda la información en esta factura es cierta y correcta</b>			

## 4.8. CONTRATO COMERCIAL

### CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento, el contrato de COMPRAVENTA INTERNACIONAL que celebran de una parte Empresa Sweet Fig., con RUC N° 20453245316, inscrita en los Registros Públicos de Ica -Perú, Ficha N° 7653, debidamente representada por su Gerente, señor Roberto de la Cruz Hernández, identificado con DNI N°4532453, a quien en adelante se le denominará EL VENDEDOR; y de la otra parte, la empresa

B&R Supermercados, con domicilio en 5767 Bird Rd, Miami, FL 33155, debidamente representada por su Gerente, señor Russ Raybould, identificado con documento 231876353, en adelante EL COMPRADOR.

PRIMERA: Objeto del contrato

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

MERCANCIA: Higos Secos

CANTIDAD: 2160 Cajitas de higos secos

CONTENIDO: de 250gm cada cajita

SEGUNDA: Precio

El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de 15, 120.00 Dólares

TERCERA: Condiciones de entrega

Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos

FOB.

CUARTA: Tiempo de entrega

Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará en cada mes hábiles después del pedido.

QUINTA: Forma de entrega

EL VENDEDOR se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes: .el producto estará contenido en cajitas laminadas con contenido de 250gm cada una.

SEXTA: Inspección de los Bienes

Las partes convienen en que la inspección de la mercadería será realizada después del embarque.

SEPTIMA: Condiciones de pago

EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago, modalidad de carta de crédito a través del banco Interbanck después de llegada la mercadería al puerto destino.

OCTAVA: Documentos

EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de todos los documentos de exportación

NOVENA: Resolución del Contrato Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

DECIMA: Responsabilidad en la Demora

Solo en caso de que se haya modificado el tiempo de entrega estipulado en el contrato. Se hará referencia al porcentaje a pagar sobre el precio de la mercadería en función al tiempo transcurrido

Firmado por duplicado, a los.10 días del mes de Julio de 2016 en la ciudad de Lima.

Firma vendedor

Firma comprador

#### 4.9. CARTA DE CRÉDITO.

##### CARTA DE CREDITO

**Fecha de Emisión:** 12 de julio de 2016

Carta de Crédito Irrevocable N° 001

Dirección General de Supervisión

BANCO CENTRAL DE ESTADOS UNIDOS

Ave. Austin 2454 – ciudad de Dallas – Estado de Texas, EEUU.

A solicitud y por cuenta de la Empresa Comercial “B&R supermercados” prominente EE.UU.”, CON NIT. 8600780314 que le haya sido asignada por la DIAN), con Dirección en: calle 5767 Bird Rd, Miami, FL 33155,-Miami-EE.UU., emitimos nuestra Carta de Crédito Irrevocable N° 001 a favor de la Tesorería del BANCO CENTRAL DE ESTADOS UNIDOS, con domicilio en Avenida Central N° 4256 Dallas,Texas, por un importe de: US\$. 15, 120.00 Dólares (Quince mil ciento veinte dólares).

Esta Carta de Crédito emitida para garantizar, el cumplimiento de las obligaciones y condiciones relacionados con el título de concesión, otorgado el 12 de julio por el Gobierno, por conducto de ministerio de comercio exterior, para: importar “Higos secos con área de cobertura en: ciudad de Miami-Estados Unidos.

Es obligación del Cliente, mantener actualizado el monto de la Carta de Crédito durante el plazo de la concesión, aun en los casos en que Ministerio de Economía Industria y comercio (MEIC), otorgue prórrogas a la concesión y durante la substanciación de todos los recursos o juicios legales que, en su caso, se interpongan hasta que se dicte resolución definitiva por autoridad competente.

El monto de la Carta de Crédito debe actualizarse en el mes de enero de cada año, conforme al Salario Mínimo Legal Vigente de la Republica de Estados Unidos.

Previa solicitud del Sovereign Bank, los fondos amparados por esta Carta de Crédito se harán disponibles a favor del BANCO CENTRAL DE ESTADOS UNIDOS para pago a la vista con Sovereign Bank contra la presentación en el domicilio Calle Central 17950 Preston Road - Suite 100 la siguiente declaración escrita y aparentemente firmada por el beneficiario mencionando nuestro número de referencia de la Carta de Crédito y estableciendo:

Por este conducto se solicita el pago por la cantidad de US\$. 50.000 por concepto del no pago de la sanción o sanciones impuestas a la Empresa Comercial B&R supermercados prominente EE.UU.” por, MEIC derivado del incumplimiento de las obligaciones o condiciones a su cargo contenidas.

Los fondos amparados por esta Carta de Crédito podrán hacerse disponibles mediante disposiciones parciales.

Nos comprometemos con el beneficiario a honrar cada declaración escrita siempre y cuando sea debidamente presentada en cumplimiento con los términos y condiciones de esta Carta de Crédito en o antes de la fecha de vencimiento antes citada. Todos los gastos bancarios son por cuenta del cliente.

Esta Carta de Crédito está sujeta a las prácticas internacionales Standby 1998, Cámara de Comercio Internacional, publicación N<sup>a</sup> 590 (“ISP”), y lono contemplado por ISP, se regirá por las Leyes de La Republica De Perú.

Miami 16 de Julio de 2016.

Atentamente,

---

**Firma:**

Otmar Edellman Trellice

Nombre y clave de funcionario Smith Springer Parker 5252

Nombre de la Institución Financiera SOVEREIGN BANK

Dirección Calle Central 17950 Preston Road - Suite 100 Teléfonos (506) 2295-9797

## **5. INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN EN EL PAÍS DESTINO**

### **5.1 PUERTOS O TERMINALES TERRESTRES DISPONIBLES PARA LA CARGA PERUANA**

**PUERTO DANTE B. FASCELL DE MIAMI-DADE** es uno de los puertos capaz de atender miles de importaciones, es uno de los más dinámicos de Estados Unidos por poseer alta tecnología, facilitando que el proceso de carga y descarga sean más rápidos y oportunos para las diversas mercaderías que arriban al puerto

### **5.2 ANÁLISIS DE INFRAESTRUCTURA VIAL PORTUARIA DEL PAÍS DESTINO**

PUERTO DANTE B. FASCELL DE MIAMI Es un puerto situado en Miami, Florida sobre la Bahía Biscayne (es una laguna de 56 km de longitud y 13 km de anchura, situada en la costa atlántica del sur de Florida.[1] En la parte norte de la bahía se encuentran las ciudades de Miami y Miami Beach, en el centro y sur se halla el Parque Nacional Biscayne, creado en 1980.) que es la combinación de las tres islas histórico (Dodge, Lummus y las Islas Sam) que han sido combinados en uno solo. Para conservar a la fila competitiva del puerto como un puerto del mundo-clase, los planes de desarrollo de sobre \$250 millones se están moviendo adelante para acomodar las demandas que cambian de los operadores, de los pasajeros, de los expedidores y de los portadores del recipiente de la travesía, el puerto opera ocho terminales de pasajeros, seis grúas pórtico muelles, siete Ro-Ro (Roll-on-Roll-off) los muelles, cuatro patios para contenedores refrigerados, romper almacenes de carga a granel y nueve grúas pórtico de manipulación de contenedores. In addition, the port tenants operate the cruise and cargo terminal s which Includes their cargo handling and support equipment. Además, los inquilinos del puerto operan las terminales de



cruceros y de carga que incluye la manipulación de la carga y equipo de apoyo.

### 5.3. DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PUERTOS INCLUYENDO, RUTAS INFRAESTRUCTURA, CAPACIDAD RESTRICCIONES, SERVICIOS, PROCEDIMIENTOS, COSTOS, ETC.

**Grafico N°03**  
**Puerto de Callao – Puerto Miami**



**Fuente:** <http://www.siicex.gob.pe/rutas/frmRutasSimulador.aspx>

“En lo que respecta a los puertos en el caso de las embarcaciones, estos saldrán desde el puerto de Callao con un tiempo de travesía de 12 a 13 días. Esto varía según los puntos de parada de las embarcaciones antes de que lleguen a su destino final de la exportación siendo las principales navieras de la exportación.”

**Cuadro N° 02**  
**Navieras con destino a Miami**

Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
<a href="#">Maersk Line</a>	Ian Taylor & Co.	Alconsa	12	Semanal
<a href="#">APL</a>	Amerandes	Neptunia	12	Semanal
<a href="#">MOL (Mitsui O.S.K. Lines)</a>	MOL Perú SAC	Neptunia	12	Semanal
<a href="#">Seaboard Marine</a>	Seabord Perú	Ransa	15	Semanal
<a href="#">Hapag Lloyd</a>	Hapag Lloyd Perú	Neptunia	17	Semanal

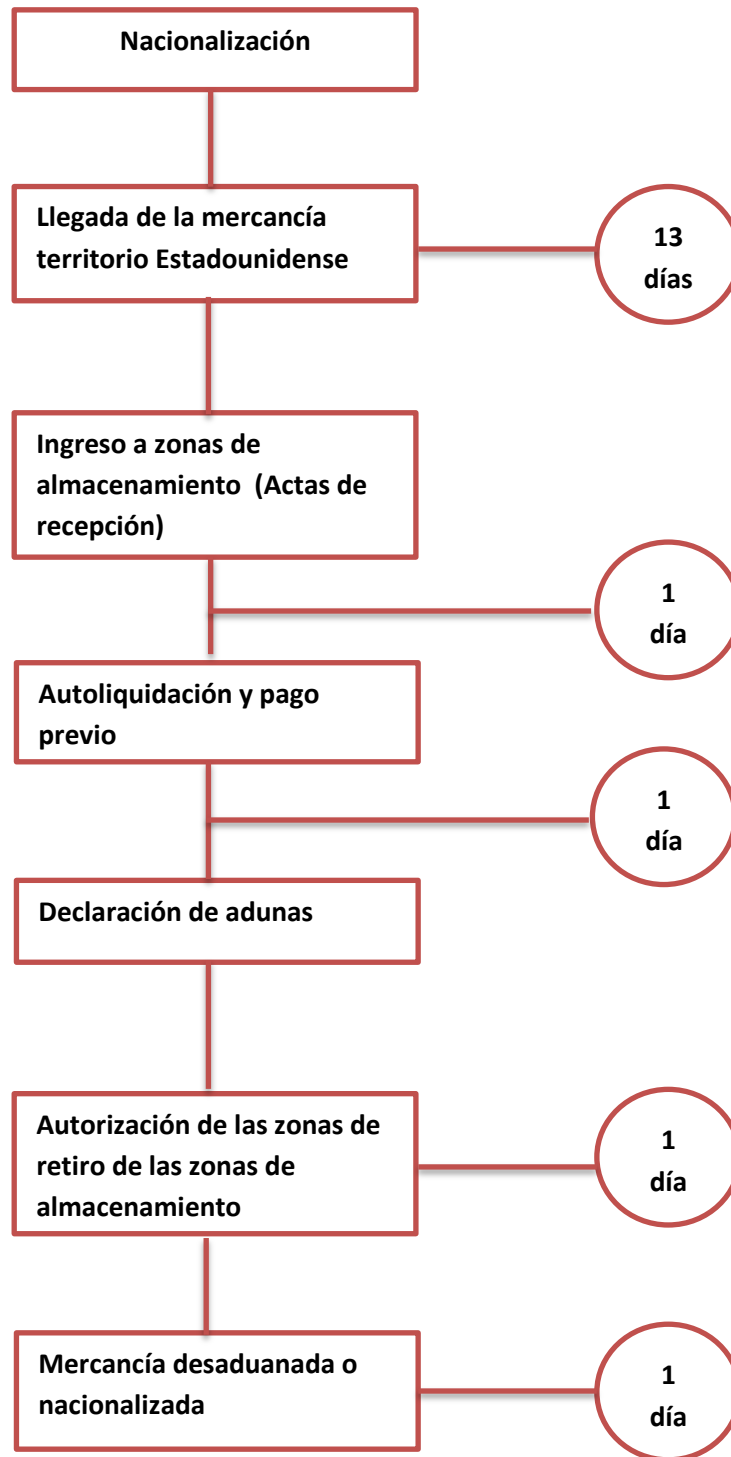
Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/rutas/frmRutasSimulador.aspx>

#### **5.4. PROCESO DE IMPORTACIÓN Y NACIONALIZACIÓN EN EL PAÍS DESTINO (FLUJOGRAMA CON COSTOS Y TIEMPOS)**

El "Sistema de control de las importaciones" (ICS), tiene como finalidad el manejo de las declaraciones de importación de las mercancías en el territorio aduanero de los Estados Unidos.

Las mercancías son escaneadas en los contenedores y la información digitalizada pasa a los agentes de descarga de inmediato.

**Grafico N° 04**  
**Flujograma de nacionalización**



## 5.5. DATOS DE PROVEEDORES DE SERVICIO LOGÍSTICO EN EL PAÍS DESTINO.

Tabla N°06  
Proveedores de servicio logístico en el país destino

AGENTE	LOGO	NOMBRE	E-MAIL	DIRECCION
Operador logístico y agentes de aduanas.		ADUANATRAD EXPORT LLC	aduatrade- export@hotmail.com	Teléfonos:+1305443 4466 Celulares: +1954701 3033
Operador logístico		AMERICAN ASSOCIATION OF PORT AUTHORITIES	info@aapa-ports.org	Teléfonos: +1703684 5700
Multimodal		DAMAROS LOGISTICS	damarosl@damarosll c.com	Teléfonos: +1754703 0273

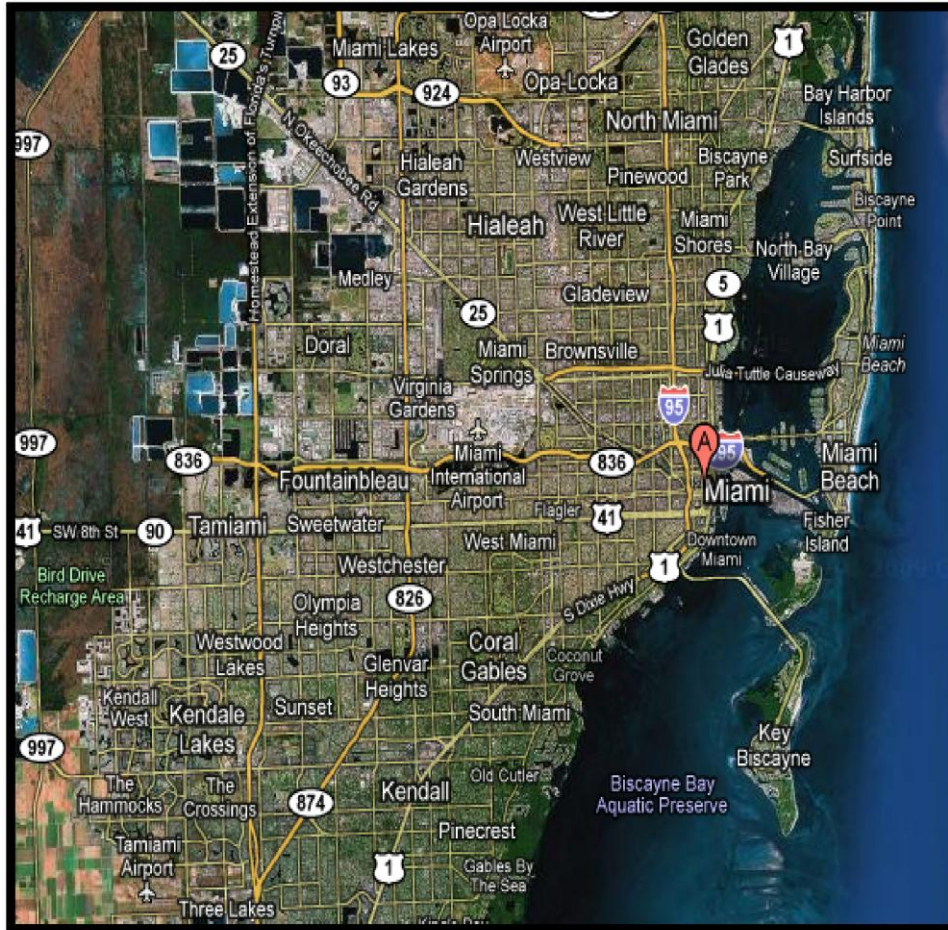
Fuente: elaboración propia

## 6. DISTRIBUCIÓN

### 6.1 MAPEO DE LA SECUENCIA COMERCIAL PROVEEDOR – CONSUMIDOR.

Grafico N°05

Mapa del puerto de Miami



Fuente: google maps.

El mercado de Estados Unidos en especial el de Miami, buscan proveedores que cumplan con los estándares requeridos para el ingreso de mercancías a su país por lo que los proveedores para este caso los exportadores tiene que cumplir con estándares solicitados por las empresas.

### Sectores Económicos Prósperos:

- Poseen una mayor capacidad adquisitiva en relación a precios y calidades de los productos ofertados no se discrimina en comparar costos.

### Comportamiento del consumidor:

- Consumidor más detallista en saber las cantidades nutricionales que adquiere tras la adquisición de un producto.

## 6.2 IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

FICHA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN ESTADOS UNIDOS - MIAMI	
EMPRESA	
SECTOR	Supermercado
CIUDAD	Miami
CONTACTO	Russ Raybould and Clayton Burnett
DIRECCION	5767 Bird Rd, Miami, FL 33155,
TELEFONO	+1 305-662-1510
E-MAIL	<a href="mailto:b&amp;r.markets@miami.de">b&amp;r.markets@miami.de</a>
FAX	+49 0406 377 2231
ESTRATEGIAS Y TERMINOS DE COMPRA	<ul style="list-style-type: none"><li>• Negociación directa</li><li>• Alianza estratégica con totalización de negocios</li></ul>
PRODUCTOS	Productos diversos de consumo
PROVEEDORES	Ninguno realiza sus compras de terceros.

### 6.3 IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LOS MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN, CONDICIONES DE COMPRA (60-90-120 DÍAS, INCOTERMS UTILIZADOS), VOLÚMENES MÍNIMOS, ETC.

El crecimiento en la demanda internacional por el higo seco y entre otras frutas secas se ha visto incrementado en los mercados mundiales siendo uno de los mayores consumidores Estados Unidos, ello debido a que la población tiene un nuevo concepto de salud y vida sana.

**Incoterms Utilizado:** El incoterms utilizado para el transporte marítimo del producto de higos secos hacia el mercado de Miami para los costos tomaremos los respectivos incoterms. FOB.

**Fob Franco a Bordo:** El vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor tiene que despachar la mercancía de exportación, por el cual la empresa no será responsable de los seguros de exportación del producto.

**Grafico N°  
Incoterms Fob**



#### **6.4 PERSPECTIVAS ESPERADAS EN MATERIA DE EVOLUCIÓN, DIVERSIFICACIÓN, SIMPLIFICACIÓN O ESPECIALIZACIÓN DE LOS ACTORES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.**

Las perspectivas esperadas con el mercado de Miami, es que el producto posea una gran aceptación por los clientes de nuestro comprador supermercado para posteriormente, consolidarnos como una marca fiable y competitiva, ser sólida en el mercado y ampliar nuestra diversificación de productos, Así mismo se espera mejor dinamismo en los terminales portuarios en relación de tiempos y costos.

**MAYOR EXPANSIÓN DE LOS CANALES:** El proyecto multimillonario de más de \$20.000 millones de dólares de inversión en expansión del canal de Panamá tiene a muchas ciudades portuarias a en fase de preparación ante las expectativas de recibir los nuevos buques de gran tamaño. Miami fue una de las primeras ciudades en obtener financiamiento y aprobaciones federales para comenzar el dragado de \$220 millones de dólares para profundizar el puerto hasta 15.2m (50 pies), entre el dragado y la transformación de la infraestructura, posicionaran a Miami en uno de los primeros y únicos puertos de EE.UU capaces de albergar los cargueros más grandes “Post –Panamax”, que pueden llevar dos o tres veces la carga de los buques estándar proporcionándole al puerto de Miami el potencial de un crecimiento exponencial por el aumento en la capacidad de envío y las economías de escala, El proyecto de 10 cuerdas servirá como símbolo arquitectónico de la ciudad y puente principal entre el Business District y el Arts & Entertainment District. (Miami tendrá el segundo proyecto más grande de lujo, 2015)



## **6.5. TENDENCIAS ACTUALES Y SU IMPLICACIÓN PARA LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN EXIGENCIAS DE COMPRA Y COMPETENCIA DE PRODUCTO POR CANAL.**

**Tendencias Actuales:** Las tendencias actuales para afianzar la exportación de higos secos es el nuevo concepto y/o modelo alimenticio de los últimos tiempos ello debido a que los consumidores prefieren productos más sanos y ecológicos para su rutina alimenticia dentro de ellos se encuentran los frutos secos ricos en energía y nutrientes saludables que aporten vitaminas necesarias al cuerpo

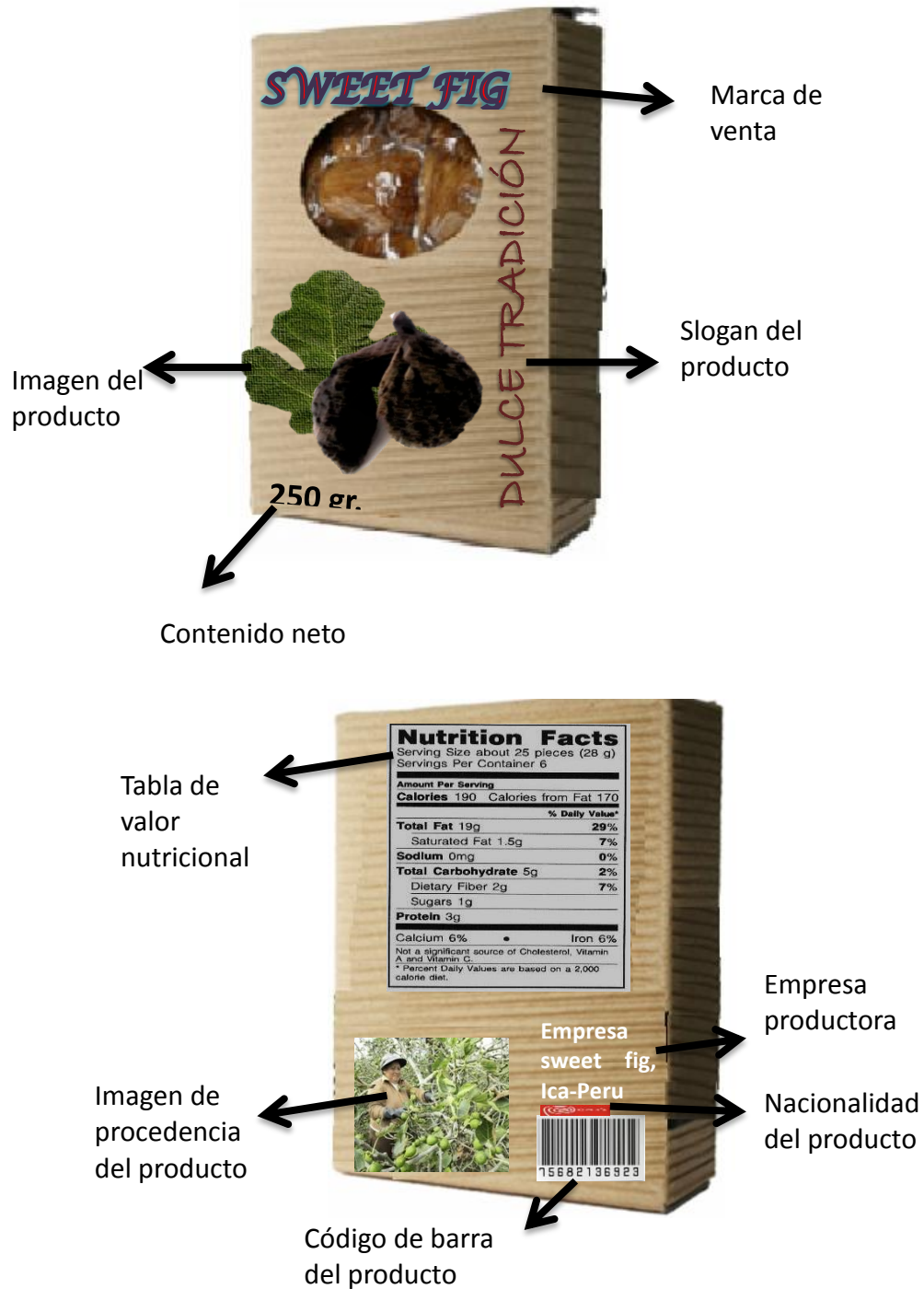
**Exigencias de la compra:** Para un mejor entendimiento entre exportador e importador ambos tienen que cumplir los requerimientos exigidos aún más el exportador dependiendo del producto a exportar para el caso de los higos secos se tendrán que presentar certificaciones de calidad, certificación de alimento orgánico entre otros documentos que sustenten que el producto es de calidad para el país importador y que cumple con los requisitos exigidos por el importador.

**Competencia de productos por canal:** Actualmente es factible ingresar al mercado Americano con productos secos ya que no existen barreras arancelarias para los higos y sus derivados, Además se cuenta con otros países que exportan al mercado Norteamericano por lo que es importante posicionar una marca de empresa y hacerse una marca de país por las buenas prácticas de exportación.

## Fase operativa y logística

### 7. ROTULADO Y ETIQUETADO TÉCNICO

#### 7.1 MODELO DE ETIQUETAS / ROTULADO DE PRODUCTO



## Rotulado

- **Denominación de a venta:** La denominación de la marca tiene la misma denominación de la empresa con el fin ir difundiendo la marca.
- **País de procedencia:** indica donde fue la producción del producto para el producto es Perú.
- **Imagen del producto:** La imagen demuestra con un gráfico el producto que esta contenido.
- **Contenido neto:** El presente producto tendrá un contenido de 250 gr.
- **Certificaciones:** la principal certificación que el producto posee es la certificación de producto orgánico USDA ORGANIC.
- **Valor nutritivo:** Es la especificación que contiene el producto en cuanto a valores nutricionales que aporta el higo seco.
- **Imagen de procedencia:** es la representación gráfica de los lugares de procedencia del producto
- **Empresa responsable de la fabricación:** Es la especificación que contiene el producto para evidenciar la procedencia del producto y que empresa es la encargada de fabricar.
- **Código de barra:** El código de barras almacena información, datos que pueden ser reunidos en él de manera rápida y con una gran precisión. y fácil para codificación de información de texto que puede ser leída por dispositivos ópticos.

## 7.2 NORMAS TÉCNICAS APLICABLES.

La norma técnica usadas en la exportación de los higos secos serán como indica.

El Comité Técnico de Normalización de Alimentos Envasados. Rotulado, Presentó a la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias –CNB-, con fecha 2009-08-24, el PNTP 209.038:2009, para su revisión y aprobación, siendo sometido a la etapa de Discusión Pública el 2009-10-24. No habiéndose presentado observaciones fue oficializado como Norma Técnica Peruana NTP 209.038:2009 ALIMENTOS ENVASADOS. Etiquetado, 7ª Edición, el 20 de febrero de 2010.

**Objeto:** Esta Norma Técnica Peruana establece la información que debe llevar todo alimento envasado destinado al consumo humano.

**Referencia Normativa:** No hay normas específicas que sean citadas como referencias normativas en el presente texto que constituyan requisitos de esta Norma Técnica Peruana.

**Campo de aplicación:** Esta Norma Técnica Peruana se aplica al etiquetado de todos los alimentos envasados que se ofrecen como tales al consumidor o para fines de hostelería y a algunos aspectos relacionados con la presentación de los mismos.

### 7.3. PROCESO DE ROTULADO.

El producto deberá llevar rotulado, en forma destacada el nombre del producto y las siguientes indicaciones en caracteres legibles, según lo señalado en el artículo 117° del D.S. N° 007-98-SA “Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas”, artículo 14° de la R.M. N° 451-2006/MINSA “Norma Sanitaria para la Fabricación de Alimentos a Base de Granos y Otros, destinados a Programas Sociales de Alimentación”, los mismos que deberán concordar con la NMP 001:1995 “PRODUCTOS ENVASADOS: Rotulado”, El rótulo de alimentos envasados deberá presentar obligatoriamente la siguiente información:


- Denominación de venta del alimento
- Lista de ingredientes
- Contenidos netos
- Identificación del origen
- Nombre o razón social y dirección del importador, cuando corresponda
- Fecha de duración
- Preparación e instrucciones de uso del alimento, cuando corresponda
- Rótulo nutricional

### 7.4. TIEMPOS Y COSTO DEL PROCESO DE EMPACADO.

CARACTERÍSTICAS	DÍAS	COSTO S/	COSTO \$
<b>Elaboración y diseño de la etiqueta</b>	1 día	25.00	7.35

## 8. EMPAQUE

### 8.1 FICHA TÉCNICA DE EMPAQUE PRIMARIO SELECCIONADO.

FICHA TECNICA	
	
<b>CAJITAS DE CARTON CORRUGADO LAMINADO</b>	
<b>Características generales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Permite conservar el estado del producto</li><li>• De fácil manejo</li><li>• Es perdurable.</li><li>• Tiene capacidad de resistencia.</li></ul>
<b>Aplicaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se adaptan al envasado de diversos productos</li></ul>
<b>Definición</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es un plástico muy duro y resistente, es opaco y con gran resistencia al calor y a temperaturas de frio pues se ablanda a una temperatura más elevada de los 150 °C.</li></ul>
<b>Almacenamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Humedad relativa (%): 15</li><li>• Temperatura: 2°C sobre la temperatura ambiente</li></ul>
<b>Tamaño o medidas</b>	<p>5cmx15cmx9cm</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ancho total 5cm.</li><li>• Alto total 15cm.</li><li>• Largo total 9 cm.</li></ul>
<b>Contenido</b>	cajita de 250 gr

## **8.2 CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL EMPAQUE PRIMARIO.**

Los criterios para la selección del empaque fueron los siguientes:

El envase de cajita preserva mejor los frutos secos debidos a su resistencia que posee al calor y frio manteniendo la forma original del producto y conservando sabores y texturas propias de cada producto.

- Su textura de la cajita permite su conservación del producto.
- La resistencia al ambiente es fuerte puesto que conserva mejor el producto.
- Su manejo y manipulación es sencilla por lo que no necesita extremo cuidado.
- No es toxico
- Es ideal cuando se trata de la conservación del producto.
- Contribuye a la no contaminación del medio ambiente.

## **8.3 PROCESO DE EMPAQUE PRIMARIO.**

En el proceso del empaque primario se debe de tener en cuenta lo siguiente:

- Al tener el fruto seco este será envasado en el empaque primario cajitas laminadas en el interior.
- La cantidad de producto por envase es de 250 gr. Que serán pesados en una balanza electrónica, el envasado se realiza de manera manual por su facilidad en el manejo del sellado de las cajitas.
- Las cajitas selladas pasaran al espacio de empaque


Es importante mencionar que el proceso de empaque se tiene que tener sumo cuidado de no contaminar el producto y dañar las cajitas en la manipulación.

#### 8.4. TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE EMPACADO.

CARACTERISTICA	TIEMPO	COSTO S/	COSTO \$
Empaque de cajitas con diseño	15 A 20 DIAS	0.33	0.096
<b>TOTAL</b>		<b>7.</b>	<b>0.40</b>

### 9. EMBALAJE

#### 9.1 FICHA TÉCNICA DE EMBALAJE SELECCIONADO.

FICHA TECNICA DEL EMBALAJE	
	
<b>CAJA DE CARTÓN CORRUGADO</b>	
<b>Características generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es de estructura flexible</li> <li>• Facilidad en el proceso de almacenaje carga y estiba</li> <li>• Facilidad de manejo</li> <li>• Ideal para contener cajitas por su fácil acomodo del producto.</li> </ul>
<b>Aplicaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentos deshidratados, cosméticos,</li> </ul>



	etc.
<b>Definición</b>	Las Cajas son el mejor embalaje para cualquier tipo de producto, proporciona un medio ideal para la impresión de publicidad y es ecológica.
<b>Almacenamiento</b>	La caja de cartón es muy práctica para almacenar el producto alimenticio hasta el momento de ser vendida.
<b>Peso de cada caja</b>	Aprox. 10 gr.
<b>Medidas</b>	60cmx30cmx20cm Largo: 40 cm X Ancho total 30 cm. X Alto total 20cm.

### FICHA TECNICA DEL ENBALAJE SELECCIONADO



#### FLEJE FILM MANUAL

<b>Características generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistente y elástico</li> <li>• Auto adherente.</li> <li>• Brinda protección económica, rápida y cómoda.</li> <li>• Facilidad de uso.</li> <li>• Protege los empaques del medio exterior.</li> </ul>
<b>Aplicaciones</b>	para embalaje de cajas, frutas , madera, etc.
<b>Definición</b>	FLEJE FILM es ideal para embalar las

	cajas y para facilitar la paletización y posterior contenedorización del producto.
<b>Capacidad</b>	La capacidad es muy amplia ya que es flexible y permite elasticidad en el embalado
<b>Composición</b>	Hechas de polietileno que es un material termoplástico auto adherente.
<b>Medidas</b>	No tiene una medida definida debido a su elasticidad. Sin embargo los rollos de son de medidas de largo 50cm y la variedad de metros contenidos

## 9.2 CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL EMBALAJE.

### **Cajas de cartón corrugado para embalar el producto (Almex, 2015)**

- La resistencia de las cajas ante los golpes.
- El costo por empaque (relativamente económico).
- La fácil protección que brinda al producto.
- Son reciclables y pueden ser usados en una segunda opción.
- Las medias de las cajas son variables de acuerdo al tipo de producto y tamaños que el empresario disponga.
- Fácil manipuleo de la carga
- Facilidad de apilamiento en los pallets
- Facilidad en la carga en contenedores
- Mejora la presentación del producto
- Mayor flexibilidad en la unitarización.

### **Embalaje para las cajas fleje film manual. (Almex, 2015).**

El embalaje utilizado tendrá las siguientes características o criterios los cuales favorecen al embalado del producto.

- Autoadherente.
- Brinda protección económica, rápida y cómoda.
- Facilidad de uso.
- Protege los empaques del medio exterior.
- Disponible en colores.
- Capacidad de envolvimiento de las cajas.
- Los colores que se encuentran disponibles para proteger aún más el producto.
- Calidad del material muy resistente.

### **9.3 PROCESO DE EMBALAJE.**

#### **Cajas de cartón corrugado.**

- Armar las cajas de cartón corrugado.
- Ubicar las cajitas de 250gr del producto en las cajas ya armadas de cartón corrugado.
- El acomodo de las cajas de cartón corrugado contendrán 40 cajitas del producto por cada caja de dimensiones 60cm x 40cm x 20cm.
- Las cajitas en la caja de cartón corrugado se encontraran más conservadas para el envío a Miami.
- La caja se procederá al sellado de la caja con los materiales de embalaje con las películas plásticas de polietileno los cuales ayudaran a un mejor mantenimiento del producto.

### **Fleje film manual**


- Antes que se realice el proceso de embalado se debe apilar las cajas sobre el pallet a utilizar.
- Posterior con fleje film se procede a embalar las cajas apiladas sobre el pallet de manera manual, esto con el objetivo que las cajas no se desacomoden y se mantengan unitarizadas al momento de ser paletizadas, por su auto adherencia el fleje mantiene firme las cajas es recomendable que se realice más de una vuelta del embalado para asegurar la firmeza de la unitarización de las cajas para evitar grietas y posteriores daños en la mercadería.

#### **9.4. TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE EMBALAJE.**

<b>CARACTERISTICA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>COSTO S/</b>	<b>COSTO \$</b>
<b>Costo del cartón corrugado para embalaje</b>	<b>7 DIAS</b>	<b>5.29</b>	<b>0.8</b>
<b>Fleje film manual</b>	<b>1 DIA</b>	<b>30.00</b>	<b>---</b>
<b>Embalador</b>	<b>Jornal</b>	<b>30.00</b>	<b>8.8</b>
<b>TOTAL</b>		<b>65.29</b>	<b>8.8</b>

## 10. UNITARIZACIÓN

### 10.1 FICHA TÉCNICA DEL PALLET SELECCIONADO.

FICHA TECNICA DEL PALLET	
	
<b>PALLETS DE MADERA TIPO ARLOG IRAM</b>	
<b>Características generales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pallet Normalizado tipo CHEP Retornable de uso en Supermercados.</li><li>• Gran Durabilidad y Resistencia en todas las condiciones de uso.</li><li>• Buena imagen hacia el cliente.</li><li>• ARLOG Clase B para 1500Kg.</li></ul>
<b>Aplicaciones</b>	Son utilizados para el embalaje de cajas por su capacidad
<b>Definiciones</b>	Plataforma de madera con cuatro entradas de acceso para grúa o montacargas.
<b>Almacenamiento</b>	A piso y cargado hasta en dos niveles, más niveles o en racks tipo riel, no es recomendable.
<b>Dimensión del pallet para Estados Unidos</b>	Ancho:100 cm Largo: 120cm Altura recomendable: 180 cm
<b>Peso del pallet</b>	25 kg. (aprox)

## 10.2. CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL PALLET.

El criterio para el uso del pallet tipo ARLOG, es debido a la frecuencia con la que son usados para los supermercados y posee la presentación adecuada para dichos negocios es de uso retornable.

- Precios más bajos.
- El pallet de madera es reutilizable y ecológico.
- De fácil apilamiento.
- Mantiene la higiene del contenido.
- Evita que el embalaje toque el piso
- Ayuda a contener el peso de las mercancías enviadas
- Mejora el movimiento de carga y descarga.
- Facilidad en el manejo de estiba
- Baja inversión en unidades y equipos

## 10.3. PROCESO DE PALLETIZADO.

El paletizado para el producto higos secos tras la unitarización para el transporte y contenedorización se dará mediante la agrupación de los embalajes (cajas) del producto sobre la superficie del pallet que tendrá como finalidad el adecuado manejo del producto en los medios de transportes y también en el almacenamiento del mismo.

**Método:** Se debe colocar las cajas que contienen el producto en columnas haciendo coincidir las esquinas trenzadas de cajas para evitar fisuras e inestabilidad de las cajas para utilizar con posterioridad las capas de cartón con fleje para fijar mayor estabilidad a la unitarización y paletizado del producto.

**Grafico N° 05**  
**Modelo de palletizado**



**Fuente: Almex Logística**

#### **10.4. PLANO DE ESTIBA DEL PALLET.**

El plano de estiba del pallet del producto productos de higos secos se deben de colocar a bordo de las unidades de transporte para su posterior traslado los pallets deberán estar asegurados en todo momento.

**Planeamiento de la carga:** Al iniciar la carga es importante verificar cuáles serán los espacios de carga en el puerto origen y descarga en el puerto, destino para no tener inconvenientes al momento de realizar la descarga, así mismo tienen que estar acompañados de los respectivos documentos al producto para viabilizar los procesos de exportación.

**Unitariación de Pallet:** El acomodo de las cajas trenzadas será con base de 6 columnas por cinco filas.

### Grafico N°07

Palletizado y embalado de cajas con flejefilm manual.



Fuente: [logismarket.cl/servigemp/film-paletizador](http://logismarket.cl/servigemp/film-paletizador).


### 10.5 TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE UNITARIZACIÓN.

PROCESO	TIEMPO	PRECIO	CANTIDAD	COSTO S/
<b>Alquiler de pallet</b>	1 DIA	10.00	2 pallets	20.00
<b>Acomodo de cajas de pallet</b>	1 DIA	15.00	2 pallets	30.00
<b>Otros gastos</b>				94.00
<b>TOTAL</b>				<b>144.00</b>



## 11. CONTENEDORIZACIÓN

### 11.1 FICHA TÉCNICA DE SELECCIONADO.

FICHA TECNICA DEL CONTENEDOR		
		
<b>Definición</b>	El contenedor estándar de 20', también conocido como dry van, es el más usado en el mundo. Puede llevar casi cualquier carga, gracias a su versatilidad.	
<b>Cantidad de pallets</b>	Aproximadamente 10 pallets de 120cm x 100 cm	
<b>Tipo de carga</b>	Seca etc.	
<b>Material</b>	Metal	
<b>Dimensiones internas</b>	<b>Largo</b>	<b>ancho</b> <b>alto</b>
	5.9 m	2.35 m 2.39m
<b>Puertas abiertas</b>	<b>ancho</b>	<b>alto</b>
	2.3 m	2.28m
<b>Peso máximo</b>	30 480 Kg.	
<b>Promedio de tara</b>	2230 Kg.	
<b>Carga útil máxima</b>	28 250 Kg.	
<b>Capacidad</b>	33.2 m <sup>3</sup>	
<b>Anillos de seguridad</b>	<b>cantidad</b>	<b>resistencia</b>
	16	1 500 Kg.

## **11.2 CRITERIOS USADOS PARA LA SELECCIÓN DEL PALLET.**

Los criterios usados para la selección de los contenedores serán los siguientes:

- Son económicos en cuanto a precios
- Mayor seguros a su resistencia a contratiempos
- Se adaptan al buque en el cual será enviado
- Se ahorra espacio ya que puede ir uno arriba de otro.
- Evita la contaminación del producto
- Accesible para empresas pequeñas o medias quienes realizan envíos de menor tonelaje.
- Norma ISO 1496 Y 6346
- Facilita la carga y descarga de la mercancía
- Baja tasa de pérdida del producto
- Facilita el transporte internacional

## **11.3 PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN**

La Contenedorización del producto será en los contenedores mencionados de 20' o comúnmente conocidas como contenedor TEU que permitirá cubrir y brindar buen recaudo de nuestra mercadería ya anteriormente unitarizada,, Además este contenedor con frecuencia son los de tipo lease container, debido que se tienen que esperar otras cargas para su envío y pueda llegar al lugar destino Estados Unidos - Miami para luego vaciarla desestiba en el lugar de destino del desembarque, el contenedor para la carga del producto de la empresa sweet fig ocupara 4 pallets en el contenedor.

**Apertura del contenedor:** la apertura de las puertas del contenedor darán paso a las estiba de los pallets del producto higos secos.

**Carga del pallet:** A través de los montacargas se suben al container con el pallet del producto el cual será enviado al país de destino.

**Acomodamiento y llenado:** se deberá de acomodar los pallets de manera adecuada el cual permita una mejor estabilidad de los pallets y un menor riesgo de que la mercadería sufra alguna avería en el trayecto.

**Recomendaciones:** la manera adecuada más adecuada para el acomodo de los pallets en los contenedores es realizar por secuencia lógica para los productos que acompañaran a la mercadería a fin de evitar daños y contaminación del producto, mantener cuidado según la simbología que presenta cada producto.

#### **11.4 PLANO DE ESTIBA DE PALLET.**

El plano de estiba será detallado y comprensible, de manera que se proporcione la visión general necesaria de:

- Los lugares de estiba de los contenedores bajo y sobre cubierta en sentido longitudinal o transversal, según corresponda.
- Las configuraciones operacionales de estiba de contenedores de diferentes dimensiones
- Las secuencias verticales admisibles de masas en pilas;
- La utilización de dispositivos de sujeción con símbolos adecuados que tengan en cuenta el lugar de estiba, la masa apilada, la secuencia de masas en las pilas y la altura de éstas.
- El puerto destino de cada contenedor.

**Grafico N°08**  
**Bay del contenedor de higos secos**



Fuente: [xcarovplannertraining.wordpress.com](http://xcarovplannertraining.wordpress.com)

**11.5 TIEMPOS Y COSTOS DEL PROCESO DE CONTENEDORIZACIÓN.**

COSTO DEL PROCESO DE CONTENEDORIZACION			
COMPONENTE	COSTO S/	CAMBIO	COSTO \$
Cargo por nave surchanges	6.65	3.4	1.95
Cargos de agencia marítima	52.45	3.4	15.42
Cargo por operador portuario	105.05	3.4	30.89
Cargos aduaneros	90.44	3.4	26.6
Cargos por enapu	68.52	3.4	20.15
TOTAL C. U	323.11	3.4	95.03

## 12. TRANSPORTE

### 12.1. PROVEEDORES DE TRANSPORTE INTERNO.

Para el transporte interno del producto higos secos el tipo de transporte que se utilizara será el siguiente:

- Vehículo Rígido: Camionetas de 3.5 toneladas sencillas. La unidad tractora y la unidad de carga constituyen un solo vehículo, incluyendo una carrocería o estructura portante. Su configuración vehicular es la misma descrita para los vehículos motorizados, pudiendo tener una longitud máxima de 13,20 m y capacidad de peso vehicular de hasta 4 toneladas.

**Grafico N°08**

**Modelo de camión para la carga**



**Fuente: Mercado libre**

## LISTA DE PROVEEDORES INTERNOS

**Tabla N°06**  
**Proveedores de servicio interno**

<b>PROVEEDORES DE TRANSPORTE DE LA CIUDAD DE ICA</b>				
<b>RUC</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
20494585702	Transportes Abelito Camabaja	Lima	Avenida Defensores del Morro - Mz. U Lt. 8 - Pantanos de villa Chorrillos - Lima	Transporte de Carga
20494234453	Transportes Flores Hurtado S.A.C	Ica - lima	Calle Grecia, 102 - Urb. Los Portales de Javier Prado Ate Vitarte - Lima	Transporte de Carga liviana y pesada.
20438732026	Transgesa E.I.R.L.	Ica - Lima	Calle 4 de Julio, 300 Pisco - Ica	Transporte de Carga en general
20987645673	Transporte Don Eduardo E.I.R.L.	Ica- Lima	Calle Mariscal Castilla, 231 Chincha - Ica	Transporte De Carga

**Fuente: Directorio de empresas logísticas**

## 12.2 COSTO DE TRANSPORTE INTERNO.

CARACTERISTICAS	VALOR	UNIDAD
Hrs de llegada	4hr 30 min	Hrs
Kilometraje Ica- Lima	310	km

COSTO DE TRANSPORTE FIJO	COSTOS S/	COSTOS \$
costo fijo diario	55.00	13.23
salario del conductor	15.00	4.41
seguros	15.00	4.41
Peajes	5.00	1.47
<b>TOTAL</b>	<b>90.00</b>	<b>23.53</b>

## 12.3 PROVEEDORES DE SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL.

Tabla N° 07  
Navieras de Transporte Internacional

PROVEEDORES DE SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL				
LINEA NAVIERA	TIPO DE TRANSPORTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL
	MARITIMO	Dirección: Monte Rosa 233 of 806 33 Lima -	Teléfono: +51 1 616 5100	chartering.westcoast at bbc- chartering.com
	MARITIMO	Dirección: Piso 17, Av Dionisio Derteano 144, San Isidro 15047	Teléfono: Teléfono: (01) 619 - 5000	<a href="https://www.intermarine.com/">https://www.intermarine.com/</a>
	MARITIMO	Representante en Perú:	Teléfono: 615-5020	<a href="http://www.hoyer-group.com">www.hoyer-group.com</a>
	MARITIMO	Calle Deán Valdivia 148 Torre a piso 03 San isidro Perú	Teléfono: +51 1 411- 6500	<a href="https://www.hapag-lloyd.com/es/offices/office_1378281.html">https://www.hapag-lloyd.com/es/offices/office_1378281.html</a>



## 12.4 COTIZACIÓN DE FLETE MARÍTIMO.

Tabla N°08  
Agentes de carga marítima

AGENTE DE CARGA	MEDIO DE TRANSPORTE	UNIDAD	FLETE UNITARIO	FLETE TOTAL \$
<b>GAMMA CARGO S.A.C.</b>	Flete Marítimo	Ton / M3 - LCL	70.00	<b>70.00</b>
<b>ANDINA FREIGHT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</b>	Flete Marítimo	Ton / M3 - LCL	140.00	<b>140.00</b>
<b>SAVINO DEL PERÚ</b>	Flete Marítimo	Ton / M3 - LCL	60.00	<b>60.00</b>

Fuente: [www.siicex.gob.pe/siicex/](http://www.siicex.gob.pe/siicex/)

### 13. SERVICIOS DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL

#### 13.1 AGENTES DE ADUANA:

**Tabla N°09.**  
**Agente aduanero para la empresa sweet fig.**

RUC	CODIGO	AGENTE	DIRECCION	TELEFONO	REPRESENTANTE
20387138090	8444	Agencia de aduana lama s.a.	Jr. trinidad moran 955-971 oficinas 101- 201 - lince	20387138090	Zapata Almestar, Juan Jose

#### 13.2 COSTOS DE AGENCIAMIENTO.

**Tabla N° 10**  
**Valor de agenciamiento**

EXPORTACION	POR FOB	Observaciones
Doc Fee LCL	S/. 200.00 + IGV	Procedimientos para realizar la transmisión electrónica del BL Master al manifiesto a fin de que el agente de carga pueda desglosar

### **13.3 ASEGURADORAS**

Son las encargadas de asegurar la mercadería contra posibles riesgos en la exportación, de presentarse algún accidente fortuito estas se harán cargo de las indemnizaciones total o parcial por pérdida o daños ocasionados por la mercancía según estipule el contrato.

Entre las aseguradoras peruanas tenemos:

- PACIFICO
- MAPFRE
- INTEGRAL

### **13.4 PÓLIZA DE SEGURO (COBERTURA Y COSTOS).**

#### **Por su duración**

- Seguro por viaje= póliza individual
- Seguro para varios viajes y distintas mercancías = pólizas abiertas por declaraciones/ pólizas flotantes

#### **Por su valor:**

- Estos seguros cubren el monto económico o valor comercial de la mercancía.

#### **La suma asegurada:**

- La compañía de seguros indemniza hasta al 10% del valor total asegurado en las condiciones particulares de la póliza, en los casos de pérdida total absoluta o pérdida total constructiva.
- La suma asegurada total está compuesta por:
- El valor de la mercancía, según factura comercial emitida en el lugar de origen. Base: valor fob
- El costo del flete para su traslado

- El costo del seguro
- El sobre seguro o valor imaginario compensatorio adicional, para cubrir los derechos de aduana u otros gastos de importación. (max 20 %– 25% del total de los tres puntos ya mencionados)

### 13.5 TERMINALES DE ALMACENAMIENTO.

**Tabla N°11**  
**Terminales de almacenamiento puerto callao**

<b>TERMINALES DE ALMACENAMIENTO</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>UBICACION</b>	<b>TELEFONO</b>
	almacenamiento de mercancías	JR. GASPAR HERNANDEZ N° 700 LIMA	3301004 - 3301005
	Almacenamiento de mercaderías	CALLE "A" N° 391 - URB. INDUST. BOCANEGRA CALLAO	5741604 - 5741532
	Almacenamiento de contenedores con mercaderías	AV. MATERIALES N° 8762 , CALLAO - LIMA,	(511)705- 3435

**Fuente: Elaboración propia**

## 14. MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACIÓN

Tabla N°12  
Precios de exportación

Descripción del elemento	IMPORTE	%
<b>Coste Variable Bruto del Producto (CVB)</b>		
Coste Materiales	4914	
Coste de Mano de Obra Directa	4680.00	
Costes Directos de Producción	1837.00	
<b>Total Coste Variable Bruto</b>	<b>11431.00</b>	
<b>Coste Variable Neto del Producto (CVN)</b>		
Devolución de Impuestos y tasas (Drawbacks)	0.00	
<b>Total Coste Variable Neto</b>	<b>11431.00</b>	
<b>Margen de Contribución (MC)</b>		
Margen De Contribución	26.00	
<b>Total Previo (CVN + MC)</b>	<b>11457.00</b>	
<b>Valor Ex Works (VEW)</b>		
Costes Seguro de Cambio		
Costes Seguro de Crédito		
Gastos Financieros Aplazamiento de Pago		
Comisión de Agente	200.00	
Coste Embalajes	2160.00	
Coste Documentación Exportación	130.00	
Coste Adecuación Producto al Mercado Destino	300.00	
<b>Total Costes Específicos Ex Works</b>	<b>2790.00</b>	
<b>Total Valor ExWorks (CVN + MC + VEW)</b>	<b>14247.00</b>	
<b>Valor FAS (Franco al Costado)</b>		
Costes de Manipulación	50.00	
Costes Transporte Interno	90.00	
Gastos/Trámites Aduaneros Exportación	200.00	
<b>Total Valor FAS</b>	<b>14587.00</b>	
<b>Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren)</b>		
Costes carga Mercancía	50.00	
Costes Tasa Puerto de Salida	10.00	
<b>Total Valor FOB</b>	<b>14647.00</b>	
Puerto de Origen:	CALLAO	

Fuente: Modelo exportación Excel

## CONCLUSIÓN

- Después de realizar un estudio muy minucioso se pudo determinar que el producto tendrá un impacto favorable en el mercado internacional ya que existen segmentos de mercado donde se conocen las características y propiedades de del producto higos secos.
- El destino seleccionado para la exportación de los productos derivados del higo es el país de Estados Unidos, enfocándose la empresa en enviar los productos hacia el mercado objetivo de la ciudad de Miami, ya que constituye un mercado atractivo para los intereses de la empresa. Además existe una gran población hispana que conocen o han probado alguna vez los higos.
- En la planificación de la logística del país destino se concluye que Miami tiene uno de los mejores puertos con alta tecnología de información que facilita el manejo de mercaderías más rápido y eficiente por lo que el tiempo de espera del desembarque o nacionalización es menor y la fluidez con la que los operadores logísticos realizan la distribución.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- (25 de Marzo de 2015). Miami tendra el segundo proyecto mas grande de lujo, pág. 2.
- Almex, L. (2015). logistica de exito. Guia para el correcto envalado de tu mercaderia, 18.
- Chavez, B. D. (2010). Almacenamiento.
- Delgado, M. y. (2007). Historia del Higo.
- Kotler philip, A. G. (2008). Fundamentos de Marketing. Pearson Prentice Hall-Edicion octava.
- Machadoet. (1997). Inicios e historia del higo.
- T, T. A. (2010). Gestión de sistencia tenica. Coombia.
- Terrones, I. M. (Setiembre 2009). Asitencia tecnica para los planes operativos.

## **WEB GRAFIA**

- Lima, C. d. (2016). Obtenido de [http://camaralima.org.pe/principal/categoria/certificados de origen](http://camaralima.org.pe/principal/categoria/certificados%20de%20origen).
- senasa.gob.pe. (Enero de 2016). Obtenido de senasa.gob.pe: [www.senasa.gob.pe](http://www.senasa.gob.pe)

## **ANEXOS**

### **ANEXO 01**

#### **1. INFORMACION DE LA EMPRESA:**

##### **1.1 PERFIL DE LA EMPRESA:**

###### **NOMBRE DE LA EMPRESA**

“SWEET FIG” es el nombre de la empresa que se encargará, de exportar los higos secos hacia el exterior, es una empresa familiar, su nombre hace referencia al dulce sabor del fruto del higo, la empresa inicialmente contará con una planta semi industrial ubicada en la ciudad de Ica, en el pasaje José de Loyola N°243, la empresa actualmente vende sus productos higos frescos y secos hacia los mercados locales y evidenciando el crecimiento actual de la demanda internacional de este fruto la empresa iniciara la exportación de higos secos para abrirse camino en el mercado internacional para lo cual la empresa invertirá en equipos necesarios para la exportación de los higos con una excelente calidad.

Se necesita también obtener registros sanitarios para el producto que se desea exportar, estos registros son emitidos por SENASA, DIGESA organismos encargados de las buenas prácticas en el tratamiento de alimentos; para obtener el registro sanitario se requerirá de la asesoría de Ingeniero en Alimentos, pues conocen con más detalle el proceso y son un gran soporte en la obtención del registro sanitario y para brindar calidad al producto

###### **CONSTITUCION LEGAL Y TIPO DE NEGOCIO:**

Es una empresa familiar Sociedad Anónima Cerrada, su nombre será “SWEET FIG”, para lo cual los miembros de la familia iniciaran con aportes para iniciar el capital de la empresa, pasan a ser los propietarios,



en este tipo de compañía no se admite el ingreso de socio ni tampoco puede convertirse en otro tipo de compañía

#### **TIPO DE NEGOCIO:**

La decisión de la empresa para **constituirse en una S.A.C** es debido a la extensión familiar el número de miembros familiares con un total de 4 personas integrantes, capital social de la empresa está representada en acciones nominativas y se conforma con los aportes de los socios, quienes no responden personalmente a las deudas sociales en los cuales pueda incurrir la empresa, todos los integrantes de la familia deberán otorgar para el crecimiento de la empresa y la producción de estas las hectáreas de terreno con la que cada uno cuenta.

- **AÑO DE ESTABLECIMIENTO DEL NEGOCIO:**

El inicio de las actividades de la empresa SWEET FIG S.A.C para la exportación, iniciara a partir del de enero del 2017.

- **NUMEROS DE EMPLEADOS:**

SWEET FIG S.A.C contara con la colaboración de 4 accionistas más colaboradores según corresponda para la época de cosecha se contratara un adicional de 5 a más.

#### **VISION, MISION, OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

**VISION:** Ser una empresa conocida a nivel mundial en la producción, elaboración y comercialización de higos secos , consolidar una posición en el mercado nacional e internacional, crear nuevas líneas de productos alimenticios a base de higos para el 2021.

**MISION:** SWEET FIG somos una empresa del sector agroindustrial, dedicada a la producción, elaboración y comercialización del higo con estándares de calidad que satisfagan los paladares más exigentes de nuestros clientes brindando un producto con alto valor nutritivos.

## **OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Determinar la factibilidad de la exportación de higos secos al mercado Norteamericano – Miami.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Determinar el proceso logístico más conveniente para la exportación de higos secos.
- Analizar la distribución física internacional más conveniente para la exportación de higos secos a los mercados Norteamericanos.
- Determinar los puntos de venta más adecuados en el mercado del país de Estados Unidos.

## **ANÁLISIS DE MACRO ENTORNO EMPRESARIAL MATRIZ**

### MATRIZ FODA

<p><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1.</b> Planta ubicada en un lugar accesible y céntrico.  <b>F2.</b> Maquinaria y equipos de última tecnología.  <b>F3.</b> Capacitación continua al personal de la empresa  <b>F4.</b> Materia prima de óptima calidad</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1:</b> Falta de presupuesto en la inversión inicial  <b>D2.</b> Se enfoca únicamente en la producción de higos.  <b>D3.</b> Marca no posicionada en el mercado.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <p><b>O1.</b> Mercado creciente  <b>O2.</b> Gobierno apoya a las exportaciones.  <b>O3.</b> El sector donde se encuentra ubicado las plantaciones tiene un clima favorable para el cultivo del higo durante todo el año..  <b>O4.</b> Firma de tratados y acuerdos comerciales con más países a nivel mundial.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS F.O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar los mercados y fortalecer la capacidad productiva de la empresa. (F1:O1)</li> <li>• Aprovechar el apoyo del gobierno para las capacitaciones continuas (F2:O2)</li> <li>• Aprovechar la calidad de la materia prima de calidad para exhibir como vitrina silenciosa al mundo (F4:O4)</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS D.O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar el financiamiento para mejorar la infraestructura y aumentar la producción del a fin de atender nuevos mercados (D1:O1)</li> <li>• Diversificación de la producción para el ingreso a nuevos mercados (D2:O2)</li> <li>• posicionar la marca la firma de tratados (D3:O1)</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1.</b> Competencia directa con amplia experiencia en exportación de productos elaborados del higo.  <b>A2.</b> Competencia desleal  <b>A3.</b> Aumento del poder de negociación de los grandes grupos empresariales  <b>A5.</b> Mercados más exigentes</p>	<p><b>ESTRATEGIAS F.A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor poder de negociación por la calidad de materia utilizada en la exportación de higos(F4:A3)</li> <li>• Aprovechar los beneficios del producto para el conocimiento de los consumidores que aun desconocen del producto.(F4:A5)</li> <li>• Aprovechar la capacidad de producción contra la competencia desleal(F2:A2)</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS D.A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener una adecuada planificación y coordinación para el aumento de la productividad (D1:A1)</li> <li>• Tener una mayor diversificación de producto para cubrir los mercados más exigentes (D2:A5)</li> </ul>

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### Nivel de gestión estratégica:

- **Administrador:** Es nombrado por el directorio. Es el representante legal y administrador de la empresa SWEET FIG quien será la persona encargada de verificar todos los procesos de la empresa en la producción de higos secos para la exportación.
- **Producción y/o Acopio:** tiene como finalidad encargarse de la producción óptima y de calidad de la empresa para el caso de temporadas bajas de producción de la empresa se acopiaran los productos como medida de contingencia para no desabastecernos de los productos, y así mantener la seguridad de brindar siempre el producto, constancia en la entrega, esta área estará acompañada del control de calidad.
- **Marketing:** Es el área encargado de vender los productos posicionarlos en el mercado internacional así mismo está acompañado de las sub áreas de ventas y distribución quienes se encargaran de realizar todo el proceso logístico.
- **Finanzas:** se encargará de realizar todos los movimientos financieros y velar por la parte contable de la empresa a fin de no caer en déficit.

**ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA DE SWEET FIG S.A.**



## ANEXO 02

### 2. MIX DE MARKETING

#### PRODUCTO

##### ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

Los higos secos es uno de los alimentos que aporta cantidades esenciales de nutrientes al cuerpo humano siendo también un importante componente rico en vitaminas y proteínas, contiene nutrientes como: energía, proteínas, carbohidratos, calcio son el calcio y el fosforo etc. Además por su versatilidad hace que este producto sea ideal para usos diversos.

Las recomendaciones de la sociedad mundial de la salud lo respaldan por ser un producto excelente para el consumo en general de las personas en distintas edades.

Tabla N°

##### Valores Nutricionales del producto

<b>Energía</b>	296 Kcal
<b>Proteínas</b>	2.4 g
<b>Grasas</b>	0.3 g
<b>Carbohidratos</b>	73.7 g
<b>Calcio</b>	73 mg
<b>Fósforo</b>	79 mg
<b>Potasio</b>	570 mg
<b>Hierro</b>	1.3 mg
<b>Vitamina A</b>	7 ER
<b>Betacarotenos</b>	42 Equiv. Tot.
<b>Vitamina C</b>	6 mg

## **PRECIO:**

El precio es un elemento esencial por lo que un precio excesivamente alto puede propiciar la aparición de competidores. El precio está determinado en función a los procesos de fabricación envasado y embalado como los demás costos incurridos.” Por el contrario, un precio muy bajo puede dañar la imagen del producto ya que el consumidor pensará que se le vende mala calidad.” (Kotler Philip, 2008).

La fijación de precios tras el reconocimiento comercial del producto variara acorde a la aceptación del producto y reconocimiento a nivel internacional básicamente en el mercado Norteamericano para lo cual se formulara las estrategias del marketing respectivas. El análisis de la empresa debe considerar fundamentalmente los siguientes aspectos sobre el precio:

- Establecer programas especiales para ventas estacionales.
- Elevar su precio para cubrir los costos de mejores servicios post venta o de una garantía ampliada.
- Otorgar descuentos por volúmenes o mezclas de compras. Establecer un programa de premios a los compradores.
- Establecer escalas de precios, vía descuentos, en función de los niveles de compra de los clientes.
- Organizar ofertas a través de cadenas de tiendas, de supermercados, etc. Ofrecer un mejor margen de ganancias o de descuentos en determinados productos a fin de lograr una mejor mezcla de sus ventas.
- Ofrecer términos de pago más amplios.

## PLAZA

### CANALES DE DISTRIBUCION Y VENTA

**TIPO DE DISTRIBUCIÓN:** El producto de higos secos será distribuido a los supermercados de manera directa de productor a comprador sin terceros.

**AGENTES COMERCIALES:** Se tendrá agentes comerciales en el país destino para contactar nuevos posibles clientes.

**ESTRATEGIA:** La distribución se hará por un canal directo e indirecto

- Hacer estudios de factibilidad para la ampliación de la participación en nuevos mercados. Cuanto más larga la cadena, más lejano se torna el contacto del productor con el consumidor, con el objetivo de garantizar mejor la captación del consumidor.

### PROMOCION

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:** La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

Algunas estrategias que la empresa “SWEET FIG” propone aplicar con relación a la promoción es el siguiente:

- La empresa tendrá participación activa con las cámaras de comercio de la ciudad, Prom Perú y demás organizaciones que le permitan ser vitrina comercial para el producto hacia el mundo.



- Participación en ruedas comerciales nacionales e internacionales, ferias y eventos donde sea posible mostrarnos como empresa y producto.
- Poner anuncios en Internet.
- Crear puestos de degustación.
- Manejo de productos para muestra sin valor comercial. c
- Según cantidades compradas se deberá de hacerles un descuento o caso contrario enviar productos de regalo adicional a su compra.

Algunas estrategias de promoción son:

- Estrategia para atraer la mirada del cliente hacia nuestra empresa para ello las políticas de la empresa tienen que ser acorde a la imagen con la que la empresa es vista por los clientes el principal objetivo es el consumidor, no el vendedor.
- Estrategia combinada: en este se ofrecen incentivos a los comerciantes para promover el producto.

Reforzamiento de la marca: esta estrategia lo que busca es crear lealtad de nuestros consumidores a la marca, siendo consecuentes y brindar veracidad que el producto ofrecido es de calidad y esto solo se respaldara con el producto final de calidad.

### ANEXO 03

#### 3. ESTADOS FINANCIEROS

##### Presupuesto

PRESUPUESTO							
Descripción	U.medida	Mes	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Kilos de Higos	Kg	900	10800	12816	14832	16848	18864
Rendimiento 60%	%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
Higos secos	Kg	540	6480	7690	8899	10109	11318
Cajitas de cartón	Kg	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
<b>TOTAL DE PRODUCCION</b>		<b>2160</b>	<b>25920</b>	<b>30758</b>	<b>35597</b>	<b>40435</b>	<b>45274</b>

PRESUPUESTO DE VENTAS							
Descripción	U. medida	Mes	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Producción	UNID	2160	25920	30758	35597	40435	45274
cajitas de cartón							
V.V.	S/	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7
<b>T. presupuesto de ventas</b>	<b>S/</b>	<b>14472.00</b>	<b>173664.00</b>	<b>206081.28</b>	<b>238498.56</b>	<b>270915.84</b>	<b>303333.12</b>

Presupuesto de materia prima e insumos

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA E INSUMOS							
Descripción	U. medida	Mes	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
<b>Precio</b>							
Frutos de Higos	kg	900	10800	12816	14832	16848	18864
Precio proveedor por kilo	S/.	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5
<b>total precio frutos de Higos</b>	<b>S/.</b>	<b>4050</b>	<b>48600</b>	<b>57672</b>	<b>66744</b>	<b>75816</b>	<b>84888</b>
total producción higos secos	unid	2160	25920	30758	35597	40435	45274
Cajitas de cartón	S/.	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
<b>total precio de cajitas de cartón</b>	<b>S/.</b>	<b>864.00</b>	<b>10368.00</b>	<b>12303.36</b>	<b>14238.72</b>	<b>16174.08</b>	<b>18109.44</b>
<b>PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>	<b>S/.</b>	<b>4914.00</b>	<b>58968.00</b>	<b>69975.36</b>	<b>80982.72</b>	<b>91990.08</b>	<b>102997.44</b>

**Presupuesto de mano de obra**

<b>PRESUPUESTO MANO DE OBRA</b>							
<b>Descripción</b>	<b>U. medida</b>	<b>Mes</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>
<b>limpieza y clasificado</b>	<b>S/.</b>	<b>2000</b>	<b>24000</b>	<b>24200</b>	<b>24400</b>	<b>24600</b>	<b>24800</b>
Total producción Higos secos	unid	2160	25920	30758	35597	40435	45274
embolsado y pesado Cajita	<b>S/.</b>	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
<b>precio empaquetado por cajita</b>	<b>S/.</b>	<b>432.00</b>	<b>5184.00</b>	<b>6151.68</b>	<b>7119.36</b>	<b>8087.04</b>	<b>9054.72</b>
Total producción Higos secos	unid	2160	25920	30758	35597	40435	45274
sellado y empaquetado por cajita	<b>S/.</b>	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
<b>precio sellado y empaquetado</b>	<b>S/.</b>	<b>648.00</b>	<b>7776.00</b>	<b>9227.52</b>	<b>10679.04</b>	<b>12130.56</b>	<b>13582.08</b>
<b>COSTO DE MANO DE OBRA VARIABLE</b>	<b>S/.</b>	<b>3080.00</b>	<b>36960.00</b>	<b>39579.20</b>	<b>42198.40</b>	<b>44817.60</b>	<b>47436.80</b>
<b>operario</b>							
carga de higos		2	2	2	2	2	2
sueldo		800	800	800	800	800	800
<b>total sueldo</b>		<b>1600</b>	<b>1600</b>	<b>1600</b>	<b>1600</b>	<b>1600</b>	<b>1600</b>
<b>P. MANO DE OBRA</b>	<b>S/.</b>	<b>4680.00</b>	<b>38560.00</b>	<b>41179.20</b>	<b>43798.40</b>	<b>46417.60</b>	<b>49036.80</b>

### Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Sueldo supervisor	S/.	900	10800	10800	10800	10800	10800
Costos indirectos de fabricación	S/.	270.00	3240.00	3844.80	4449.60	5054.40	5659.20
depreciación	S/.	167.00	2004.00	2004.00	2004.00	2004.00	2004.00
servicios (agua, luz, teléfono)	S/.	500	6000	6200	6400	6600	6800
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>	<b>S/.</b>	<b>1837.00</b>	<b>22044.00</b>	<b>22848.80</b>	<b>23653.60</b>	<b>24458.40</b>	<b>25263.20</b>

### .Costos de producción

PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
PPT. MATERIA PRIMA E INSUMOS	S/.	4914.00	58968.00	69975.36	80982.72	91990.08	102997.44
ppt. mano de obra	S/.	4680.00	38560.00	41179.20	43798.40	46417.60	49036.80
ppt. Costos indirectos de fabricación	S/.	1837.00	22044.00	22848.80	23653.60	24458.40	25263.20
<b>C. DE PRODUCCIÓN</b>	<b>S/.</b>	<b>11431.00</b>	<b>119572.00</b>	<b>134003.36</b>	<b>148434.72</b>	<b>162866.08</b>	<b>177297.44</b>

.. **Precio Unitario**

COSTO UNITARIO							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Presupuesto costo de Producción	S/.	11431.00	119572.00	134003.36	148434.72	162866.08	177297.44
Cajitas de cartón unitarios	S/.	2160	25920	30758	35597	40435	45274
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$.</b>	<b>5.29</b>	<b>4.61</b>	<b>4.36</b>	<b>4.17</b>	<b>4.03</b>	<b>3.92</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Ingreso por ventas	S/.	15120.00	181440.00	215308.80	249177.60	283046.40	316915.20
Costo total	S/.	11431.00	119572.00	134003.36	148434.72	162866.08	177297.44
Costos fijos	S/.	1837.00	22044.00	22848.80	23653.60	24458.40	25263.20
Costos variables	S/.	9594.00	97528.00	111154.56	124781.12	138407.68	152034.24
Precio de venta	S/.	7	7	7	7	7	7
<b>P:e monetario</b>	<b>S/.</b>	<b>31277.0033</b>	<b>258546.378</b>	<b>149912.203</b>	<b>164002.9766</b>	<b>178270.676</b>	<b>192655.1289</b>
<b>P:e físico</b>	<b>S/.</b>	<b>4468.14332</b>	<b>36935.1969</b>	<b>21416.029</b>	<b>23428.99665</b>	<b>25467.2395</b>	<b>27522.16127</b>

En le presente cuadro se puede observar que la empresa para que este ITEMS en el mercado de la Higos secos debe de producir un volumen de venta de de S/. 5061.69742 soles, para que no exista perdida ni ganancia en el transcurso del año 1 las ventas deberán de ser por un total de S/.14472.00 de Higos. Lo mismos secos o se hará en los años siguientes año 2 y año 3.

Estado de ganancias y perdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS							
DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
ventas	Sl.	15120	181440	215308.8	249177.6	283046.4	316915.2
costo de ventas	Sl.	11431.00	119572.00	134003.36	148434.72	162866.08	177297.44
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>Sl.</b>	<b>3689.00</b>	<b>61868.00</b>	<b>81305.44</b>	<b>100742.88</b>	<b>120180.32</b>	<b>139617.76</b>
	Sl.						
gastos de venta	Sl.	1156.00	13872.00	20365.44	22058.88	23752.32	25445.76
gastos administrativos	Sl.	1750	21000.00	21000	21000	21000	21000
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>Sl.</b>	<b>783.00</b>	<b>26996.00</b>	<b>39940.00</b>	<b>57684.00</b>	<b>75428.00</b>	<b>93172.00</b>
gastos financieros	Sl.	0	0	0	0	0	0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>Sl.</b>	<b>783.00</b>	<b>26996.00</b>	<b>39940.00</b>	<b>57684.00</b>	<b>75428.00</b>	<b>93172.00</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA 30%</b>	<b>Sl.</b>	<b>234.90</b>	<b>8098.80</b>	<b>11982.00</b>	<b>17305.20</b>	<b>22628.40</b>	<b>27951.60</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>Sl.</b>	<b>548.10</b>	<b>18897.20</b>	<b>27958.00</b>	<b>40378.80</b>	<b>52799.60</b>	<b>65220.40</b>

.....Flujo de caja

FLUJO DE CAJA DE SWET FIG								
DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	MES	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 0
<b>A. INGRESO</b>								
<b>OPERAC</b>	<b>SI.</b>	<b>15120</b>	<b>181440</b>	<b>215309</b>	<b>249178</b>	<b>283046</b>	<b>316915</b>	
Ingreso por ventas	<b>SI.</b>	15120	181440	215309	249178	283046	316915	
<b>B. EGRESOS</b>								
<b>OPERAC</b>	<b>SI.</b>	<b>14337.00</b>	<b>154444.00</b>	<b>175368.8</b>	<b>191493.60</b>	<b>207618.40</b>	<b>223743.2</b>	
Materia prima e insumo	<b>SI.</b>	4914.00	58968.00	69975.36	80982.72	91990.08	102997.4	
Mano de obra	<b>SI.</b>	4680.00	38560.00	41179.20	43798.40	46417.60	49036.80	
consto indirecto de fabricación	<b>SI.</b>	1837.00	22044.00	22848.80	23653.60	24458.40	25263.20	
Gastos administrativos y de ventas	<b>SI.</b>	2906.00	34872.00	41365.44	43058.88	44752.32	46445.76	
<b>C. FLUJO OPERAC. (A-B)</b>	<b>SI.</b>	<b>783.00</b>	<b>26996.00</b>	<b>39940.00</b>	<b>57684.00</b>	<b>75428.00</b>	<b>93172.00</b>	<b>11431.0</b>
<b>D. INGRESO NO OPERAC.</b>	<b>SI.</b>	<b>167</b>	<b>2004</b>	<b>2004</b>	<b>2004</b>	<b>2004</b>	<b>2004</b>	
Créditos a contactarse a corto								



plazo								
Créditos a contactarse a largo plazo								
Futuras capacitaciones								
Aportes de capital	<b>SI.</b>							11431.0 0
Depreciación	<b>SI.</b>	167	2004	2004	2004	2004	2004	
Amortización								
Saldo remanente								
<b>E. EGRESOS NO OPERAC.</b>	<b>SI.</b>	<b>234.90</b>	<b>8098.80</b>	<b>11982.00</b>	<b>17305.20</b>	<b>22628.40</b>	<b>27951.60</b>	<b>24900</b>
Pago de interés								
Pago de crédito a corto plazo								
Pago de crédito a largo plazo								
Pago de impuestos	<b>SI.</b>	234.90	8098.80	11982.00	17305.20	22628.40	27951.60	
<b>Adquisición de activos fijos</b>	<b>SI.</b>							<b>24900</b>
Terrenos								
Edificios	<b>SI.</b>							16000
Maquinaria y equipo	<b>SI.</b>							4790

Muebles y enseres	S/.							4110
Cargos diferidos								
Capital de trabajo								
<b>F. FLUJO NO OPERAC. (D-E)</b>	<b>S/.</b>	-67.90	-6094.80	-9978.00	-15301.20	-20624.40	-25947.60	
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)</b>	<b>S/.</b>	715.10	20901.20	29962.00	42382.80	54803.60	67224.40	
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>S/.</b>			-13469.00	16493.00	58875.80	113679.4	
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>S/.</b>	715.10	20901.20	16493.00	58875.80	113679.40	180903.8	-13469.0

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA BALANCE GENERAL DE SWEET FIG							
DESCRIPCION	U.MEDIDA	AÑO 0	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
	S/.	-13469.00	10726.00	37084.20	79192.81	133549.60	200619.00
<b><u>Disponible</u></b>	<b>S/.</b>						
Caja-Bancos	S/.	-13469.00	10726.00	37084.20	79192.81	133549.60	200619.00
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>S/.</b>	24900	19602.2	21202	19472.19	17915	16066
<b><u>No depreciable</u></b>							
<b><u>Depreciable</u></b>							
Edificios	S/.	16000	15520	15040	14560	14080	13600
Máquinas y Equipos	S/.	4790	383.2	2874	1916	958	0
Muebles y enseres	S/.	4110	3699	3288	2996.19	2877	2466

<b>OTROS ACTIVOS</b>							
<b><u>Diferidos</u></b>							
Gastos de instalación	<b>S/.</b>	0	0	0	0	0	0
Gastos de constitución	<b>S/.</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/.</b>	11431.00	31678.00	60283.20	101549.20	155236.00	221343.60
<b>PASIVO</b>							
<b><u>A corto plazo</u></b>							
5% participación de trabajadores	<b>S/.</b>	0	1349.80	1997.00	2884.20	3771.40	4658.60
<b><u>A largo Plazo</u></b>							
Documentos por pagar	<b>S/.</b>	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>S/.</b>	<b>0</b>	<b>1349.80</b>	<b>1997.00</b>	<b>2884.20</b>	<b>3771.40</b>	<b>4658.60</b>
<b>PATRIMONIO</b>							
Capital social	<b>S/.</b>	11431.00	11431.00	11431.00	11431.00	11431.00	11431.00
Utilidad acumulada	<b>S/.</b>			18897.20	46855.20	87234.00	140033.60
Utilidad del ejercicio	<b>S/.</b>		18897.20	27958.00	40378.80	52799.60	65220.40
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>S/.</b>	11431.00	30328.20	58286.20	98665.00	151464.60	216685.00
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIM.</b>	<b>S/.</b>	11431.00	31678.00	60283.20	101549.20	155236.00	221343.60

## Razones financieras

DESCRIPCION	FORMULA	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
CAPITAL DE TRABAJO	Activo corriente	10726.00	37084.20	79192.81	133549.60
	- pasivo	1349.80	1997.00	2884.20	3771.40
	corriente	9376.20	35087.20	76308.61	129778.20
total					
DESCRIPCION	FORMULA	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
LIQUIDEZ CORRIENTE	activo corriente/ Pasivo Corriente	10726.00	37084.20	79192.81	133549.60
		1349.80	1997.00	2884.20	3771.40
	total	7.95	18.57	27.46	35.41
DESCRIPCION	FORMULA	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
MARGEN DE UTILIDAD	utilidad netas/ Ventas netas	18897.20	27958.00	40378.80	52799.60
		61868.00	81305.44	100742.88	120180.32
	total	31%	34%	40%	44%

## EVALUACION FINANCIERA

VAN		TIR	
VAN 1	S/. 180,628.34	TIR	<u>S/. 1,151,272.19</u>
VAN 2	S/. 152,180.55		S/.28,447.78
		TOTAL TIR	40.47