



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**TRABAJO SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**“EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA DE LA PROPUESTA DE  
EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA BELLA TERRA AREQUIPA - 2019”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. IRIS MAGALI ABAD SAAVEDRA**

**ASESOR:**

**Msc. YURI REINA MARIN**

**JAEN, ENERO 2019**

## **DEDICATORIA**

A mi Dios misericordioso, por ser mi guía, darme la sabiduría en la elaboración de mi trabajo de investigación, por mostrarme la senda de mi vida, y por estar siempre presente en todos los días de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi Dios por su inmensa misericordia, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad uno de mis sueños anhelados.

Con eterna gratitud a mi esposo, padres, por su confianza y apoyo incondicional que han hecho posible el de mi realización profesional.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se elaborará con la finalidad de evaluar financiera y económicamente la propuesta de exportación de aceituna de la empresa Bellaterra al mercado Estadounidense. El precio nutricional de la aceituna reside en su aportación de grasa, en este caso primordialmente ácido oleico (omega 9) que apoya a disminuir los niveles de colesterol de la sangre y es una exquisita fuente de energía, cada gramo de grasa da 9 calorías a nuestro organismo. favorece la absorción de mineralización y del calcio, induce el crecimiento, disminuye la acidez gástrica, incrementa el funcionamiento del páncreas y estómago, efectivo en el tratamiento de cálculos biliares e inflamaciones del hígado o diabetes, posee propiedades diuréticas y ayuda a reducir la presión arterial. En el caso de la aceituna de mesa, las exportaciones, en un buen año, superaron los 47 millones de dólares, como el 2014. Entretanto que en los años de fabricación disminuye (igual que el 2016) llegaron en dólares a 32.5 millones. El importe de las transacciones de aceituna de mesa es 16,470 toneladas, lo que simboliza 21.9 millones de dólares, durante el 2017. En el suceso del aceite de oliva el importe de las transacciones al exterior sumó 820 toneladas lo que simboliza tres millones 285,582 dólares. Sin embargo, la colocación hacia el mercado estadounidense se da necesariamente a las modernas inclinaciones que muestra este país en el sector de alimentación, en el cual predomina una considerable adquisición de productos beneficiosos, prioridad por productos naturales, vegetales y frutas; de tal modo aún productos de sencilla entrada que no requieran una elaboración compleja.

A nivel mundial, Estados Unidos de América (EUA) es la primera economía, el segundo importador y el tercer exportador. Sus principales socios según el nivel de intercambio de bienes, servicios e inversiones, son Canadá, México, China, Unión Europea y Japón.

Según lanzamiento del Fondo Monetario Internacional, el PBI de Estados Unidos, se considera que para el año 2021 será aproximadamente de USD 22 766 mil millones, gracias a la fortaleza de su infraestructura, la depreciación de la energía (petróleo), del alto rendimiento de las zonas y una distribución empresarial beneficioso, que continuaran contribuyendo la variación y el incremento de su economía.

El Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos entró en vigencia el 1ro de febrero de 2009 y sus objetivos principales son seis:

- Respalda la entrada preferente duradero de las exportaciones peruanas a uno de sus primordiales mercados de rumbo.
- Aumentar los flujos de inversión privada, al ceder certeza y confianza jurídica al inversionista.
- Aumentar los envíos, a través de la exclusión de los cambios causados por barreras paraarancelarias, subsidios, cuotas de importación y aranceles.
- Favorecer el crecimiento de economías de escala, un importante grado de especialización económica y una importante eficacia en la cantidad de los elementos productivos.

- Reconfortar las mejores prácticas empresariales en el país, la competitividad y la institucionalidad.
- Aumentar la condición de vida de los habitantes como consecuencia de la unificación comercial.

## RESUMEN

La aceituna es uno de los productos agroalimentarios a nivel mundial con gran flujo comercial. El olivo es una planta muy vieja, su cultivo ha ido aumentando con el pasar de los años, se considera que rebase los 15 millones de hectáreas, distribuidas por diferentes regiones del mundo con cultivos sobresalientes en la cuenca del mediterráneo y en el aledaño oriente, A Perú fue trasladado por los colonizadores donde sin esfuerzo se acogió desde Ica hasta Tacna por el sur. Aún está en incremento la industria en nuestro país y a desigualdad de la mundial la gran fabricación se designa a la preparación de pastas de aceituna, y de esta aceituna rellena y aceitunas de mesa verde y negra. La aceituna posee un mayor elemento nutritivo. Tiene todos los aminoácidos esenciales en una proporción ideal, aunque su capacidad en proteína es diminuta, su nivel de fibra hace que sea muy digestiva. El presente trabajo da a conocer información acerca la evaluación financiera y económica de la proposición de exportación de La empresa Bella Terra al mercado Estado Unidense. La forma de exportación será vender bajo condiciones FOB, La comercialización en EE.UU se hará a través de la Bodega Peruana.com. Será de categoría premium el producto que brindamos, cuyas primordiales características son la case y el gusto. Para lograr a cabo el mencionado proyecto, el capital naciente será de USD 127.000 en dos años que se proyecta recobrar, la Tasa Interna de Retorno considerando el flujo de caja del accionista es de 2.25, el VAN es de 105. 581, 493 el Rendimiento de la Inversión Anual es 453,22% y el Rendimiento Mensual es de 37,77% lo que nos indica que es una adecuado la propuesta de exportación.

## ABSTRACT

At the global level, one of the agri-food products with great commercial dynamism is the olives. The olive tree is a very old plant, its cultivation has increased over the years, it is estimated to exceed 15 million hectares, spread across various regions of the world with predominant crops in the Mediterranean basin and the Near East, Peru was brought by the conquistadores where it was easily adapted was in the south: from Ica to Tacna. In our country, the industry is still growing and, unlike the world one, the great production is destined to the elaboration of black and green table olives, and from this one to stuffed olives and olive pastes. The olive has a high nutritional value. It has all the essential amino acids in an ideal proportion, although its protein content is low, its fiber level makes it very digestive. This paper provides information about the financial and economic evaluation of the Bella Terra company's export proposal to the United States market. The form of export will be sold under FOB conditions, marketing in the US will be done through Bodega Peruana.com. The product we offer will be premium, whose main attributes will be taste and quality. In order to carry out our project, the initial investment will be USD 127,000 that is estimated to be recovered in 2 years, the Internal Rate of Return considering the cash flow of the shareholder is 2.25, the NPV is 105.581,493, the Return on The Annual Investment is 453.22% and the Monthly Performance is 37.77% which indicates that the export proposal is adequate.



# INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
INTRODUCCIÓN .....	iv
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
INDICE DE CONTENIDO .....	ix
INDICE DE TABLAS .....	x
INDICE DE FIGURAS .....	xi
<b>CAPITULO I: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 ANTECEDENTES .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 SUB CAPÍTULO I: EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA .....</b>	<b>15</b>
1.2.1 ANÁLISIS FINANCIERO .....	15
1.2.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	17
1.2.3 CONCEPTO DE INVERSIÓN .....	18
<b>1.3 SUB CAPÍTULO II: EXPORTACIÓN .....</b>	<b>20</b>
1.3.1 EXPORTACIONES .....	20
1.3.2 ACUERDOS COMERCIALES .....	21
1.3.3 PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL EXPORTADOR 2025 (PENX 2025) .....	23
1.3.4 PREFERENCIAS OBTENIDAS EN ACUERDOS COMERCIALES .....	23
1.3.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE EE.UU .....	24
<b>1.4. SUB CAPITULO III: EL PRODUCTO .....</b>	<b>25</b>
1.4.1 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO .....	25
1.4.2 TIPOS DE ACEITUNA DE MESA .....	26
1.4.3 PREPARACIÓN COMERCIAL Y FORMAS DE PRESENTACIÓN DE .....	27
1.4.4. LOS PRODUCTORES .....	29
1.4.5 EL CONSUMIDOR .....	29
<b>CAPITULO II. EMPRESA BELLATERRA .....</b>	<b>31</b>
2.1 LA EMPRESA .....	31
2.2 EXTENSIÓN Y PRODUCCIÓN .....	31

<b>2.3 NUESTROS PRODUCTOS .....</b>	<b>32</b>
<b>2.4. COSECHA Y ESTACIONALIDAD DE LA ACEITUNA .....</b>	<b>34</b>
<b>2.5 FODA DE LA EMPRESA BELLATERRA .....</b>	<b>34</b>
<b>2.6 CADENA PRODUCTIVA DE LA ACEITUNA .....</b>	<b>35</b>
<b>2.7 PROCESO PRODUCTIVO DE LA ACEITUNA .....</b>	<b>36</b>
<b>2.8 MEDIDAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS CON LOS EE.UU .....</b>	<b>42</b>
<b>2.9 ESTRATEGIAS COMERCIALES .....</b>	<b>44</b>
<b>2.10 ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>46</b>
<b>2.11 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION DEL PRODUCTO EN EE.UU .....</b>	<b>47</b>
<b>2.12. INVERSIÓN DE LA EMPRESA BELLA TERRA .....</b>	<b>51</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>56</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>57</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>58</b>

## **INDICE DE TABLAS**

<b>TABLA Nº 1 INVERSIÓN DE LA EMPRESA BELLA TERRA.....</b>	<b>51</b>
<b>TABLA Nº 2 INVERSIÓN INICIAL DE LA EMPRESA BELLA TERRA .....</b>	<b>53</b>
<b>TABLA Nº 3 ESCTRUCTURA DE COSTOS.....</b>	<b>54</b>
<b>TABLA Nº 4 FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA BELLA TERRA.....</b>	<b>54</b>

## INDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1.....	32
FIGURA N° 2.....	33
FIGURA N° 3.....	33
FIGURA N° 4.....	34
FIGURA N° 5.....	36
FIGURA N° 6.....	36
FIGURA N° 7.....	40
FIGURA N° 8.....	41
FIGURA N° 9.....	41

## **CAPITULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 ANTECEDENTES**

C. Choque (2016). Subordinación del envío a la feria de Brasil de aceituna peruana. Conformación al moderno escenario comercial 2025 (tesis de maestría) Universidad de Buenos Aires. Para contestar a las interrogantes de averiguación se ocupó como procedimiento de ambientes para estudios presupuestados, empleando instrumentos metodológicos de tipo cuantitativa, cualitativa y descriptiva. Para el análisis cualitativo se empleó el Diamante de Porter; el análisis estructural con el uso de la Matriz de Impactos Cruzados-Multiplicación estudiada a una Clasificación (MICMAC) y los Sistemas de Matrices de Impactos Cruzados (SMIC) y los aspectos cuantitativos se solucionó por medio de las entrevistas a los primordiales actores del subsistema y datos estadísticos secundarios. Los desenlaces fueron estudiados a partir del estudio realizado y las entrevistas. El trabajo propone una hipótesis general y de acuerdo a las conclusiones se desliga que no existen demostraciones procedentes de este estudio para rehusar la hipótesis general: El ambiente más sostenible de inclusión de la aceituna conservada o preparada del Perú es la variedad de mercados para disminuir la elevada subordinación al mercado de Brasil. El entorno competitivo del subsistema de la aceituna conservada presenta más superioridades comparativas que competitivas; debido a que la mayoría de los productores se hallan atomizados y son los que aprovisionan al mercado interno a una calidad y menor valor. Caso diferente de las empresas agroexportadoras que

exponen ventajas competitivas y se ubican en persistente incremento, brindándose solo a la exportación. De tal modo, la elevada aglomeración de aceituna al mercado de Brasil, hace que este mercado sea el formador de precios. Del estudio de las 16 variables, bajo la aplicación del análisis del método MICMAC, se determinaron que las tres variables más resaltantes por ser altamente autoritarias para el ingreso de las exportaciones de aceituna peruana son: los costos de exportación, las medidas no arancelarias, y el valor final en el país de colocación. Dado que cualquier cambio sobre estas variantes relevantes perjudicara simultáneamente sobre las otras variables. Así mismo, con una posibilidad que la variante inversión en el negocio se cambie en una posterior variante clave a mediano plazo. Además, se descubrió que el subsistema de aceituna conservada de Perú no desarrolló la habilidad en liderazgo en costos, dado que sus contrincantes incorporan a los mercados internacionales a costos mínimos. En cuanto a las medidas no arancelarias solo las empresas exportadoras grandes cuentan con las certificaciones indispensable para la exportación. Y respecto a los precios de exportación, los precios son elevados y pueden ser influenciados por el alejamiento de la empresa al puerto, del puerto de embarque al puerto de colocación, del medio de transporte y el tipo de seguro.

Esbensen, A., Gayoso, M., Nader, A., Traut, M. & Vanzo, E. (2014). Proyecto de envío a Nueva York de Pasta de Aceituna Verdes Kosher (tesis de pregrado) Universidad Argentina de la Empresa. En el año 2009 inicio sus actividades la empresa OLIGREEN SRL., ofreciéndose en el mercado

argentino a la realización de negocio de artículos gourmets. Se determinó en el 2014 extender el mercado, agregando en el mercado internacional una moderna línea de productos con la certificación Kosher. En la ciudad de Nueva York va a ser lanzado nuestro producto. Citada feria ayudara como abertura de ingreso a los Estados Unidos y si el producto cubre las expectativas esperadas, difundiremos cantidad del producto como la marca a considerables metrópolis de mencionado país. Cuyos autores llegan a las siguientes conclusiones:

Después de lo averiguado en el proyecto de envío, en la ciudad de Nueva York hemos reconocido que el mercado de productos Kosher, se encuentra en perseverante crecimiento. Uno de los identificados y primordiales productores de aceitunas es Argentina en el mundo, por lo que deduce de gran interés para nuestra empresa utilizar dicha pertinencia de extender un producto. Posee propiedades de elevado valor adherido nuestra pasta de aceitunas verdes que destaca el gusto de calidad y sus componentes, obedeciendo con todos los referentes requisitos, para ser parte de alimentos Kosher en el mercado neoyorquino. Oligreen es una empresa pudiente que goza un proyecto financiero conforme a la talla de las eventualidades, en todo con habilidades comerciales principalmente proyectadas para encaminar parte del proyecto de envío de la especial forma factible; encaminándonos en puntos estratégicos a continuación:

- Producto: Pasta de Aceitunas Verdes Kosher. Maniobra de diferencia por mercado de procedencia, marca, gusto y calidad.

- Distribución: Se empleará un conducto amplio, con negociadores, elaborando una repartición selectiva en la ciudad de Nueva York a las tiendas Kosher y tiendas tradicionales.
- Promoción: Se elaborará las labores de impulso en el mercado de colocación en forma conjunta con los repartidores formando fuerza en los despachos señalados.
- Precio: habilidad de descreme.

Espino, C. (2017). Exportación de Aceituna Botija en Conserva al Mercado Alemán en el Periodo 2011 – 2016 (tesis de pregrado) Universidad César Vallejo. Esta averiguación goza como justo decidir las conveniencias de envío al mercado alemán en conserva de aceituna botija en el lapso 2011 – 2016, lo igual que corresponde a la sub partida Nandina - 2001901000, formaliza con los parámetros y reglamentos internacionales que avala y exhorta la condiciones que solicita la aceituna botija. El boceto empleado en esta búsqueda es ex post facto (no práctico), ya que no hubo utilización de los antecedentes, así mismo, fue inevitable la selección de antecedentes ya verdaderos en las numerosas orígenes privadas y públicas, los cuales fueron estructurados en una serie sobre envío al mercado alemán en conserva de aceituna botija. Cuya autora llega a las siguientes conclusiones: De concierto con los rendimientos alcanzados en la averiguación ha quedado comprobado que hay una inclinación verdadera en el desarrollo de la capacidad de los envíos al mercado alemán en conserva de aceituna en el lapso 2011 – 2016 es una proporción desde el 2% al 72%, descontando que la variante es un

elemento de envergadura para la distribución en conserva de las aceitunas botijas, siendo uno de los primordiales productores nuestro país. De acuerdo con el desenlace logrado en la averiguación ha quedado comprobado que hay una inclinación verdadera en el desarrollo del importe de los envíos al mercado alemán en conserva de aceituna en los plazos 2011-2016 con crecimientos que acuden desde el 1%, 2% y 41%. Por parte de los clientes que se influyen por comprar productos sin gluten y beneficiosos. Por último, se deduce, de concierto con los rendimientos conseguidos en la indagación ha quedado comprobado que hay una inclinación verdadera en el desarrollo de los envíos al mercado alemán en conserva de aceituna en los plazos 2011-2016 conforme los desenlaces 1, 2 y 3 seguidamente que revelan una inclinación sostenible y verdadera en los envíos en conserva de aceituna.

Andrade, D. (2013). Impacto de la Exportación de Aceitunas y sus Derivados en el sector Exportador Agropecuario del Perú: 2000-2011. Universidad Nacional de Trujillo. Se planteó cuantificar la capacidad en esta investigación, importe y cantidad de envío de los productos en referencia; del mismo modo, examinar en términos económicos la trascendencia de este trabajo mientras el plazo determinado. Se propuso reconocer los mercados de colocación de los productos materia de indagación. Se empleo un boceto no descriptivo/longitudinal/experimental. Se finaliza que los envíos de aceitunas y derivados, en Perú en la zona agropecuario no impresionan representativamente, toda vez que las propiedades que le ceden índole al fruto, en dicho mercado avale la competitividad. Conseguimos confirmar que



las dispersas áreas duras de la región costera del Perú, congrega las restricciones de suelo y clima, permaneciendo a la expectativa del crecimiento de proyectos que abastezcan el recurso hídrico indispensable como los proyectos especiales por el sur Majes Siguan y en el norte Tinajones, Olmos y Chavimochic.

## **1.2 SUB CAPÍTULO I: EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA**

### **1.2.1 ANÁLISIS FINANCIERO**

El propósito del análisis financiero están orientados a examinar las inclinaciones de las variantes financieras implicadas en los procedimientos de la empresa; determinar su disposición financiera y económica para decidir el nivel de desempeño de las metas establecidos con anterioridad; comprobar la relación de la información contable con la existencia de la empresa; reconocer los dilemas reales, adaptar los correctivos convenientes y poner a la gerencia hacia un proyecto financiero efectiva y eficiente. Pues, los propósitos del análisis financiero se argumentan en el cálculo del nivel de rentabilidad, liquidez y solvencia, en general, la situación financiera real de la empresa; por ello, el desempeño íntegro de estos propósitos está sujeto a la condición de la información financiera y contable empleada para su manejo. Para el crecimiento del análisis financiero se solicita del cálculo de ratios financieros o indicadores, que autorizan realizar un dictamen de la situación financiera y económica del negocio.

A opinión de Van Horne (2003), se emplea un índice o razón que vincula entre sí los componentes de información financiera revelados en los estados

financieros y de esta forma, se obtiene calcular el desempeño y la condición financiera de la empresa.

Rubio (2007), enfoca el análisis financiero como un procedimiento que consta en la utilización de un grupo de herramientas y técnicas analíticas a los estados financieros, para producir una serie de relaciones y medidas que son útiles y significativas para la toma de decisiones; debido a, la información anotada en los estados financieros por sí sola no resulta competente para elaborar un proyecto financiero adecuado o analizar e interpretar los resultados conseguidos para comprender la situación financiera de la empresa.

Es una herramienta utilizable para la administración, el análisis financiero que vale para pronosticar el resultado que logran realizar algunas determinaciones estratégicas en el cumplimiento próximo del negocio; determinaciones como la exportación de una oficina, en las políticas de cobro o de inventario, cambios en las políticas de crédito, así como también un crecimiento de la empresa a otras zonas geográficas (2006, Brigham y Houston).

Hernández (2005), concreta el análisis financiero como un método de valoración de la conducta operativa de una empresa, que permite el dictamen de la realidad real y el pronóstico de cualquier circunstancia posterior; a su vez está situado hacia la adquisición de propósitos establecidos con anterioridad. Este estudio se cimienta en la explicación de los incidentes financieros sucedidos en el crecimiento del trabajo empresarial, para lo cual

emplea métodos que una vez trabajadas conducen a una toma de decisiones apropiadas; integrado a que colabora a investigar la inversión y amplitud de endeudamiento de la empresa, tomando como punto de comienzo la información contribuida por los estados financieros.

### **1.2.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA**

Según Baca (2016) el importe real neto es uno de los principios económicos más generosamente empleado en la estimación de plan de inversión, que radica en disponer la igualdad en el plazo cero de los flujos de efectivo que produce un propósito y equiparar esa igualdad con la liquidación básica. Para su deducción es necesario contar con una tasa de descuento o bien, con un factor de modernización al cual se le disminuya el importe del dinero en su posterioridad a su semejante en la actualidad. Y una vez concretado la tasa de deducción, los flujos resultantes que se traen al plazo cero (presente) se denominan flujos descontados. Así mismo, “el valor actual neto es precisamente el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, lo que significa comparar todas las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producir esas ganancias en el tiempo cero (presente)”.

Desde el punto de vista económico, para determinar un plan de financiación el principio de determinación del VAN es que debe de ser igual o mayor que cero; es decir, que dada una tasa de modernización o de deducción, el valor actual de los beneficios supera, o es igual al valor actual de los costos. El

VAN, simboliza el beneficio añadido modernizado que produce el propósito por sobre de la tasa de rebaja (Rebollary Jaramillo, 2012; Baca, 2010).

### **1.2.3 CONCEPTO DE INVERSIÓN**

Según Massé (2003), en el hecho de invertir posee espacio el cambio de una regocijo continuo y evidente, a la que se abandona, a cambio de la confianza que se alcanza y cuyo sostén está en el bien invertido. Por tanto, en toda inversión se elabora una liquidación de dinero del que se espera recibir una proporción mejor en lo posterior.

**Desde una expectativa económica alcanzamos descubrir dos puntos de vista:**

**a) Un punto de vista riguroso**, según el cual el bien en el que se representa la financiación debe concernir al grupo que conforma el activo fijo y tener una utilización determinada en el desarrollo productivo de la empresa y un vínculo a la misma mientras una etapa a largo o medio plazo.

Así, la inversión es estimada como una liquidación de recursos financieros para conseguir bienes específicos duraderos o herramientas de fabricación como los bienes de equipo, y que la empresa empleara mientras diversos años para realizar su objeto social.

**b) Desde un punto de vista extenso**, se comprende por inversión cualquier desembolso realizado por la empresa para la obtención de componentes del activo circulante o del activo fijo. De este modo, la inversión en sentido extenso corresponde a cualquier empleo dado a los medios financieros y

abarca tanto la retribución de gastos y deudas y la obtención de iniciales materias como la adquisición de bienes de instalaciones y de equipo. Por otra parte, dado el carácter repetitivo que suele tener la inversión en circulante, se puede conjeturar que sostiene inmovilizados una cantidad de recursos mientras un plazo de periodo semejante a la inversión en activo fijo.

Nosotros vamos a estimar la inversión en su sentido extenso, como la inversión en circulante como teniendo en cuenta tanto la inversión en elementos de activo fijo, ya que como hemos mencionado es suplementario de la anterior. proyecto de inversión llamaremos a este conjunto.

### **Carácter importante de las inversiones:**

La envergadura de esta determinación se procede del carácter estratégico de la misma, ya que restringe a la empresa en el periodo largo, deduciendo por tanto más arduo de enmendar e involucra de hecho el futuro de la empresa.

Hay dos razones por las que las inversiones poseen este carácter estratégico:

**1.-** Son marcadamente inalterables desde el punto de vista económico; una vez arremetida una inversión, su liquidación suele ser arduo y peculiar se obtiene sin incidir en elevados costes. Aun así, a veces es ventajoso emanar a dicha liquidación, es decir, desinvertir.

**2.-** Solicitan sumas muy considerables de recursos de los que establece la empresa. La envergadura de arremeter las inversiones convenientes es concluyente.

## **1.3 SUB CAPÍTULO II: EXPORTACIÓN**

### **1.3.1 EXPORTACIONES**

Los envíos es el medio más habitual del que se valen las compañías para empezar sus movimientos internacionales. Es decir que las empresas que se incluyen a los envíos lo hacen sobre todo para multiplicar sus entradas de ventas, para obtener economías de progresión en la elaboración y para que pueda variar sus orígenes de ventas (Radebaugh y Daniels, p.714).

Los envíos se definen como la venta de productos producidos en un país para residentes de otro (Hill, 2007), de tal manera que se vislumbra frente a los empresarios como la promesa de incrementar las oportunidades de mejorar sus ingresos al encontrar mercados extranjeros y la posibilidad de participar en más industrias.

Las exportaciones son la negociación, cambio o canje de bienes y servicios de los habitantes de un país a no habitantes; es un traspaso de propiedad entre ciudadanos de diferentes países (INEGI, 2011). El comerciante (habitante) es llamado “vendedor” y el adquiriente (no habitante) “comprador”. La deducción de las exportaciones se contabiliza a través de la reventa de bienes producidos en el país habitante más la venta de bienes que conformaron parte de algún desarrollo productivo realizado por habitantes, así como los trabajos de transporte y seguros que realizan los habitantes dentro de los intercambios de importación (INEGI, 2011).

Los resultados de un país los envíos forman parte, por tanto, colaboran al incremento del mismo, evidenciando en una superior entrada para ciertas zonas de las habitantes, los cuales propenden a desarrollar sus niveles de adquisiciones y al no derroche doméstico y de tal modo, incentivan la fabricación y la ocupación en tareas específicas asociadas no solamente al área de exportador, sino a zonas fabricantes de bienes para el consumo interno.

Otro impedimento está dado por los costos de envío, donde se localizan el costo de almacenamiento, seguro y transporte. Existen costos de envío directos (envío de muestras, transporte internacional, transporte internacional, transporte interno hasta el puerto, seguro, embalaje, envases, marcas, rótulos y gastos de etiqueta) y costos de envío indirectos (puerto, gastos de despacho, gastos bancarios, gastos del despachante de aduana, etc.) (Comercio Exterior y Dirección de Industrias Creativas 2015). El flete incorpora los gastos de manipuleo para el medio de transporte, y son los de elevado precio. En tal sentido, los costos de envío son complejos de medir con precisión, porque son influenciados por varios factores, puede ser por el desembarque, distancia entre los puertos de embarque, valor, embalaje, fragilidad, volumen y peso (De la puente, 2011).

### **1.3.2 ACUERDOS COMERCIALES**

En un entorno de progresiva globalización económica, el grupo exportador posee un rol primordial como motor de la progresión, creador de empleo e impulsor del incremento de las naciones. Como parte de esta evolución, las

negociaciones comerciales son herramientas que proporcionan renovar la entrada a los mercados de nuestros primordiales socios comerciales e implantar reglas e instrucciones claras y duraderos que normen el comercio exterior y que accedan conceder confianza a los ejecutantes para sostener y multiplicar de manera permanente sus diferentes operaciones. En virtud a un régimen decidido y claro de iniciación comercial, actualmente el Perú cuenta con una extensa red de convenios comerciales los mismos que producen oportunidades para el desarrollo de nuestra oferta exportable y del sector empresarial y nos ubican a nivel de la región como un país que se ha alarmado no solo de proponer sus productos al mercado internacional, sino también de presentar oportunidades en nuestro mercado interno, proporcionando cooperar a disminuir importes para nuestros consumidores y para nuestra producción doméstica, pues al introducir bienes de capital e insumos en renovadas limitaciones de precios, servicios y calidad, se induce la competitividad y el cambio tecnológico. Gracias a los convenios, el Perú es tentador no solo para desarrollar adquisiciones en campos como la energía, minería y sus derivados como la petroquímica, sino también en planes del sector construcción, logística, banca, confecciones y alimentos. Actualmente los convenios comerciales ya ocasionan beneficios directos impulsando el desarrollo de nuestros envíos como motor de progresión, modernizando la calidad de vida de todos los peruanos por medio de un impacto positivo en el número y facilitando los flujos de inversión y la calidad del empleo, tanto extranjera como nacional, incorporando el Perú al mundo.



### **1.3.3 PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL EXPORTADOR 2025 (PENX 2025)**

El Plan Estratégico Nacional Exportador 2025 (PENX 2025) posee como propósito primordial para los negocios peruanos internacionalizarlos, es decir, la empresa es el sujeto crítico de este plan. Son las empresas, las cuales en concluir apelación realizan trabajo, fabrican y venden. Las empresas peruanas en una economía global, encaran varias contiendas para fortalecer su asistencia internacional, contienda que no solo poseen vínculo con las limitaciones de mercados externos, sino también con factores internos. Son este último sobre los cuales el PENX 2025 focaliza su impulso por medio de un marco de regulatorio y políticas públicas y, el cual accederá a las empresas locales su internacionalización de forma evolutiva. Del mismo modo, el PENX 2025 considera que el Perú debe demostrar sus habilidades de competitividad y productividad en la superioridad relativa existente, políticas públicas en crecimiento y planes, y una relación con los actores privados y públicos transportando al refuerzo y fortalecimiento de las ventajas sugeridas.

### **1.3.4 PREFERENCIAS OBTENIDAS EN ACUERDOS COMERCIALES**

Recala en validez el 1 de febrero de 2009 el Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos. Este convenio se desemeja por ser el marco comercial perdurable más primordial para el Perú, que ha simbolizado un progresivo volumen de inversiones y un excelente flujo comercial. En 6 años de validez, el TLC ha logrado cuantiosas ganancias y adelantos considerables. En el 2014, cercano a 1 500 empresas alcanzaron

precisar ventas hacia Estados Unidos por montos superiores a US\$ 50 mil, con un total enviado de US\$ 6 072 millones. De estas el 77% compete a medianas y pequeñas empresas. Sumando a ello, el grupo no habitual fue el que más ganancias recibió, al poseer ventas que se aumentaron en 82% en total iniciando el 2009. La propuesta peruana textil, pesque y agrícola, fue directamente favorable, pues casi en su conjunto, se condonaron las partidas arancelarias de modo instantáneo con la validez del convenio.

### **1.3.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE EE.UU**

Estados Unidos es el país con la principal economía del mundo. En lo que relaciona al PIB, en el año 2016 su tasa logro un incremento de 1,6% relativo al año 2015. Del mismo modo, cabe destacar que resulto una deuda en la balanza comercial ya que a pesar de haberse realizado un aumento de 2.7 % en las transacciones que este país produce fueron mucho menor que las adquisiciones que se ejecutan. Actualmente Estados Unidos, es el país con superior cantidad de adquisiciones a nivel mundial y adquirió el mes de diciembre pasado del 2016 un total de 235.000 millones de dólares en adquisiciones frente a 190.700 millones de dólares adquiridos por las ventas producidas. De acuerdo a lo minuciosas líneas previas y en base a datos históricos se puede finalizar que Estado Unidos es un país que muestra ser seductivo para la ejecución de varias ventas, exigido a ser el importador mundial primordial.

## **1.4. SUB CAPITULO III: EL PRODUCTO**

### **1.4.1 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO**

Nombre Común: Aceituna, Olivo.

Nombre Científico: Olea europaea L.

Familia: Oleáceas.

Principales Variedades: Liguria, ascola y sevillana.

Periodo Vegetativo: Planta perenne. Elabora a los dos años de implantación.

Reseña del Producto:

Es el fruto del árbol de olivo (Olea europea); color verde de básico y a medida que va creciendo cambia a negro y púrpura, esos colores últimos se deben al volumen de antocianinas (químicos naturales beneficiosos); y las verdes a su contenido de carotenoides y clorofila.

Uso y Propiedades:

La importancia nutricional de la aceituna reside en su aportación de grasa, en este caso especialmente ácido oleico (omega 9) que apoya a disminuir los niveles de colesterol de la sangre y es un magnifico fuente de energía, aporta 9 calorías a nuestro organismo cada gramo de grasa. Facilita a reducir la presión arterial, efectivo en cálculos biliares, posee pertenencias diuréticas, el proceso de inflamaciones y diabetes del hígado, perfecciona el movimiento del páncreas y estómago, beneficia la impregnación de la mineralización y el calcio, impulsa el desarrollo y disminuye la acidez gástrica.

#### 1.4.2 TIPOS DE ACEITUNA DE MESA

El Consejo Oleícola Internacional (COI) clasifica a las aceitunas de mesa en los siguientes tipos: verdes, color cambiante, tipos negras y ennegrecidas.

- **Verdes:** son las aceitunas de frutos reunidos mientras el ciclo de perfección, anteriormente del envero y cuando han logrado una dimensión normal. Estas aceitunas serán resistentes, sanas y firmes, a una delicada compresión entre los dedos y no conservarán otras manchas diferente de las de su pigmentación natural. La tonalidad del fruto podrá alterar del verde al amarillo paja.
- **De color variable:** conseguidas de frutos con color castaño, rosa vinoso, o rosado, conseguidas anterior de su repleta maduración, dominados o no a procedimiento alcalinos y listas para su obtención.
- **Negras:** conseguidas de frutos recaudados en plena maduración o poco antes de ella, logrando mostrar, según el sector de elaboración y época de la cosecha, castaño oscuro, negro verdoso, violeta oscuro, negro violáceo o un color negro rojizo.
- **Ennegrecidas por oxidación:** son las conseguidas de frutos que no hallarse completamente formado han sido oscurecidos mediante oxidación y han olvidado el acíbar mediante proceso con lejía alcalina, debiendo ser envasadas en salmuera y conservadas mediante esterilización con calor.

### **1.4.3 PREPARACIÓN COMERCIAL Y FORMAS DE PRESENTACIÓN DE LA ACEITUNA**

- De acuerdo a la maduración y a los métodos.
  - Aceitunas verdes en salmuera (aderezadas o sin aderezar).
  - Otros tipos comerciales (aceitunas partidas, seccionadas aderezadas, seccionadas sin aderezar, aderezadas ennegrecidas por oxidación y especiales).
  - Aceitunas negras en sal seca (aderezadas, sin aderezar o arrugadas naturalmente).
  - Aceitunas negras en salmuera (arrugadas naturalmente, aderezadas o sin aderezar).
  - Aceitunas de color pintonas o cambiante en salmuera (aderezadas o sin aderezar).
- De acuerdo a la presentación
  - Enteras: aceitunas que mantienen su forma original y a las que no se ha extraído el hueso.
  - Picadas: aceitunas deshuesadas que se han cortado en piezas diminutas o porciones de apariencia y volumen indeterminados.
  - Mitades: cortadas en dos partes aproximadamente iguales, siguiendo el eje principal del fruto o perpendicularmente a él, aceitunas deshuesadas, rellenas o no.

- Lonjas o rodajas: rellenas o no cortadas en segmentos paralelos de espesor relativamente uniforme, aceitunas deshuesadas.
- En cuartos: cortadas en cuatro partes aproximadamente iguales, perpendicularmente a éste y siguiendo el eje mayor del fruto, aceitunas deshuesadas.
- Rellenas: anchoas, apios, almendras, rellenas con productos como pimientos, cebollas, aceitunas deshuesadas, etc.
- Deshuesadas: aceitunas que mantienen prácticamente su forma original y a las cuales se ha extraído el hueso y quitado el pedúnculo.
- Rotas: aceitunas que se han roto durante el deshuesado o el Rellenado.



#### **1.4.4. LOS PRODUCTORES**

Dentro de ellos podemos mencionar:

**Agricultor Habitual.** - Gran parte de la fabricación es distribuida primordialmente al mercado nacional, comercializan considerablemente sin procesar, su producto no es de primera clase, pues carece de elección de dimensión, muestra por color, posee un hueso muy grande por el empleo de algunas diversidades aceiteras y muestra manchas en los frutos, tienen una inestabilidad en el transporte técnico del cultivo, en lo relacionado a la ejecución de podas, riegos, deshierbes y fertilización, deshierbes.

**Agricultor Vendedor.-** Elabora aceitunas de alta condición conducida primordialmente al mercado exterior, los primordiales negocios exportadores computan con sus propias plantas de elaboración, y ejecutan todo el desarrollo del proceso, almacenamiento y calibrado, adquieren alta tecnología en el procedimiento de ferti-irrigación y en el control químico y mecanizado de malezas, obtienen ayuda técnica sobre el empleo agronómico del cultivo, poseen alta capacidad gerencial y el desarrollo postcosecha,.

#### **1.4.5 EL CONSUMIDOR**

##### **Características del Consumidor**

De acuerdo a lo difundido por la empresa Packaged Facts en su testimonio "Specialty and Premium Foods and Beverages in the U.S", las primordiales características de un cliente de productor Gourmet son las de a continuación:

- Alta tasación de la calidad ofrecida en cada uno de los productos que consumen, por sobre del precio que éstos puedan poseer.
- Sinergia con los productos naturales, son más predispuestos a valorar los beneficios saludables de los productos que consumen.
- Adultos jóvenes, un 44% de los consumidores de alimentos gourmet poseen edades entre los 18 y 44 años.
- Tener un elevado nivel socioeconómico, existe un fuerte vínculo entre el consumo de alimentos gourmet y el segmento de consumidores con entradas cuantiosas y un superior nivel educativo.

### **Formas de consumo**

En la imagen 3 como se logra ver, la adquisición de aceitunas de mesa (aceituna rellena) en Estados Unidos se da especialmente mediante Foodservice y dos mercados Retail; cabe destacar, que existen ligeras bajadas en la cantidad de consumo anual que especialmente se debe a tres causas:

- Aumento de la divulgación de la dieta mediterránea entre los clientes de Estados Unidos, en la cual no se incorporan aceitunas en la preparación.
- Sustitución de la aceituna de mesa en las diferentes preparaciones de pizza, produciendo de esta manera que se incremente la preferencia hacia otro tipo de ingredientes.



## **CAPITULO II. EMPRESA BELLATERRA**

### **2.1 LA EMPRESA**

Somos una empresa familiar dedicada por más de 30 años al cultivo, procesamiento y comercialización de aceitunas. Nuestras plantaciones están ubicadas en el fundo Santa Fé, distrito de Bella Unión, Caravelí - Arequipa donde la riqueza del suelo acompañado de un clima mediterráneo brinda a nuestras aceitunas un gusto sabroso, gran tamaño y firme consistencia.

La calidad de nuestros productos radica en el buen manejo de nuestros olivos, en el estricto control en la elaboración y en la mejora continua de nuestros procesos, que nos permite ofrecerles productos líderes en el mercado local e internacional.

Nuestra empresa cuida el medio ambiente al no utilizar insecticidas en ninguna etapa del cultivo del olivo. Contamos con las mejores herramientas y laboratorios para el control biológico de plagas. Nuestras plantas son fertilizadas orgánicamente y estamos en vía de ser productores ecológicos en corto plazo.

### **2.2 EXTENSIÓN Y PRODUCCIÓN**

Nuestras plantaciones de olivos adultos tienen una extensión de 48 hectáreas con edades superiores a los 25 años. En octubre del 2006 se han plantado 4000 nuevos olivos llegando a cubrir toda la extensión de nuestras tierras con olivos.

Hemos introducido variedades de olivo requeridas por el mercado como la variedad Manzanilla y la variedad Azcolana siendo estas plantas las primeras

en la zona. Nuestra producción anual es de 500 000 kilos de aceituna, que se distribuyen en aceitunas de mesa y aceitunas para la elaboración de aceite de oliva.

**FIGURA Nº 01**



### **2.3 NUESTROS PRODUCTOS**

#### **Aceitunas de Mesa**

Bellaterra provee aceitunas de mesa con el sabor y textura que solo nuestras tierras pueden dar. Nos orgullece saber que nuestras aceitunas de mesa son del agrado tanto del consumidor nacional como del gusto internacional.

**FIGURA Nº 02**

Obtenidas de frutos recogidos en plena madurez de color negro violáceo tanto en la piel como en la pulpa. Son frutos carnosos y de sabor intenso.

Es una variedad típica de la zona.

**Calibres:**

90/110, 110/130, 130/160, 160/190 unidades por kilo

### FIGURA Nº 03

#### Aceitunas Verdes



Son los frutos recogidos verdes del olivo, tratados con una lejía alcalina y posteriormente en salmuera. Tienen una textura lisa y consistencia firme.

**Calibres:**  
120/160, 160/200, 200/240 unidades por kilo.

Son los frutos recogidos verdes del olivo, tratados con una lejía alcalina y posteriormente en salmuera.

Tienen una textura lisa y consistencia firme.

#### **Calibres:**

120/160, 160/200, 200/240 unidades por kilo.

### FIGURA Nº 04

#### Aceitunas Rellenas



Son aceitunas deshuesadas rellenas con uno de los siguientes ingredientes: pimienta, castañas, rocoto y otros. La calidad del relleno realza el sabor de las aceitunas.

Son aceitunas deshuesadas rellenas con uno de los siguientes ingredientes: pimienta, castañas, rocoto y otros. La calidad del relleno realza el sabor de las aceitunas.

## 2.4. COSECHA Y ESTACIONALIDAD DE LA ACEITUNA

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC

## 2.5 FODA DE LA EMPRESA BELLATERRA

### Fortalezas

- Fruto de alta condición
- Recursos y diminuto importe de mano de obra
- Rentabilidad por hectárea mayores a la media mundial
- Excelente desarrollo de maduración
- Proximidad al puerto de embarque
- Beneficiosas condiciones para el crecimiento del cultivo

### Oportunidades

- Aumento de la adquisición de aceituna a nivel mundial.
- Elevada capacidad de penetración en el mercado canadiense, brasilero y Estado Unidense.
- Carencia de aceituna mediterránea por problemas climáticos

### Debilidades

- Bajo nivel de inversión en investigación y mejora tecnológica
- Falta estandarización de los productos a ser exportados
- Escasez de impulso en el extranjero de las aceitunas peruanas.
- Ausencia de un adecuado código de buenas prácticas agrícolas

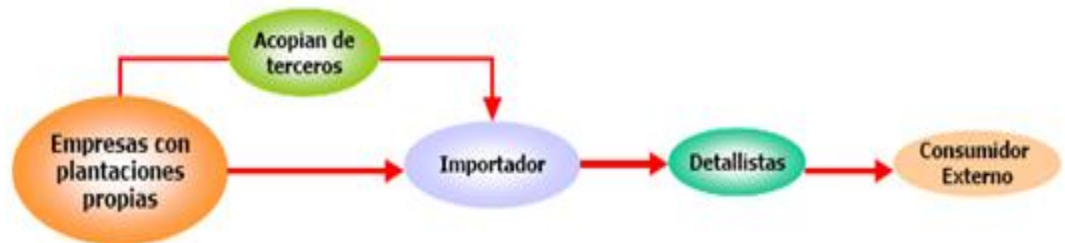
- Elevados costos de transporte interno y externo
- Diminuto dominio de convenio frente a los comercializadores

### Amenazas

- Restricción de entrada al mercado internacional por motivos de confianza (bioterrorismo)
- Cancelación de prioridades arancelarias
- Aparición de enfermedades no controlables y plagas
- Considerable introducción de los competidores

## 2.6 CADENA PRODUCTIVA DE LA ACEITUNA

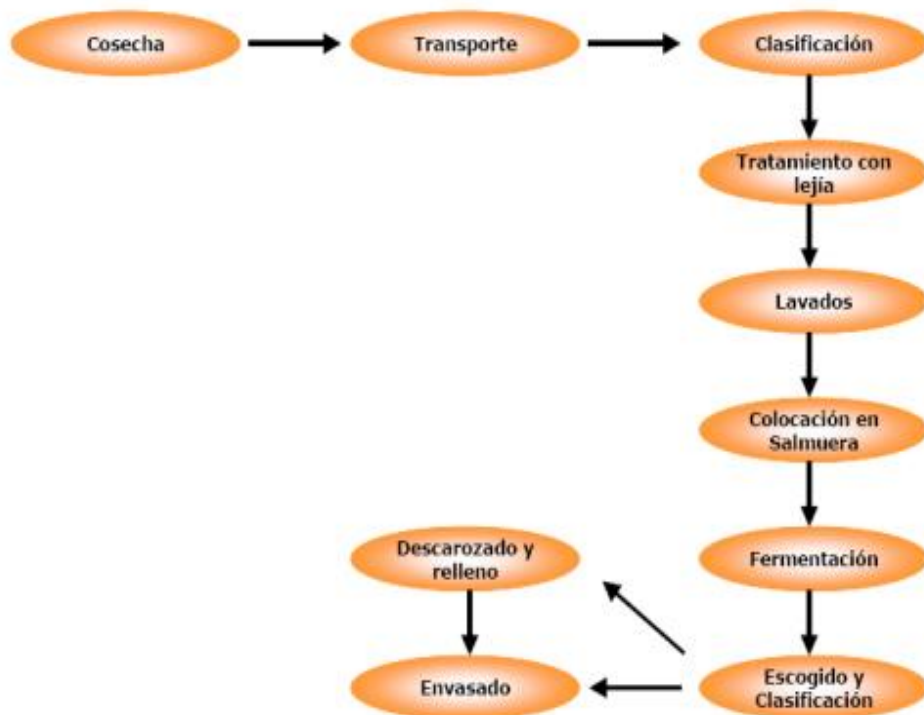
FIGURA Nº 05



## 2.7 PROCESO PRODUCTIVO DE LA ACEITUNA

FIGURA N° 06

Esquema del proceso productivo de la aceituna



Fuente: Elaboración propia

- **Una planta para curar / macerar aceitunas en salmuera.**

Esta planta permitirá convertir las aceitunas recién arrancadas del olivo en aceitunas de mesa.

Para esto se requiere como activos fijos:

1. Terreno, 1 Hectárea o 10,000 m<sup>2</sup>
2. Infraestructura de la planta, para procesar 1,000 TM. de aceituna al año.

3. 1,000 fermentadores 1,000 kg. c/u.
  4. Insumos: Sal, soda cáustica, sorbato de potasio, benzoato
  5. Instrumentos de control: Termómetros, salinómetros o densímetros, PHmetros, agua tratada, balanza, entre otros.
  6. Planta de osmosis inversa, para producir el agua adecuada.
  7. Movilidad, para recoger la aceituna de los olivares y traerlos a la planta para que sean procesados el mismo día de cosecha.
  8. Instrumentos de control, para monitorear desde un Control Panel Control Room, la evolución del macerado de las aceitunas. Estos equipos deberán ser instalados en cada uno de los fermentadores. Temperatura, salinidad, PH, levaduras, dureza de agua de la salmuera, amargor y textura de las aceitunas, otros
  9. Panel de control para monitorear los fermentadores, recibirá las señales enviadas por los equipos de control de los fermentadores.
  10. Máquina seleccionadora o calibradora, para clasificar aceitunas. De ser posible determinar las aceitunas que no están completamente maduras. La idea es seleccionarlas antes para que las verdes o envero no estén juntas a las maduras la vuelve amarga.
- **Una planta para productos intermedios: Aceitunas deshuesadas, en mitades, en rodajas, sajudas, en pasta, rellenas, otras.**

Esta planta permitirá procesar aceitunas deshuesadas, en mitades, en rodajas, sajudas, en pasta, rellenas etc.

Esta planta deberá tener los siguientes equipos:

1. Deshuesadora
2. Cortadora de aceitunas deshuesadas: Rodajas, mitades, cuartos, etc.
3. Sajadora de aceitunas: Para hacer cortes aceitunas con pepa
4. Rellenadora de aceitunas
5. Equipos para macerar rellenos: Rocoto, pimienta, castañas, ají, apio, etc.
6. Instrumentos de control para evaluar la maceración de rellenos.
7. Licuadora industrial para las aceitunas que no se quieran escaldar.

**- Planta de envasado de aceitunas: En vidrio, sachets, en plástico, al vacío, en latas, etc.**

Esta planta tendrá las siguientes líneas de producción:

1. Envasado en vidrio, permitirá envasar aceitunas en frascos de vidrio, para ello necesitamos:
  - a) Máquina dispensadora / envasadora
  - b) Máquina selladora / tapadora
  - c) Equipo para autoclavado
  - d) Máquina etiquetadora
  - e) Máquina embaladora
  - f) Equipo para código de barras: Trazabilidad



- g) Equipos de control, para monitorear los procesos involucrados.
  - h) Tina de preparación de salmuera preparada para envasado
  - i) Tanques de alimentación de salmuera
  - j) Equipos de bombeo
- 2.** Envasado en lata, esta línea permitirá envasar aceitunas en lata, para ello necesitamos:
- a) Máquina dispensadora / envasadora
  - b) Máquina selladora de latas
  - c) Autoclave
  - d) Pasteurización
  - e) Máquina etiquetadora
  - f) Máquina embaladora
  - g) Equipo para código de barras: Trazabilidad
  - h) Equipos de control, para monitorear los procesos involucrados.
  - i) Tina de preparación de salmuera preparada para envasado
  - j) Tanques de alimentación
  - k) Equipos de bombeo
- 3.** Envasado al vacío, esta línea permitirá obtener aceitunas al vacío para disminuir el peso, para ello requerimos:
- a) Máquina dispensadora / envasadora
  - b) Máquina selladora al vacío
  - c) Autoclave y Pasteurización
  - d) Máquina etiquetadora

- e) Máquina embaladora
- f) Equipo para código de barras: Trazabilidad
- g) Equipos de control, para monitorear los procesos involucrados
  - Una almazara: Para producir aceite de oliva virgen, extravirgen, con 2 líneas de producción: Una Artesanal y el otro tipo OLIOMIO.
  - Artesanal: Molino, Batidora, Prensa, Tanques de precipitación de sólidos, filtro de placas, llenadora.
  - Oliomio: Máquina Oliomio 350-500, llenadora con filtro, equipos de control para monitorear los procesos.

**FIGURA N° 07 Lavadora y deshojadora de aceituna**



**FIGURA Nº 08** Deshuesadora rellenadora de aceituna



**FIGURA Nº 09** Máquina empacadora de aceituna



## **2.8 MEDIDAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS CON LOS EE.UU**

Escala Arancelarias: En la compra de mercancías en Estados Unidos, son dos las instituciones que participan directamente. La United States International Trade Commission (USITC), es la empresa que se encarga de la difusión oficial del Arancel Armonizado de los Estados Unidos, conocido como HTSUS. Por su parte la Aduana Estadounidense (U.S. Customs and Border Protection - CBP), es la encargada de dirigir los sistemas arancelarios y de encausar las explicaciones de compra en el país. Cabe indicar que los derechos aduaneros son constituidos por el Congreso y son válidos en todo el estado estadounidense, sin diferencia alguna entre los propios estados de la unión americana. Enviados a Estados Unidos, en el suceso de los principales productos peruanos con valor adherido, todos se favorecen del arancel 0%, lo que brinda al Perú una apreciada situación arrolladora como abastecedora, en particular para el suceso de textil y alimentos.

Escala No Arancelaria: En Estados Unidos la gestión normal aduanero es demasiado severo; así mismo, en el país gracias a lo implementado de los sistemas informáticos, el periodo cociente a ser libre en un día por la Aduana Americana en el que un producto logra arribar. Por eso, es siempre considerable el relacionar en el puerto de entrada con un delegado de aduana, que el embalaje y empaque permanezcan correctos, y que los correspondientes documentos hayan sido concluidos y cedidos a un plazo

oportuno. De manera al modelo de artículo que se apetece incorporar a Estados Unidos, hay certificaciones o licencias diferentes que son difundidas por entidades reguladoras especiales y la aduana: Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA): aceitunas, ciruelas, naranjas, limas paltas y tomates etc. y todo tipo de fruta y vegetal, crisálidas o larvas que no deterioren las cosechas ni los árboles, insectos vivos o sus huevos, aves en general como cisnes, palomas, patos, gansos, gallinas y pollos, etc. (en piezas para consumo o vivos), huevos. En cuanto al etiquetado, embalaje y empaque, los primordiales organismos que se requieran de la supervisión, normalización y control de los mismos son el Instituto Nacional de Estándares (ANSI) y la Administración de Alimentos y Medicamentos Estadounidense (FDA). Junto a ello, para el caso de toda la elaboración que se despacha en los Estados Unidos se deben realizar las regulaciones implantadas por la Comisión de Seguridad de Productos de Consumo, entre las que prepondera que se solicita una certificación de desempeño de un empresario o empresa importadora de Estados Unidos para comercializar los productos sometidos a las normas de seguridad de la Ley de Seguridad de Productos de Consumo. En el caso puntual del etiquetado, las regulaciones que rigen son las emitidas por la FDA, y los primordialmente lineamientos está el que las etiquetas siempre deben estar en inglés, es necesario el indicar el destino de salida, el enunciado de ingredientes y contenido, así como la calificación clara del producto a comercializar. Hay distintas instrucciones en materia de etiquetado para diferente tipo de producto. Los impuestos al consumo en

Estados Unidos son aplicados y determinados en cada estado, por lo que es inestable necesitando de dónde se efectúen el despacho de los productos. En general, están en promedio entre el 5% y el 6% dichos impuestos. Así mismo, son los alimentos para consumo humano los bienes que comúnmente se hallan libre del pago de impuestos, excepto los que son despachados en caliente (excepto artículos de bebidas calientes o panadería), suministros médicos y medicamentos prescritos, algunos aparatos de energía alternativa y útiles genéricos.

## 2.9 ESTRATEGIAS COMERCIALES

### Producto actual en el mercado

Aceitunas de Botija Belmont - Frasco de 20 Onzas

**\$ 4.70**



### Producto que se desea ingresar

Aceitunas Verdes Bellaterra - Frasco de 20 Onzas

**\$ 5.00**



**Producto actual en el mercado**

Aceitunas Negras Secas Incas Food Bolsa de 12 Oz

**\$ 3.20**



**Producto que se desea ingresar**

Aceitunas deshuesadas rellenas de: pimienta, castañas, rocoto y otros de

20 Oz.

**\$ 3.70**



## 2.10 ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO

**Plaza.-**

**País: USA**

**Segmento: Colonia peruana e hispana**

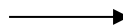


**Nichos Temporales:**

**Primer Objetivo**

-Peruvian Parade Patterson N.J

(28 de jul. De cada año)



**Peruvian Parade Inc. Box 9259**

**Patterson NJ 07509 Tel. 973 277 7041**

-Expo- Comida latina N.Y

(14 / 15 Nov. De cada año)



**[www.expo-comidalatina.com](http://www.expo-comidalatina.com)**



### Nichos Establecidos:

#### Segundo Objetivo

- [www.labodegaperuana.com](http://www.labodegaperuana.com) →

**[www.labodegaperuana.com](http://www.labodegaperuana.com)**

(Empresa dedicada a la actividad de importación de productos peruanos)  
MIAMI, FLORIDA 33186 USA  
PHONE: 305-255-0074  
FAX: 305-255-0074  
CELL: 305-383-7600  
Teléfono gratis desde Lima: 718-0497  
E-MAIL: [sales@labodegaperuana.com](mailto:sales@labodegaperuana.com)  
WEBSITE: [www.labodegaperuana.com](http://www.labodegaperuana.com)

LA BODEGA PERUANA.COM, CORP.  
12625 SW 134 COURT - UNIT 201

- [www.mibodega.com](http://www.mibodega.com) →

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

(Asociación de bodegueros de NY- 7 200 bodegas)

## 2.11 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION DEL PRODUCTO EN EE.UU

- **La empresa.** - La Bodega Peruana.com. fue constituido en mayo del 2005 en la Florida, Miami, como una empresa destinada a la trabajo de Importación de productos peruanos.



➤ **Servicio de entrega**

Nuestra finalidad es brindarle a Ud. que habita en los Estados Unidos, frutos peruanos de muy buena condición a los distintos costos y con un encargo de reparto eficaz por medio del United States Postal Service "Priority Mail" donde reparte a su domicilio en 2 a 3 días. El flete es una tarifa sola de \$9.95 por cada \$30 dólares de consumo. Algunos productos poseen el flete incluido y lo describe en el catálogo.

## Priority Mail Flat Rate Box

Priority Mail Flat Rate  
Box

Dimensions: 11" X 8.5" X 5.5"



Usted puede realizar sus compras y al realizar el "checkout" del carrito de compras podrá observar el valor total de su compra, incorporado el flete (servicio delivery)

## Priority Mail Flat Rate Box

Priority Mail Flat Rate  
Box

Dimensions: 12" X 3.5" X 14"



### ➤ Medios de pago

Puede realizar su pedido vía este sitio Web, o nos puede llamar por teléfono al (305)383-7600 y el Fax: (305)408-8973



Recibimos abonar con las tarjetas VISA, Master Card y American Express por medio del trámite de cobranzas PayPal, de total certeza y seguridad para sus movimientos electrónicos. PayPal es de dominio de E-bay y posee con gran reconocimiento en cuanto a confianza, por ejemplo, nosotros los proveedores, no poseemos entrada al número de tarjeta de crédito de nuestros consumidores. También PayPal admite cheques sobre un banco en USA. Si desea Ud. nos puede remitir un money order a nuestra dirección postal con su pedido o nos puede realizar un depósito bancario en cualquier oficina del Bank of America. En un futuro cercano, estaremos en capacidad de enviar nuestros productos a Países de Australia y la Unión Europea.

Para cualquier consulta o pregunta, por favor no tema en redactarnos a la dirección:

LA BODEGA PERUANA.COM, CORP.

12625 SW 134 COURT - UNIT 201

FLORIDA 33186 MIAMI USA

PHONE: 305-255-0074

FAX: 305-255-0074

CELL: 305-383-7600

Teléfono gratis desde Lima: 718-0497

E-MAIL: sales@labodegaperuana.com

WEBSITE: www.labodegaperuana.com

## 2.12. INVERSIÓN DE LA EMPRESA BELLA TERRA

### TABLA N° 1 INVERSIÓN DE LA EMPRESA BELLA TERRA

Descripción	USD\$
<b>Bodega</b>	
Terrenos para la Planta o Bodega	
Infraestructura de planta	
Fermentadores (500)	50.000
Máquina Seleccionadora	7.000
Phímetros	250
Termómetros	150
Juego de Balanzas	1.500
Máquina Seleccionadora	10.000
Planta de osmosis inversa (agua adecuada)	2.500
Camioneta para mover la aceituna de los fundos a la Planta	15.000
Panel de control de procesos	5.000
Control Room	5.000
<b>Laboratorio</b>	
Equipamiento del laboratorio aceituna	2.500
Equipo aceite. para medir acidez, peróxidos, salinidad, otros	2.500
<b>Planta de productos Intermedios</b>	
Deshuesadora / rellenadora	13.000
Rodajadora	13.000
Equipos para preparar rellenos	5.000
Equipos de control	5.000
Despulpadora	2.500
Marmitas	3.000

Licuada industrial	1.500
<b>Planta de productos finales</b>	
Máquina dispensadora, selladora de sachets	7.000
Máquina etiquetadora	3.500
Máquina impresora de etiquetas	2.500
Máquina embaladora	1.500
Tanques y tinas preparar salmuera y alimentación	5.000
Equipo de bombeo	2.500
Equipo de control de procesos	5.000
Control Room	5.000
Computadoras de control	5.000
Software de control de procesos	2.500
Equipos para pasteurización	5.000
Máquina envasado al vacío	5.000
Máquina selladora de latas	10.000
Máquina selladora de tapas metálicas	2.500
<b>Almazara</b>	
Línea artesanal	10.000
Línea Oliomio	20.000
Llenadora con filtro	5.000
Equipo de control de procesos	5.000
<b>Planta para refinado de aceites lampantes</b>	
Equipos	25.000
<b>Planta de productos cosméticos</b>	
Shampoo, jabón, cremas, capsulas, aceites especiales	35.000
<b>Taller de carpintería para artesanía de madera de olivo</b>	
Equipos	5.000
<b>Planta de envases</b>	
Sopladora de envases plásticos	15.000
Sopladora de envases de vidrio	35.000
<b>Planta de proceso de residuos</b>	

Equipamiento	5.000
<b>Línea de vapor</b>	
Calderos	15.000
<b>Campaña de publicidad</b>	
Marketing y publicidad	15.000

## TABLA Nº 2 INVERSIÓN INICIAL DE LA EMPRESA BELLA TERRA

<b>INVERSION INICIAL</b>
--------------------------

DESCRIPCION	USD\$
Concepción del negocio estudios iniciales	
Asesorías especiales necesarias	7.000,00
Compra de local	30.000,00
Construcción incluye ingeniería de detalle	50.000,00
Transporte e instalación de maquinaria	5.000,00
Herramientas mobiliarios y otros	10.000,00
Gastos legales (permisos, licencias y otros)	10.000,00
Selección y entrenamiento de personal	5.000,00
Otros gastos pre operativos	10.000,00

<b>TOTAL</b>	<b>127.000,00</b>
--------------	-------------------

**TABLA Nº 3 ESTRUCTURA DE COSTOS**

<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>		<b>2,32</b>	
		<b>%</b>	<b>S/.</b>
1.	MATERIA PRIMA	35%	0,812
2.	MATERIALES Y SUMISTROS	5%	0,116
3.	MANO DE OBRA	5%	0,116
4.	DEPRECIACION EQUIPO	5%	0,116
5.	TRANSPORTE	10%	0,232
6.	ETIQUETAS	5%	0,116
7.	EMBALAJE	5%	0,116
8.	GASTOS DISTRIBUCION Y PROMOCION	15%	0,348
9.	GASTOS GENERALES	10%	0,232
10.	OTROS GASTOS	5%	0,116
<b>TOTALES</b>		<b>100%</b>	<b>2,32</b>

**TABLA Nº 4 FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA BELLA TERRA**

	<b>3.32</b>	<b>T/C</b>				
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
<b>A) INGRESOS TOTALES</b>		<b>4.038.720</b>	<b>21.498.240</b>	<b>21.498.240</b>	<b>63.215.200</b>	<b>63.215.200</b>
No. De clientes meta		2.000	7.000	7.000	15.000	15.000
Promedio de unidades vendidas por cliente		864	1.440	1.440	2.016	2.016
Unidades totales vendidas		1.728.000	10.080.000	10.080.000	30.240.000	30.240.000
Precio promedio		2,32	2,13	2,13	2,09	2,09
<b>Ingreso por ventas</b>		<b>4.014.720</b>	<b>21.450.240</b>	<b>21.450.240</b>	<b>63.115.200</b>	<b>63.115.200</b>
<b>Otros ingresos (maquila)</b>		<b>24.000</b>	<b>48.000</b>	<b>48.000</b>	<b>100.000</b>	<b>100.000</b>
<b>B) EGRESOS TOTALES</b>	<b>2.639.450</b>	<b>2.941.279</b>	<b>2.964.586</b>	<b>2.979.048</b>	<b>3.402.042</b>	<b>3.402.042</b>



<b>Costo total unitario</b>		1,70	0,29	0,30	0,11	0,11
<b>Inversión, compra de activos y mantenimiento</b>	1.446.225	144.623	144.623	159.085	159.085	159.085
<b>Costo variable total</b>						
Adquisición de insumos y materias primas	649.000	746.350	746.350	746.350	858.303	858.303
Mano de obra directa	196.350	225.803	225.803	225.803	259.673	259.673
Servicios y compras ligadas a la producción	145.750	167.613	167.613	167.613	192.754	192.754
Otros costos ligados a la producción	1.375	4.125	4.744	4.744	5.455	5.455
Gastos de promoción, distribución y ventas	137.500	137.500	158.125	158.125	181.844	181.844
Otros gastos indirectos	13.750	13.750	15.813	15.813	18.184	18.184
Gastos generales y administración	49.500	1.501.517	1.501.517	1.501.517	1.726.744	1.726.744
<b>C) FLUJO DE CAJA ANTES DE IMPUESTOS</b>						
<b>Flujo de caja acumulado</b>	2.639.450	1.097.441	19.631.095	38.150.287	97.963.445	157.776.603
<b>Flujo de caja</b>	-2.639.450	1.097.441	18.533.654	18.519.192	59.813.158	59.813.158
	1,00	1,10	1,21	1,33	1,46	1,61
	1,00	0,91	0,83	0,75	0,68	0,62
<b>Flujo de caja descontados</b>	<b>-2.639.450</b>	<b>997.673</b>	<b>15.317.070</b>	<b>13.913.743</b>	<b>40.853.192</b>	<b>37.139.265</b>

## CUADRO Nº 5 TIR ,VAN PAYBACK, RENDIMIENTO

TIR con FCA	<b>2,57</b>
TIR con FCD	<b>2,25</b>
VAN	<b>105.581.493</b>
PR - Payback	<b>Año 2</b>
Rendimiento en 5 años	<b>2266,12%</b>
Rendimiento anual	<b>453,22%</b>
Rendimiento mensual	<b>37,77%</b>

## CONCLUSIONES

1. De acuerdo al análisis realizado, se puede contemplar un ambiente propicio en la presencia económica, requerido al aumento tenaz de las transacciones (valor FOB) en el medio no tradicional; de tal modo es primordial destacar el tratado de libre comercio que se posee con los Estados Unidos de Norteamérica, que accede sustentar un Arancel del 0%, lo cual impulsa a los exportadores a brindar su producto con considerable continuidad.
2. Por medio del análisis del microentorno, se puede concretar que el nivel de disputa para la fabricación y venta de aceitunas es medio en base al análisis FODA se adoptará una maniobra de diferenciación basada en el carácter del producto.
3. La inversión inicial que se requiere es de USD \$ 127.000, la cual se considera rescatar en 2 años, la Tasa Interna de Retorno considerando el flujo de caja del accionista es de 2.25, el Valor Actual Neto (VAN) es de 105. 581,493. El Rendimiento de la Inversión Anual es 453,22% y el Rendimiento Mensual es de 37,77% de acuerdo a estos indicadores se puede concluir que la propuesta es viable.

## RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda que más adelante la exportación la hagan de forma directa, logrando de esta manera tener control del proceso de distribución y del manejo de precios.
- ✚ Una vez que la empresa se establezca, sería recomendable ampliar la variedad de los productos que ofrecen, es decir aumentar diferentes tipos de llenado a proponer al mercado, fundamentándonos en los gustos que muestran los usuarios finales.
- ✚ Implementar la venta por catálogo electrónico, requerido a que los usuarios de alimentos gourmet suelen hacer este tipo de adquisiciones. De tal modo, conocemos que cada habitante estadounidense percibe al rededor un promedio de 50 catálogos al año con ofertas de productos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AGROBANCO .2013. *Guía técnica. Comercialización del olivo.* Arequipa - Perú.

ALDAVE y TELLO .2014. *Análisis del mercado californiano de Estados Unidos para viabilizar la exportación de conservas de aceitunas verdes para los productores de Tacna – 2014. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración y negocios internaciones. Facultad de negocios.* Trujillo – Perú.

ARIAS, G. 2013. *“Recomendaciones para la selección y aplicación y aprovechamiento de los nuevos términos de negociación internacional Incoterms 2010, desarrollo de las operaciones logísticas de exportación. Ante proyecto para optar por la especialización en gerencia de logística integral.* Universidad de sabana. Colombia.

ÁVILA. 2014. *Escenario comercial del sector del pisco peruano. Trabajo presentado para optar al título de especialista de la universidad de buenos aires, área de Agronegocios y Alimentos.*

DANIELS y RADEBAUGH .2004. *Negocios internacionales Pearson Educación de México Décima edición, S.A DE C.V, México.*

FERREYROS. 2014. 721 Seminario COMEXPERÚ. *Sociedad de comercio exterior del Perú. Disponible en:* <http://www.comexperu.org.pe/media/files/semanario/semanario%20comexperu%20721.pdf> . Extraído 17/04/2016.

PROMPERÚ. 2013. *Comisión para la Promoción de Exportaciones. Fecha de Consulta: 07 de octubre 2015*

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=67873864-11EE-41FE-9297-F4C5790321C8.PDF>

PROMPERÚ-SIICEX. 2012. *Guía de Mercado Estados Unidos 20120. Fecha de Consulta: 18 de abril 2015*

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/601787573rad741C7.pdf>

PROMPERÚ. 2013. *El Mercado de Estados Unidos. Fecha de Consulta: 15 de abril 2015*

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A0E07CA8-6796-45A3-A36B-B7A633E9F16D.PDF>

MINISTERIO DE AGRICULTURA DE PERÚ. 2013. Cartilla n° 09. *Condiciones agroclimáticas del cultivo del olivo.*

RIERA y VITA .2014. *Visión prospectiva de la cadena de olivo al 2030.*

MINISTERIO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PRODUCTIVA.

BUENOS AIRES. 2014. Sitio Pro Chile. *“Estudio de Mercado de Aceitunas verdes en conserva en Estados Unidos”* (Pagina 21/22)

[http://www.prochile.gob.cl/wpcontent/blogs.dir/1/files\\_mf/documento\\_08\\_03\\_11130243.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wpcontent/blogs.dir/1/files_mf/documento_08_03_11130243.pdf) >. Consultado el día 14 de Octubre del 2014.

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES.2014. *Perfil de Mercado de Alimentos Gourmet en Estados Unidos. Fecha de Consulta: 12 de junio 2015*

[http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios\\_y\\_Perfiles/Alimentos Gourmet/Perfil\\_de\\_Mercado\\_EEUU\\_2011.pdf](http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios_y_Perfiles/Alimentos_Gourmet/Perfil_de_Mercado_EEUU_2011.pdf)

MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN. 2014. *Registro de la micro y pequeña empresa*. Fecha de Consulta: 10 de noviembre 2015

<http://www.crecemype.pe/portal/index.php/micro-y-peuqenaempresa/registro-nacional-de-la-micro-y-pequena-empresa>