



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

**“PROYECTO DE EXPORTACION DE ALCACHOFAS ENVASADO EN
FRASCOS DE VIDRIO DE EL PEDREGAL-AREQUIPA HACIA
ESPAÑA POR VÍA MARÍTIMA”**

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

PRESENTADO POR

Bach. CHIRINOS AYAMAMANI, LIZBETH CAROLINA
<https://orcid.org/0000-0001-9930-2217>

ASESOR

Mg. BENAVIDES MAYAUTE, ALDO LUIGI
<https://orcid.org/0000-0002-0280-1181>

**AREQUIPA – PERÚ
2022**

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo de suficiencia profesional para otorgar mi título como Administradora a mi madre querida Amparo, tu bendición a diario y tus consejos me llevaron por el camino del bien.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por darme a dos mamás
Margarita y Amparo, quienes me dieron
todo y creyeron en mí, gracias por tanto y
por todo las amo.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento de las exportaciones disminuirá en 5% en 2022 después de aumentar en 47.5% en 2021, totalizando US \$ 63.8 millones. Esta cantidad, a pesar de ello, establecerá un nuevo récord.

“Esta desaceleración del crecimiento se explicará por: i) La moderación del crecimiento de los principales socios comerciales por el paulatino retiro de los estímulos económicos; ii) La normalización del ritmo de incremento de los precios de los principales commodities exportados. iii) La crisis logística internacional; iv) El entorno de inestabilidad política y social (conflictos mineros) que frena el normal desarrollo de proyectos de inversión; y v) El efecto de las nuevas olas de contagios que dificultarán el desenvolvimiento del comercio internacional” (Pérez, 2022).

Además, los proyectos se retrasarán de acuerdo con el nivel de escalada de la guerra marítima en curso entre Rusia y Ucrania. La información contenida en el documento adjunto está completa.

Se debe examinar el estado de la producción nacional, sus variantes, como también su descripción en términos del número de empresas, empleados y el método de inversión. Análisis de las dinámicas de consumo que han surgido durante los últimos tres años.

Para determinar el tamaño general del mercado, debemos dividirlo en una porción más pequeña donde la población sea más homogénea, es decir, tenga características comparables y se involucre en los mismos comportamientos. Esto nos permitirá emplear las mismas estrategias de marketing.

RESUMEN

El Trabajo de suficiencia profesional fue elaborado con la intención de conocer los procesos y requisitos necesarios para que los productos elaborados en la Región de Arequipa ingresen con toda la documentación necesaria sin un impedimento, para ello se procedió a cumplir los puntos planteados en el índice del presente trabajo el cual representa un total de 13 capítulos, donde cada uno tiene subcapítulos presentado la información antes que debe cumplir lo antes mencionado.

El primer capítulo se presenta información sobre el producto a exporta, dando la información más importante como el nombre del producto, características organolépticas, informacional nutricional entras como el flujograma de procesos productivos, en el segundo capítulo de aprovisionamiento se presenta la información de los proveedores como los costos de fabricación y adquisición, para luego proceder a presentar el capítulo tres que se visualiza información del almacenamiento incluyendo el Lay-out de almacén, detallando el mobiliario del mismo, en el capítulo cuatro se presentó el rotulado y etiquetado del producto, presentado las normas y procesos del mismo, para luego pasar al capítulo seis en el cual se muestra la información para poder embalar el producto seguido por la unitarización del producto con el fin de poder estibarlo al contenedor de tal forma que se evite espacios vacíos, así aprovechar al máximo el espacio. Luego de ello se procedió a realizar el estudio del transporte, servicios de soporte de comercio internacional como agentes de aduana, aseguradoras, teniendo esta información se presentó la infraestructura el lugar donde se distribuirá el producto junto a un mapeo del mismo identificando los puntos estratégicos para finalmente realizar la matriz de costos de exportación y

terminar por la conclusiones del proyecto el cual se determinó que el proyecto cumple con todas las características para ponerlo en marcha.

INDICE

DEDICATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	iv
RESUMEN	v
INDICE	vii
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE FIGURAS	xiv
CAPÍTULO I	1
PRODUCTO A EXPORTAR.....	1
1.1. Ficha técnica del producto	1
1.1.1. Denominación del producto	3
1.1.2. Nombre comercial	4
1.1.3. Presentación y formatos del producto	4
1.1.4. Zonas de producción del producto	5
1.1.5. Origen del producto historia.....	5
1.1.6. Usos y aplicaciones del producto	7
1.1.7. Lista de ingredientes composición cualitativa y cuantitativa	8
1.1.8. Información nutricional.....	8
1.1.9. Exigencias y tolerancias de calidad	9
1.1.10. Características Organolépticas	9
1.1.11. Etiquetado	10
1.1.12. Transporte almacenamiento y vida útil.....	10

1.1.13. Información adicional como alérgenos o ingredientes o aditivos o aromas modificados genéticamente.....	11
1.2. Clasificación arancelaria del producto.....	12
1.3. Flujo grama de proceso de productivos	13
CAPÍTULO II	16
2. APROVISIONAMIENTO.....	16
2.1. Proveedores potenciales.....	16
2.2. Matriz de selección de proveedores.....	18
2.3. Control de calidad	21
2.3.1. Madurez y calidad	22
2.3.2. Temperatura y atmósfera controlada.....	22
2.3.3. Desórdenes	24
2.4. Costo de fabricación y/o adquisición.....	25
CAPÍTULO III	27
3. ALMACENAMIENTO.....	27
3.1. Estrategia de almacenamiento.....	27
3.2. Lay-out de almacén.....	28
3.3. Detalle de mobiliario usado en almacenamiento.....	30
3.4. Costo fijo de almacén.....	31
CAPÍTULO IV.....	32
4. ROTULADO Y ETIQUETADO TECNICO.....	32
4.1. Modelo de etiquetas / rotulado de producto	32
4.2. Normas técnica aplicable	36
4.3. Proceso de rotulado	39
4.4. Tiempos y costos del proceso de empackado	42

CAPÍTULO V	43
5. EMPAQUE	43
5.1. Ficha técnica de empaque seleccionado	43
5.2. Criterios usados para la selección del empaque.....	45
5.3. Proceso de empaque	47
5.4. Tiempo y costo del proceso de empackado.....	47
CAPÍTULO VI	48
6. EMBALAJE.....	48
6.1. Ficha técnica de embalaje seleccionado.....	48
6.2. Criterios usados para la selección de embalaje	50
6.3. Proceso de embalaje	51
6.4. Tiempos y costos del proceso de embalaje	53
CAPÍTULO VII	54
7. UNITARIZACION	54
7.1. Ficha técnica del contenedor seleccionado	54
7.2. Criterios usados para la selección del contenedor.....	57
7.3. Proceso de contenedorización	59
7.4. Plano de estiba del contenedor.....	60
7.5. Tiempo y costos del proceso de contenedorización.....	61
CAPÍTULO VIII.....	62
8. CONTENEDORIZACION	62
8.1. Ficha técnica de seleccionado	62
8.2. Criterios usados para la selección del pallet	63
8.3. Proceso de contenedorización	65
8.4. Plano de estiba del pallet	67

8.5. Tiempos y costos del proceso de paletizado	68
CAPÍTULO IX	69
9. TRANSPORTE	69
9.1. Proveedores del transporte interno	69
9.2. Costo de transporte interno.....	71
9.3. Proveedores de servicio de transporte internacional	73
9.4. Cotizaciones de flete marítimo y aéreo	74
CAPÍTULO X.....	75
10. SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL.....	75
10.1. Agentes de aduana.....	75
10.2. Costo de agenciamiento	76
10.3. Aseguradoras	77
10.4. Póliza de seguros (cobertura y costo).....	77
10.5. Terminales de almacenamiento.....	78
CAPÍTULO XI.....	79
11. INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCION FISICA EN EL PAIS DESTINO	79
11.1. Puertos, aeropuertos o terminales terrestres disponibles para la carga peruana	79
11.2. Análisis de la infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria del país destino.	81
11.3. Descripción, análisis de los principales puertos y aeropuertos incluyendo rutas, infraestructura, capacidad, restricciones, servicios, procedimientos, costos, etc.	82

11.4. Proceso de importación y nacionalización en el país destino (flujograma con costos y tiempos)	84
11.5. Requisitos para importar muestras sin valor comercial.....	86
11.6. Datos de proveedores de servicios logísticos en el país destino	89
CAPÍTULO XII	91
12. DISTRIBUCION.....	91
12.1. Mapeo de la secuencia comercial proveedor-consumidor.....	91
12.2. Identificación y descripción de canales de distribución.....	91
12.2.1. Canales de distribución	92
12.3. Canal con mayor flujo comercial para las importaciones del producto	99
12.4. Identificación y cuantificación de los márgenes de intermediación, condiciones de compra (60-90-120 días, incoterms utilizados), volúmenes mínimos, etc.	103
12.5. Perspectivas esperadas en materia de evolución, diversificación, simplificación o especialización de los actores de los canales de distribución y comercialización.....	105
12.6. Tendencias actuales y su implicación para los márgenes de comercialización, exigencias de compra y competencia de productos por canal.....	105
CAPÍTULO XIII.....	107
13. MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACION	107
CONCLUSIONES.....	109
BIBLIOGRAFIA	111

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha técnica	1
Tabla 2 Variedad de alcachofas	4
Tabla 3 Contenido cualitativo y cuantitativo	8
Tabla 4 Información nutricional	8
Tabla 5 Exigencias y tolerancias de calidad.....	9
Tabla 6 Declaración de alérgenos.....	11
Tabla 7 Clasificación arancelaria	12
Tabla 8 Datos Estadísticos de Alcachofa – Perú de 2015-2021	17
Tabla 9 Zonas Productoras De Alcachofa.....	18
Tabla 10 Proveedor ALSUR.....	18
Tabla 11 Proveedor DANPER.....	19
Tabla 12 Proveedor CAMPOSOL	19
Tabla 13 Matriz de selección.....	20
Tabla 14 Tasa de Respiración	23
Tabla 15 Costo de fabricación.....	25
Tabla 16. Distribución y dimensiones de áreas.....	29
Tabla 17 Detalle de mobiliario en el almacén.....	30
Tabla 18 Costos del almacén.....	31
Tabla 19 Información nutricional obligatoria.....	34
Tabla 20 Información nutricional voluntaria.....	34
Tabla 21 Reglas de embalaje y etiquetado en España	37
Tabla 22 Menciones obligatorias para alimentos envasados destinados al consumidor español	38

Tabla 23 Empaque	43
Tabla 24 costo del proceso de empaclado.....	47
Tabla 25 Tecina técnica de embalaje.....	49
Tabla 26 Costo de embalaje	53
Tabla 27 Representación y características de la caja master y paleta europea...	55
Tabla 28 Unitarización del producto en cajas, paletas y embarques por año ..	56
Tabla 29 Tarifas marítimas para el transporte de frutas y hortalizas.....	61
Tabla 30 costos del paletizado	68
Tabla 31 costo de transporte interno.....	72
Tabla 32 costo del transporte por caja/kilo.....	72
Tabla 33 Características de los contenedores marítimos.....	74
Tabla 34 costo del felte	74
Tabla 35 costo de agenciamiento	76
Tabla 36 relación de almacenes	78
Tabla 37 Operaciones de líneas navieras entre Perú y España	80
Tabla 38 Operaciones de líneas aéreas entre Perú y España	81
Tabla 39 Tarifas Vigentes Sobre Servicios Portuarios	82
Tabla 40 Datos de contacto de importadores.....	89
Tabla 41 gremios de interés.....	89
Tabla 42 Calculo de cajas que entran por contenedor	108

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Flujo grama de proceso productivo</i>	15
Figura 2 <i>Modelo de etiquetado</i>	35
Figura 3 <i>Modelo de rotulado</i>	35
Figura 4 <i>Pictogramas para caja</i>	41
Figura 5 <i>Caja del producto</i>	42
Figura 6 <i>Modelo de envase</i>	44
Figura 7 <i>Medidas del empaque del producto</i>	49
Figura 8 <i>Caja máster con divisiones de cartón corrugado</i>	50
Figura 9 <i>Estiba del contenedor</i>	61
Figura 10 <i>Medidas de la paleta europea</i>	63
Figura 11 <i>Paletización con stretch film</i>	66
Figura 12 <i>Vista frontal del pallet</i>	67
Figura 13 <i>Mapeo de secuencia comercial</i>	91
Figura 14 <i>Canales de distribución</i>	99
Figura 15 <i>DDP</i>	104

CAPÍTULO I

PRODUCTO A EXPORTAR

1.1. Ficha técnica del producto

Tabla 1

Ficha técnica.

ALCACHOFA		
Nombre científico:	Cynara scolymus L.	
Familia:	Compositae	
Origen:	Gran parte ubicada en “Asia Menor y al norte de África”, constituyendo pedazo de “la cuenca del Mediterráneo incluyendo las islas Canarias, las Egeas y el sur de Turquía y Siria”.	
Variedad:	“Sin espinas” (SE):	
	Blanca Tudela	-De España SE.
	A-106	-De España SE.

	Emerald	-De USA SE.
	Green Globe	-De USA SE.
	Harmony	-Holandesa SE.
	Imperial Star	-De España De USA SE.
	Lorca	-De España SE.
	Madrigal	-Holandesa SE.
	Opal	-Holandesa SE.
	Alcachofa con espinas (CE):	
	Criolla	-De Italia CE.
Características de los cardos	Según al sembrar, deben tener un cuerpo deseado de 7-10 cm. en caso de la criolla CE y de 4-7 cm. de diámetro para aquellas SE, en el caso que las brácteas céntricas aún no logren estar abiertas o separadas en cuanto a las criollas, deben estar compactas y fijas para otra variedad.	
Período vegetativo:	De cuatro a cinco meses, depende de las variedades y el área en la que se cultiva o la tierra ecológica.	
Requerimiento de suelo:	Se puede adaptar a una gran variedad de tipo de suelo, pese a ello, gran parte de las producciones es obtenida de tierras profundas, que sea fértil, con buenas propiedades de materias orgánicas, dotada de agua. Preferiblemente tierras francas, francos, limosos, francos arcillosos y arenoso.	
Departamentos productores:	Cusco, Ayacucho, Huancavelica, Junín, Ancash, Huánuco, Apurímac y Toda la costa.	
Épocas de siembra:	Desde el sexto mes hasta el noveno mes del año.	
Cosecha:	Desde el décimo mes hasta el onceavo mes del año.	
Temperatura óptima/promedio:	El clima debe ser frío y seco, suele aguantar bajas temperatura en etapa vegetativa, en la etapa de floración y formación de frutos suele ser lo contrario, las óptimas son: Cuando prende: 13 – 18°C, crecimiento vegetal: 18 – 22°C. Suele adaptarse a áreas altoandinas, 3100 m.s.n.m. de variedad SE, con rendimiento intermedio. Para la criolla va de 0 hasta 3500 m.s.n.m.	
Humedad:	Respectiva templada en la más baja a “60%, con precipitaciones de 500 - 800 mm / año (media)”.	
Rendimientos (TM/Ha):	“Potencial Criolla: 6,500 – 8,000 Doc./Ha” “Potencial Sin Espinas: 20 – 25 TM./Ha”	
Jornales (Nº/Ha):	230 – 250	
Costos de producción (US\$/Ha):	6,500 SE. 5,000 CE.	
Esquejes y/o semillas (Kg o Und. /Ha.)	0.5 Kg. /Ha. Para SE. 14,000 a 15,500 esquejes /Ha. CE.	
Distanciamiento (m):	Los surcos son:	

	CE: "0.8 – 1 mt. y entre plantas 0.7 – 1 mt." SE: "1.2 – 1.6 mt., entre plántulas de 0.8 – 1 mt." Para las dos situaciones, se ingresa una unidad de planta joven a la tierra, con 10 a 15 cm. de profundidad.
Fertilización: N 280 – P 270 – K 320	
(N) Nitrógeno.	600 kilogramo/ Hectárea.
(P) Fósforo.	590 kilogramo/ Hectárea.
(K) Potasio.	550 kilogramo/ Hectárea.
Módulo de riego	18,000 – 25,000/ campaña
Frecuencia de riego	Interdiario
Principales plagas:	Mosca minadora, "Diflubenzuron 0.2 – 0.3 kg/ha." gusano de tierra, "Abamectina 0.4 – 0.5 lt/ha." arañita roja, "Cipermetrina 0.4 – 0.6 lt/ha." barrenadora, "Bacillus T. 0.5 – 0.8 kg/ha." perforadores del cardo "Clorpirifos 1.0 – 1.5 lt/ha." y pulgones "Methomilo 0.5 – 0.6 kg/ha." "Flufenoxuron 0.5 – 0.75 lt/ha."
Principales Enfermedades:	Chupadera, Oidium, "Metirán 0.6 – 1.5 kg/ha." Botrytis, Cercospora "Homai WP 0.3 / 100 lt. de agua para sp., Roya. la inmersión." "Propineb 1 – 1.2 kg/ha." "Carbendazim 0.4 – 0.8 lt/ha." "Tebuconazole 0.5 – 0.75 lt/ha." "Difenconazol 0.2 - 0.4 lt/ha." "Iprodione 0.5 kg/ha." "Clorotalonil 2.0 – 2.5 lt/ha."

Nota: Elaborado por el autor.

1.1.1. Denominación del producto

Alcachofa, artichoke.

1.1.2. Nombre comercial




Alcachofa




1.1.3. Presentación y formatos del producto

“Alcachofas (alcauciles) frescas o refrigeradas, preparadas, congeladas, Se exporta el producto fresco, congelado y en conserva.”

Tabla 2

Variedad de alcachofas.

Alcachofa SE	
Imperial Star	
Green Globe	
Blanca de Tudela	

A – 106	
Lorca	
Alcachofa CE.	
Criolla	

Nota: Elaborado por el autor

1.1.4. Zonas de producción del producto

Se produce en Cusco, Ayacucho, Huancavelica, Junín, Ancash, Huánuco, Apurímac y Toda la costa.

1.1.5. Origen del producto historia

La alcachofa es una hortaliza para cultivar, relacionada con los vigorosos cardos, producto de la actividad física del hombre. La variedad original proviene posiblemente

del este de África, expandiéndose por el Mediterráneo oriental, continuando por países de Europa con un clima templado. Se cree que la especie específica de la que se originó pudo haber sido el cardo silvestre “*Cynara cardunculus*”, que se encuentra en campos abiertos y vertederos en Europa y es conocido por su majestuosa presencia. A partir de varios híbridos de este y otros cardos, la selección y la mejora genética han dado como resultado esta especie hortícola, que hoy en día se cultiva en todo el mundo.

Es bien sabido que las antiguas ruinas atestiguan el cultivo de alcachofas en la “Antigua Grecia”, y es bien sabido que las alcachofas ya eran un alimento básico en la dieta humana en la época romana clásica. Hoy día se cultiva en países de clima “templado o cálido”, con invierno poco agresivo, por su baja resistencia a bajas temperaturas. Italia es el principal productor en el mundo con alrededor de 400.000 toneladas, mientras que España ocupa el segundo lugar con alrededor de 225.000 toneladas de producción anual en 2014. La cuenca mediterránea, que incluye también a “Francia, Grecia y Marruecos”, producen el 90% de todo el mundo. También lo producen otros países como “Egipto, Argelia, Israel, los Estados Unidos (California), China y en América del sur, México, Perú, Chile y sobre todo Argentina”.

1.1.6. Usos y aplicaciones del producto

Alcachofa fresca

“Tamaño: Basado al diámetro ecuatorial de la cabeza floral”

“Categoría I 5 - 7 (cm)”

“Categoría II 7 - 9 (cm)”

“Categoría III 9 - 11 (cm)”

“Empaque: Cajas de 20 - 23 lb.”

“Calibre: 12, 15, 18, 24 cabezuelas por caja.”

Alcachofa en conserva

“Corazones y fondos de alcachofas procesadas y envasadas en salmuera y marinadas, pudiendo utilizarse enteros y en cuartos”.

“Empaque final para exportación de los frascos son cajas de cartón”.

“Materia prima para corazones”.

“Diámetro ecuatorial (cm.)”

“Extra 3,5 a 5(cm)”

“Materia prima para fondos”

“Diámetro ecuatorial (cm.) Extra 7 a 9”

1.1.7. Lista de ingredientes composición cualitativa y cuantitativa

Tabla 3

Contenido cualitativo y cuantitativo.

Compuestos	Contenido	Compuesto	Contenido
"Agua"	"86,5%"	"Calcio"	"51 mg."
"Ceniza"	"1,8%"	"Magnesio"	"10 mg."
"Calorías totales"	"4,0"	"Fósforo"	"69 mg."
"Calorías de grasa"	"0"	"Potasio"	"310 mg."
"Carbohidratos"	"9,9%"	"Hierro"	"1,1 mg."
"Azúcares"	"1,0%"	"As. Ascórbico (Vit. C)"	"8,0 mg."
"Proteínas"	"2,8%"	"Tiamina (Vit. B1)"	"0,07 mg."
"Grasas"	"0,2%"	"Riboflavina (Vit. B2)"	"0,04 mg."
"Fibra"	"3,4%"	"Niacina"	"0,85 mg."
"Colesterol"	"0"	"Retinol (Vit. A)"	"150 mg."

Nota: Elaborado por el autor.

1.1.8. Información nutricional

Tabla 4

Información nutricional.

Información nutricional por 100 mg. de peso escurrido	
"Valor energético"	"113,6 kJ/ 27,0 kcal"
"Grasas"	"<0,50 mg."
"Saturadas"	"<0,50 mg."
"Hidratos de carbono"	"3,8 mg."
"Azúcares"	"2,1 mg."
"Fibra alimentaria"	"2,3 mg."
"Proteínas"	"1,8 mg."
"Sal"	"0,9 mg."

Nota: Elaborado por el autor.

1.1.9. Exigencias y tolerancias de calidad

Tabla 5

Exigencias y tolerancias de calidad.

Factores	Extra	Primera
"Color"	"Blanco amarillento"	"Blanco amarillento"
"Turbidez"	"2"	"1"
"Uniformidad de"	"1,5"	"1,75"
Tolerancias:		
"a-n° de hojas sueltas por cada de piezas"	"2"	"6"
"b-Defectos de textura, subidas"	"0"	"5"
"c-Defectos de corte"	"5"	"10"
"d-Manchas y otros"	"5"	"10"
"e-unidades con brácteas superiores a 3 cm por cada decena o fracción"	"0"	"1"
"Suma de tolerancias b+c+d"	"5"	"10"

Nota: Elaborado por el autor.

1.1.10. Características Organolépticas

Color: "blanco amarillento típico"

Olor: "Típico"

Sabor: "Típico"

Textura: "Suave"

1.1.11. Etiquetado

El total de envasados muestran etiquetas en las que figura los datos requerida por el “Reglamento (CE) N° 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, y posteriores modificaciones”.

1.1.12. Transporte almacenamiento y vida útil

Transportados en condiciones sanitarias y de almacenamiento adecuadas, libres de plagas y clasificados por tipo de alimento. Deberá incluir la recomendación de utilizar 5 años antes, contando desde el día de producción. Después de abrir el envase, debe almacenarse en el refrigerador y consumirse dentro de los 5 días. Guarde el producto en un lugar fresco y seco proteger del contacto directo de la luz.

1.1.13. Información adicional como alérgenos o ingredientes o aditivos o aromas modificados genéticamente

Tabla 6

Declaración de alérgenos.

Alergenos incluidos en el ANEXO IIIA de la Directiva 2000/13/CE	SI/ NO	Posibilidad de Contaminación Cruzada
1. "Cereales que contengan gluten y derivados".	NO	NO
2. "Crustáceos y productos a base de crustáceos".	NO	NO
3. "Huevos y productos a base de huevos".	NO	NO
4. "Pescado y productos a base de pescado".	NO	NO
5. "Cacahuates y productos a base de cacahuates".	NO	NO
6. "Soja y productos a base de soja".	NO	NO
7. "Leche y sus derivados, incluida la lactosa".	NO	NO
8. "Frutos de cascara y sus derivados".	NO	NO
9. "Apio y productos derivados".	NO	NO
10. "Mostaza y productos derivados".	NO	NO
11. "Granos de sésamo y derivados".	NO	NO
12. "Anhidrido sulfuroso y sulfitos (>10 mg/kg)".	NO	NO
13. "Altramuces y productos a base de altramuces".	NO	NO
14. "Moluscos y productos a base de moluscos".	NO	NO

Nota: Elaborado por el autor.

1.2. Clasificación arancelaria del producto

Se realiza un para según el arancel, el cual para la Alcachofa de origen peruano en España es de 17% arancel base, según el tratado de libre comercio 812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA.

Tabla 7

Clasificación arancelaria.

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL **2005.99.10.00** ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAIS

TIPO DE PRODUCTO: LEY 29666-IGV 20.02.11

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

OTROS REQUISITOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN CON OTROS PAISES.

CORRELACIONES

CONVENIOS

RESTRICCIONES

DESCR. MINIMAS

IND.CRITERIOS

RESOL. CLASIF.

Nota: Extraído de Aduanet (2022).

1.3. Flujo grama de proceso de productivos

Las etapas del proceso productivo de la Alcachofa en conserva son las siguientes:

Pesado: “El proceso inicia con el pesado de las alcachofas frescas para controlar el flujo óptimo del proceso productivo”.

Selección: “En esta etapa se seleccionan las hortalizas chancadas, sin pedúnculos, malogrados y en general todas aquellas que pueden influir disminuyendo la calidad de la producción”.

Clasificación: “Esta etapa se realiza por tamaño, madurez y aspecto. La clasificación de las alcachofas se hace de acuerdo con su diámetro en la parte ecuatorial. La alcachofa de primera tiene entre 3,8 y 5,0cm de diámetro ecuatorial y la de cuarta de 7,6 cm a más. Para esta etapa se emplean máquinas clasificadoras gravimétricas graduadas para separar la materia prima en categorías según diámetros desde 30mm hasta 75mm”.

Blanqueado Escaldado: “Consiste en colocar el producto de 70 a 100°C en líquido en un tiempo no tan largo. En dicha técnica se utiliza agua acida cítrica por minutos, para luego enfriar a 10°C”.

Acondicionado: “Esta etapa consiste en la remoción de la parte externa compuestas por escamas, dejando la parte comestible inmune. Se emplea una peladora especializada para alcachofas con la que se logra el corte inferior del tallo, el torneado de las alcachofas, el corte superior y despunte de hojas y la expulsión de corazones y residuos de alcachofa”.

Inspección: “Se realiza una inspección antes que el producto sea envasado para certificar que las operaciones anteriores hayan sido realizadas correctamente y seguir con los parámetros de calidad del mismo”.

Envasado: “En esta operación se procede al llenado manual de los envases con la alcachofa blanqueada y pelada. Al producto en salmueras se somete a temperaturas altas (aprox. 80-85 °C), para favorecer de este modo el exhausting. La solución adecuada debe ser de pH 2.3, con 0.25% de ácido cítrico y 0.6% de cloruro de sodio, utilizando una dosificadora volumétrica de líquido de gobierno, la cual tiene la finalidad de rellenar y sustituir los espacios libres del oxígeno”.

Exhausting: “Técnica que comprende calentar en líquido de gobierno a 90°C el producto”.

Cerrado: “Para asegurar el producto no se derrame se cierra herméticamente con tapa de aluminio o doble costura”.

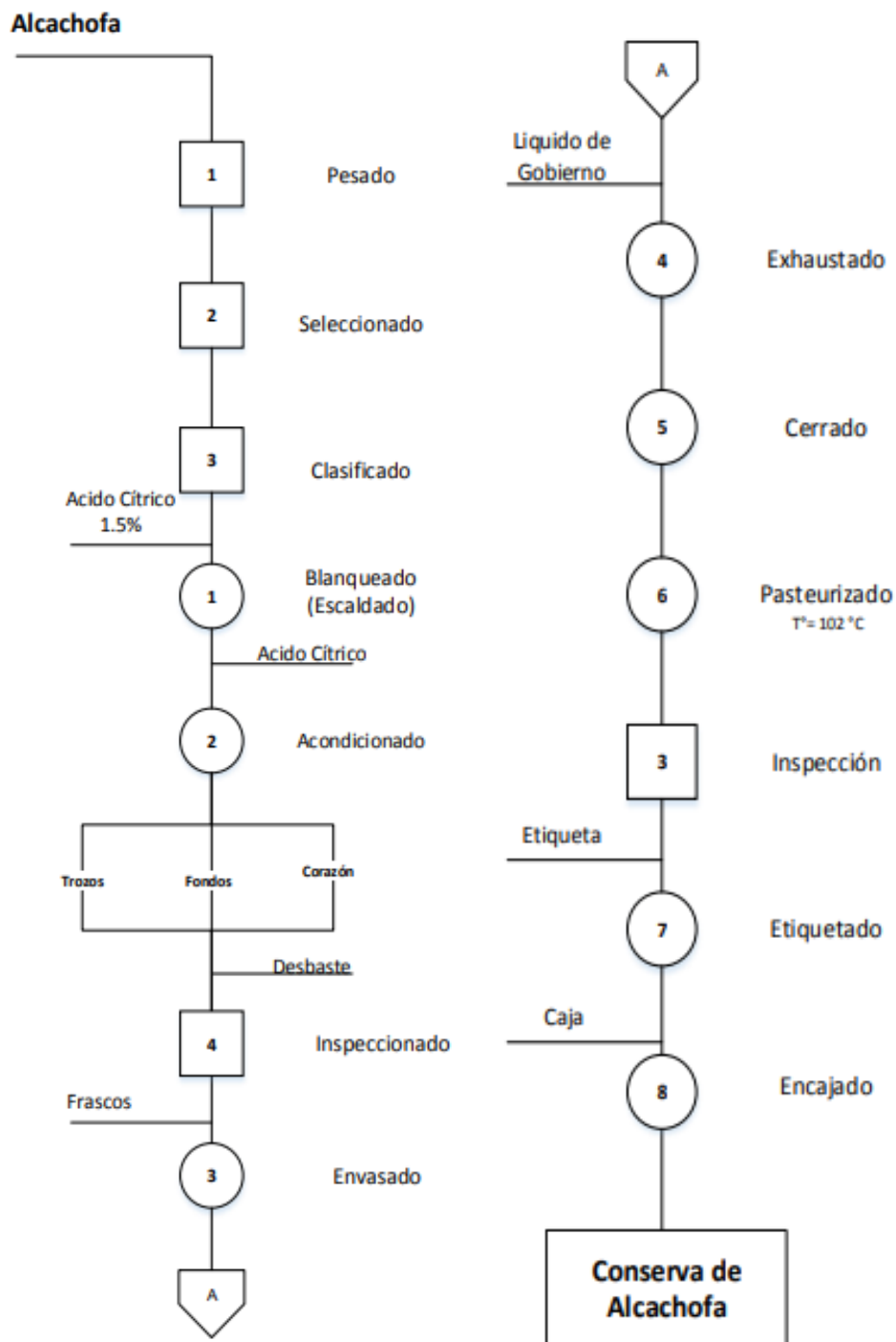
Pasteurizado: “El pasteurizado en autoclave se realiza para alejar el producto de microorganismos en su proceso de conserva. El envasado se hace por medio de tratamiento térmico a una temperatura de 102°C”.

Etiquetado: “El etiquetado será realizado de manera manual por el personal asignado y adaptado a las exigencias del mercado exterior”.

Encajado: “Se procede a llenar las cajas con los envases del producto ya etiquetados para su respectivo almacenaje”.

Figura 1

Flujo grama de proceso productivo.



Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO II

APROVISIONAMIENTO

2.1. Proveedores potenciales

En el año 2020, los envíos de alcachofas peruanas alcanzaron 54,480 tn generando US\$ 135 mill. Comparándolo con el 2019, las exportaciones peruanas incrementaron 44% en cantidades y 49% en monto de dinero. Resaltando que las alcachofas son unos de los pocas mercaderías de las canastas exportadoras peruanas siendo estas exportaciones 100% presentaciones procesadas, especialmente conservadas.

Las zonas más significativas de la alcachofa para el 2019, fueron USA quien participo con 58%, España en 23% y Francia en 14%. En la primera zona, especialmente los consumidores fueron con 13% de participación Atalanta Co. Y con 8% Camerican

Internacional Inc. Para España, los consumidores que resaltaron fueron con 22% de participación Cynara S.L., con 22%, y con 20% Virú Ibérica S.L. Para Francia, los consumidores más relevantes fueron con 9% ITM Alimentaire Int. y con 20%. Rochefontaine S.T. Para los proveedores nacionales que lideraron en las exportaciones resaltan con 41% de participación Virú S.A., y con 31% Danper Trujillo S.A.C.

Tabla 8

Datos Estadísticos de Alcachofa – Perú de 2015-2021.

AÑO	Cosechas (ha)	Rendimiento (t/ha)	Producción (t)	Precio Chacra (s/ x kg)
2021	-	27.12	23538.36	2.54
2020	3650.20	-	77627.82	2.25
2019	7733.60	17.03	131707.22	2.55
2018	8625.90	17.92	154554.94	2.24
2017	8091.25	17.73	143493.10	2.24
2016	6499.75	16.48	107106.03	2.32
2015	4718.25	30.22	142608.98	2.34

Nota: Elaborado en base a Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2022).

La hortaliza consumida en el Perú se denomina “criolla serrana con espinas”, proviene de la Espinosa Sardo, originado en la Isla italiana de Cerdeña. Esta alcachofa no es muy conocida por los pobladores de la región, se consume en su mayoría fresca en distintos formas (hervida, cremas, marinados, al horno, pasteles) utilizándose el corazón o base que es una sustancia carnosa y las brácteas

Tabla 9*Zonas Productoras De Alcachofa.*

DEPARTAMENTO/AÑO	2021	2020	2019	2018
AREQUIPA				
- COSECHA (Has.)		1095.00	2475.00	3350.00
- PRODUCCION(T.M.)	13724.00	22503.82	49872.96	68085.46
- PRECIO CHACRA	2.02	1.85	1.85	1.87
ICA				
- COSECHA (Has.)	-	1130.00	1963.00	2165.00
- PRODUCCION(T.M.)	-	23312.80	38596.00	42766.10
- PRECIO CHACRA	-	4.18	4.02	3.67
LIMA				
- COSECHA (Has.)	-	179.20	305.40	404.90
- PRODUCCION(T.M.)	634.30	3467.10	4847.60	6823.70
- PRECIO CHACRA	2.29	2.22	1.65	1.66
ANCASH				
- COSECHA (Has.)	-		560.00	420.00
- PRODUCCION(T.M.)	830.300		2515.00	2930.00
- PRECIO CHACRA	8.00		6.27	4.65
JUNIN				
- COSECHA (Has.)	-	264.00	265.00	315.00
- PRODUCCION(T.M.)	2120.10	3951.60	4296.65	5236.70
- PRECIO CHACRA	2.61	2.22	2.59	2.25

Nota: Extraído del Sistema integrado de estadística agraria.

2.2. Matriz de selección de proveedores**Tabla 10***Proveedor ALSUR.*

ALSUR PERU S.A.C.	
Dirección	“Sector Pecuario Zona li Mza. Q Lote. 1 Urb. Umopalca Arequipa - Arequipa – Sabandia”
Teléfono	(5154) 438631 /
Fax	(054) 438631 /
Correo Electrónico	alsurperu@alsurperu.com /
Sitio Web	www.alsurperu.com

Contacto	- Julio Gonzalez Gonzalez / Gerente Comercial / Jgonzalez@Alsurperu.Com - Karla Suyo Suyo / Encargado De Exportaciones / - Jose Del Valle Del Valle / Gerente General /
----------	---

Nota: Elaborado por el autor.

Tabla 11

Proveedor DANPER.

DANPER AREQUIPA S.A.C.	
Dirección	“Interseccion Canal Principal Y Canal 3r La Colina”
Contacto	“Javier Antonio Gilardi Gilardi / Gerente General / Jgilardi@Danper.Com ” “Angel Flores Flores / Jefe De Recursos Humanos / Aflores@Danper.Com ”
Sitio Web	www.danper.Com
Teléfono	(5154) 586653

Nota: Elaborado por el autor.

Tabla 12

Proveedor CAMPOSOL

CAMPOSOL S.A.	
Dirección	“Calle Francisco Graña Nro. 155 Urb. Santa Catalina”
Sitio Web	www.camposol.com.pe
Fax	(511) 4415136 /
Teléfono	(511) 6210800 /

Nota: Elaborado por el autor.

Tabla 13

Matriz de selección.

Criterios de elección	Ponderación	P1	P2	P3	P4	EG
Aspectos técnicos 47%		1.46	0.91	1.71	1.76	E4
Calidad del producto/servicio	25.0%	4	2	5	4	P3
Capacidad técnica del proveedor	2.0%	3	3	3	3	Las 4
Calidad certificada (ISO o similar)	5.0%	0	0	0	0	Las 4
Capacidad de adaptación	5.0%	2	1	2	4	P4
Plazos de entrega	10.0%	3	3	3	5	P4
Aspectos comerciales y económicos 34%		0.71	0.68	0.88	1.35	E4
Precios	25.0%	2	2	3	5	P4
Formas y plazos de pago	3.0%	5	4	3	2	P1
Servicio postventa	2.0%	3	3	2	2	P1, P2
Garantías	4.0%	3	3	2	2	P1, P2
Aspectos empresariales 19%		0.56	0.70	0.52	0.53	E2
Estabilidad del proveedor	2.0%	3	5	3	3	P2
Proximidad	3.0%	2	3	3	4	P4
Facilidad de entendimiento	3.0%	2	5	2	4	P2
Importancia como cliente	3.0%	2	4	5	5	P3 Y P4
Referencias de terceros	8.0%	4	3	2	1	P1
P1 DANPER AREQUIPA S.A.C. (TERCER PUESTO) P2 ALSUR PERU S.A.C. (CUARTO PUESTO) P3 AGROINDUSTRIAS DEL MANTARO S.A.C. (SEGUNDO PUESTO) P4 CAMPOSOL S.A. (PRIMER PUESTO) PG PROVEEDOR GANADOR						

Nota: Elaborado por el autor.

Como podemos observar en los resultados la empresa que más conviene como proveedores es la empresa Camposol S.A. tomando en cuenta la evaluación anterior.

El proceso que se realizó para determinar según ponderación utilizando las escalas numéricas, concediendo la determinación para seleccionar, a su vez se realizaron

criterios específicos lo que ayudo a determinar los diferentes tipos de criterios para escoger el proveedor adecuado, ofreciendo diversas actitudes para efectuar una segura elección.

2.3. Control de calidad

La calidad el producto es un factor importante en la hora de exportar un producto ya que la calidad nos garantiza la aceptación de las alcachofas a la hora de la exportación:

Para controlar la calidad de las alcachofas de tendrán en cuenta las siguientes características:

- Identificar que las alcachofas no tengan presencia de mohos y agentes extraños.
- Evaluación sensorial la cual consiste en la inspección mediante los sensores naturales los cuales evalúan las particularidades:
 - o Olor y sabor: Agradable
 - o Apariencia: transparente, brillante, uniforme y en el tamaño
 - o Color: que sea uniforme y brillante
 - o Textura: blanda y firme

2.3.1. Madurez y calidad

Índices de Madurez

Los cogollos comestibles, que consisten en brácteas cónicas, se recogen en un período inmaduro y se seleccionan por densidad y tamaño. Un cogollo demasiado grande se caracteriza por una estructura abierta, las brácteas son pardas, firmes y robustas; el centro tiene un aspecto peludo, de rosa a púrpura.

Índices de Calidad

Cogollos bien desarrollados, compactados, diferenciados por un trazo del tallo verdoso, liso y parejo, libre de cualquier insecto o daño y fallas de proceso. El volumen de los tallos debe considerarse pesado. Se debe trozar el tallo de 2.5 a 3.8 cm desde el pie del tallo.

2.3.2. Temperatura y atmósfera controlada

Temperatura Optima y Humedad Relativa

“0°C (32°F) con >95% HR”

El hidro enfriamiento con aire forzado y las bolsa con hielo son técnicas habituales para enfriarlo después de la cosecha.

la vida útil de las alcachofas suele ser menos de 21 días, ya que sus propiedades visuales y organolépticas se deterioran velozmente.

Tabla 14

Tasa de Respiración.

Temperatura	mL CO₂ / kg· h
"0°C (32°F)"	"8 – 22"
"5°C (41°F)"	"13 – 30"
"10°C (50°F)"	"22 – 49"
"15°C (59°F)"	"38 – 72"
"20°C (68°F)"	"67 – 126"

Nota: Elaborado por el autor.

Para determinar el calor del proceso, se multiplica "ml CO₂ / kg por hora por 440" obteniendo "BTU/tn/día o por 122 obteniendo kcal/tn métricas/día".

Tasa de Producción de Etileno

Muy baja; "< 0.1 µL / kg*hora a 20°C (68°F)"

Efectos del Etileno

"Las alcachofas tienen una sensibilidad baja al etileno presente en el ambiente, por lo que este gas no se considera como factor de cuidado en el manejo de postcosecha y en la distribución del producto".

Efectos de las Atmósferas Controladas (AC)

"Las atmósferas controladas o modificadas ofrecen un beneficio moderado a bajo para mantener la calidad de la alcachofa. Bajo condiciones de 2-3% O₂ y 3-5% CO₂, y a temperaturas de 5°C (41°F), se atrasa la decoloración de las brácteas y el

comienzo de pudriciones en unos días. En atmósferas con menos de 2% O₂ , se puede producir el ennegrecimiento interno de las alcachofas”.

2.3.3. Desórdenes

Enfermedades

“El moho gris (*Botrytis cinerea*) y la pudrición blanda bacteriana (*Erwinia carotovora*) pueden ser problemas en el almacenaje y la distribución si no se mantienen condiciones de temperaturas óptimas. Cuando se almacena bajo temperaturas bajas durante períodos prolongados, los hongos oportunistas “como *Fusarium spp.*” Suelen aparecer en el área trozada de las brácteas o tallo”.

Fisiopatías

“Daño por congelamiento – El daño por congelamiento comienza a -1.2°C (29.9°F). El ampollamiento de la cutícula y el bronceado de las brácteas externas son síntomas de un daño leve por congelamiento. Esto puede ocurrir en el campo con yemas cosechadas en el invierno y se usa como un índice de calidad en la comercialización. Un daño más severo por congelamiento conlleva a brácteas de apariencia acuosa y un corazón de color café a negro de textura gelatinosa”.

Daño Físico

“Los daños por magulladuras y compresión son muy comunes cuando no se siguen prácticas cuidadosas de cosecha y manejo”.

2.4. Costo de fabricación y/o adquisición

Tabla 15

Costo de fabricación.

OBRAS CIVILES	DIMENSIONES		AREA (m ²)	ESPESOR DE PAREDES (m)	ALTURA (m)
	INTERNAS				
	ANCHO (m)	LARGO (m)			
SECCION DE LA PLANTA					
“Almacén de materia prima”	15.70	13.50	211.95	0.15	4.0
“Almacén de producto terminado”	13.00	17.50	228.33	0.15	4.0
“Almacén de envases e insumos”	16.00	12.52	200.32	0.15	4.0
“Almacén de jabas y pallets”	15.70	12.52	196.56	0.15	4.0
Sala de procesamiento”	18.40	17.40	320.16	0.15	4.0
“Recepción”	3.70	5.50	20.35	0.15	2.5
“Oficina de Gerencia”	5.50	3.70	20.35	0.15	2.5
“Oficina del jefe de Producción”	2.45	4.25	10.41	0.15	2.5
“Oficina del jefe Comercial”	2.45	4.25	10.41	0.15	2.5
“Oficina del jefe Logística – Contador”	6.30	5.50	34.65	0.15	2.5

“Sala de reuniones”	3.40	4.25	14.45	0.15	2.5
“Baño parte administrativa”	2.00	5.50	11.00	0.15	2.5
“Baños / vestidores hombres”	9.64	5.50	53.02	0.15	2.5
“Cafetería”	7.00	15.70	109.90	0.15	3.0
“Sala de calderos”	5.92	4.10	24.27	0.15	4.0
“Sala de ablandador de agua”	5.00	4.10	20.50	0.15	4.0
“Caseta de Vigilancia”	2.50	4.56	11.40	0.15	2.5
MURO PERIMETRAL				0.25	4.0

Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO III

ALMACENAMIENTO

3.1. Estrategia de almacenamiento

Para detener el deterioro, la temperatura en la instalación de almacenamiento debe ser igual o inferior a la temperatura ambiente. La conservación y el contexto del producto se deterioran con el aumento de la temperatura como resultado de las continuas reacciones químicas que resultan en inflaciones y explosiones de gas hidrógeno. Los microorganismos que sobreviven al proceso termogénico eventualmente comienzan a crecer cuando se calienta. Para evitar que las tapas o latas se llenen de moho, la humedad en el área de almacenamiento debe mantenerse a un nivel bajo.

Se utilizarán paletas o parihuelas para evitar que los contenedores de almacenamiento entren en contacto con el suelo. La disposición de los contenedores variará según la presentación; Para contenedores de 500 gramos, habrá 9 pilas de cajas de 15 C/U, dando un total de 135 cajas cada palet; Para contenedores de 3 libras, habrá 13 pilas de 7 cajas C / U, lo que da un total de 91 cajas por paleta. Aunque se aconseja su consumo antes de los 90 días, este producto tiene una vida útil de hasta 6 meses.

3.2. Lay-out de almacén

También se conoce porque el interior de la fábrica se convierte en todo lo que necesita ser introducido, parte de los espacios de administración, almacén de materia prima, procesamiento, almacenamiento de productos terminados, inspección de calidad, áreas de almacén, pasillos, espacios generales, etc.

El principal objetivo de esta asignación en la fábrica en general es la organización, y para ello la compañía utiliza un sistema de producción ajustada, que permite diseñar una fábrica eficiente.

Tabla 16*Distribución y dimensiones de áreas.*

Distribución de la Planta			Dimensiones	
			Largo	Ancho
1	"Gerencia"	A	5 m	4m
2	"Departamento Producción"	B	4.43 m	4m
3	"Departamento Ventas"	C	4.1 m	4m
4	"Recepción M P"	D	1.22m	4m
5	"Control de Calidad"	E	5.2 m	4m
6	"Área de Producción"	F	27.13	19.13m
7	"Línea de Conservas"	F1	16.53	8.7m
8	"Línea de Pastas"	F2	16.53	3.21m
9	"Línea de Crema Inst."	F3	16.53	3.21m
10	"Línea de Capsulas"	F4	16.53	3.21m
11	"Cuarto frio"	G	3.21m	4m
12	"Mantenimiento"	H	9.9m	3.9m
13	"Materiales de empaque"	I	19.13	3.2m
14	"Bunker"	J	6.1m	3.9m
15	"Producto terminado"	K	12.93	4m
16	"Instalaciones Sanitarias"	L	9.27m	4.1m
17	"Parqueaderos"	M		
18	"Cafetería"	N	5.9m	4m
19	"Calderos"	O	6.1m	3.9m
20	"Planta Tratamiento de H2O"	P	10m	3.9m
21	"Guardianía"	Q	4m	4.1m

Nota: Elaborado por el autor.

3.3. Detalle de mobiliario usado en almacenamiento

Tabla 17

Detalle de mobiliario en el almacén.

Descripción
“Mesa de llenado”
“Mesa para etiquetado / embalado”
“Mesa para control de calidad”
“Caldero”
“Ablandador de agua”
“Tanque de agua blanda”
“Tanque de petróleo”
“Tanque de salmuera con calentador”
“Tanque de salmuera (preparación)”
“Compresora de aire”
“Balanza de plataforma”
“Transpaleta”
“Cuchillos de acero inoxidable”
“Balanzas analíticas”
“Carrito de deshechos”
“Encintadoras”
“Potenciómetro”

Nota: Elaborado por el autor.

3.4. Costo fijo de almacén

Tabla 18

Costos del almacén.

Descripción	Unidades	Precio Unitario	Precio Total
"Mesa de llenado"	1	450.00	450.00
"Mesa para etiquetado / embalado"	1	370.00	370.00
"Mesa para control de calidad"	1	370.00	370.00
"Caldero"	1	20,000.00	20,000.00
"Ablandador de agua"	1	1,350.00	1,350.00
"Tanque de agua blanda"	1	600.00	600.00
"Tanque de petróleo"	1	1,000.00	1,000.00
"Tanque de salmuera con calentador"	1	1,200.00	1,200.00
"Tanque de salmuera (preparación)"	1	730.00	730.00
"Compresora de aire"	1	130.00	130.00
"Balanza de plataforma"	1	250.00	250.00
"Transpaleta"	2	350.00	1,050.00
"Cuchillos de acero inoxidable"	6	15.00	90.00
"Balanzas analíticas"	2	75.00	150.00
"Carrito de desechos"	2	80.00	160.00
"Encintadoras"	8	6.00	48.00
"Potenciómetro"	1	100.00	100.00
Total			28,048.00

Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO IV

ROTULADO Y ETIQUETADO TECNICO

4.1. Modelo de etiquetas / rotulado de producto

“Actualmente, los productores de alimentos procesados deben incluir el monto de cada nutriente, tanto por porción, como valor absoluto y como porcentaje del valor diario (%DV) de una dieta recomendada. Los componentes obligatorios en el panel nutricional de cada etiqueta son: total de calorías, calorías de grasa, total de grasa, grasa saturada, colesterol, sodio, total de carbohidratos, fibra dietética, azúcares, proteínas, vitamina A, vitamina C, calcio y hierro” (Alegría & Benites, 2017).

“Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea deben cumplir con las normas de etiquetado de la Unión Europea, cuyo objetivo es garantizar que

los consumidores reciban toda la información esencial para tomar una decisión informada al comprar sus productos alimenticios. El etiquetado de este tipo de productos, está regulado por el Reglamento nº1 1169/2011 (que deroga el Consejo Directivo 2000/13/ EC, OJ L-109 06/05/2000)” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Oficina en Bruselas para la Unión Europea, 2016).

y debe cumplir con las siguientes condiciones:

- Denominación de producto a vender. No se considera la denominación de las marcas tampoco imaginario deberá suplantar la denominación genérica, se puede considerar adicional a la denominación genérica. Considerando aspectos físicos como el “congelado, ahumado, entre otros”, deberán incluirse para no enredar al consumidor.
- Listado de insumos “si corresponde”, se incluye cualquier aditivo en orden descendiente de peso. Peso neto del producto pre empaquetado.
- La vida útil para consumo, ordenado por “día, mes, año”, seguido por la frase “consumir antes de”, o “consumir durante”, de acuerdo con las condiciones del producto, características especial para almacenarlo.
- Patente o razón social y domicilio de la fábrica, del lugar de empaque o distribuidor.
- “Número de lote, precedido por la letra L”

Los requisitos deben considerarse en los envases o en etiquetas adheridas al producto alimenticio preenvasado. Para los alimentos preenvasados con el fin de aplicarse a numerosos ámbitos “productos alimenticios que se venden a granel”, la información del etiquetado es obligado y deberán considerarse en la información comercial, como también la denominación para la venta debe contener la fecha de expiración y la denominación del fabricante deben considerarse en la parte externa.

Tabla 19*Información nutricional obligatoria.*

INFORMACION NUTRICIONAL POR 100g	
VALOR ENERGÉTICO	163 kcal/692 kJ
PROTEINAS	25 g
HIDRATOS DE CARBONO	12 g
GRASAS	1,6 g
FIBRA ALIMENTARIA	0,5 g
SAL (sodio x 2,5)	0,45 g

Nota: Elaborado por el autor.

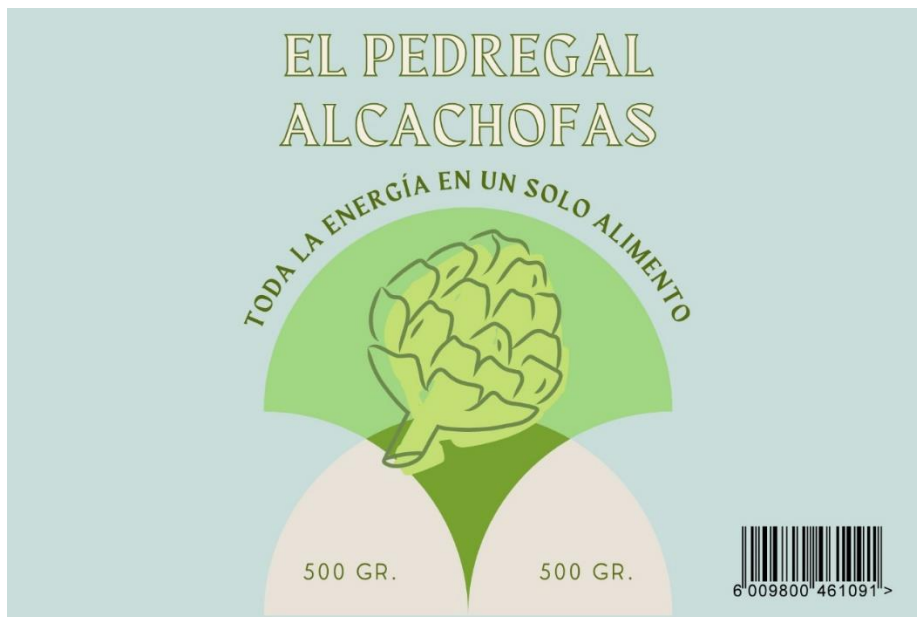
Tabla 20*Información nutricional voluntaria.*

INFORMACION NUTRICIONAL POR 100g	
VALOR ENERGÉTICO	kcal/kJ
PROTEINAS	g
HIDRATOS DE CARBONO	
- Azúcares	g
- Polialcoholes	g
- Almidón	g
GRASAS	
- Saturadas	g
- Monoinsaturadas	g
- Poliinsaturadas	g
FIBRA ALIMENTARIA	g
SAL	g
VITAMINAS	mg/ug
MINERALES	mg/ug

Nota: Elaborado por el autor.

Figura 2

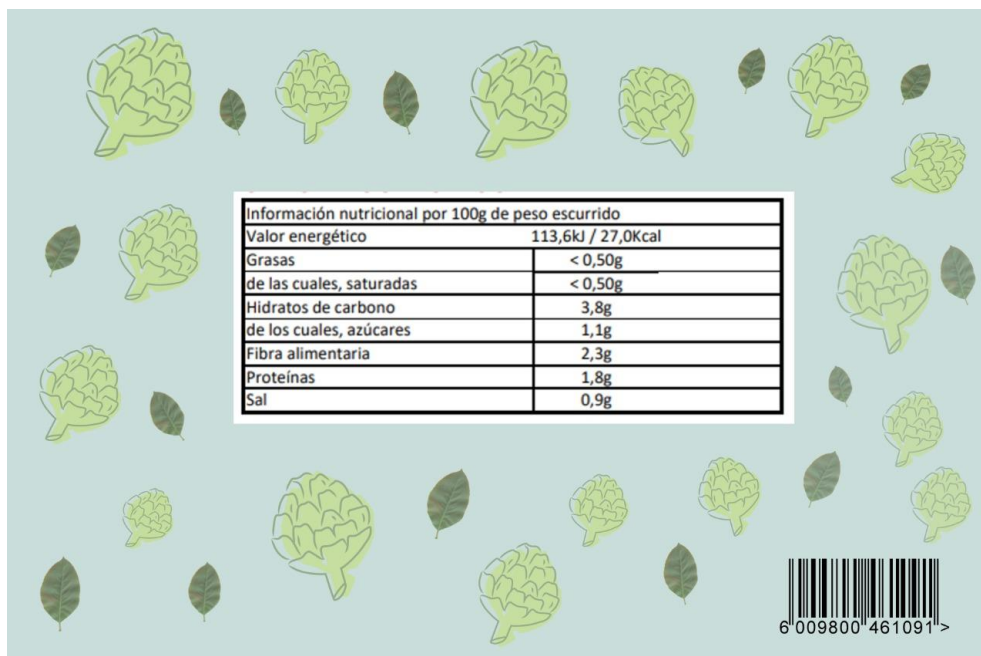
Modelo de etiquetado.



Nota: Elaborado por el autor.

Figura 3

Modelo de rotulado.



Nota: Elaborado por el autor.

4.2. Normas técnica aplicable

“La información proporcionada por las etiquetas debe ser fácil de entender, fácilmente visible, claramente legible e indeleble y deberán presentarse en el idioma oficial del Estado miembro donde se comercialice el producto. Sin embargo, el uso de términos extranjeros o expresiones de fácil comprensión por parte del comprador se permite. Además, de acuerdo a la Regulación de la UE nº1169/2011 a partir del 13 de diciembre de 2016, es obligatorio incluir una declaración nutricional, que contenga los siguientes aspectos” (Diario Oficial de la Unión Europea, 2011):

- “Valor energético”
- “La cantidad de grasas, grasas saturadas, carbohidratos, azúcar, proteína y sal”
- “El contenido de esta declaración obligatoria puede complementarse con información adicional sobre las cantidades de monoinsaturados, poliinsaturados, polioles, almidón o fibra”

Complementando a ello, si se tratara de productos quick frozen, se tiene que considerar la “Directiva 89/108/EEC de Consejo del 21 de diciembre de 1988” determinada sobre las leyes conexas con alimentos quick-frozen para ser consumidas por las personas.

La información de la etiqueta debería presentarse en español. La obediencia de las obligaciones de etiquetado y la precisión de los datos contenidos en la etiqueta se

puede evidenciar en cualquier fase de la cadena de comercialización un ejemplo, “el despacho de aduana, los almacenes distribuidores, mayoristas o tiendas minoristas”.

Las normas para protección de alimentos de la UE tienen como fin asegurar a los ciudadanos y a la par certificar el correcto ejercicio del mercado de alimentos. Mencionado en (SIICEX, 2009) en un informe de PROMPERU, para integrar al mercado español se requiere el cumplimiento de una cantidad de obligaciones para el embalaje y etiquetado, como también establecer la señales que proporcionen la correcta manipulación de información y lugar cuando este sea monitoreado o inspeccionado. Como se describe en los reglamentos de embalaje y etiquetado que requiere España para la introducción productos alimenticios.

Tabla 21

Reglas de embalaje y etiquetado en España.

Reglas de embalaje y etiqueta en España	
Embalaje	Se respeta la legislación europea de prevención de riesgos de salud del consumidor y protección del medio ambiente, en especial el tratamiento de los desechos. Los paquetes de madera o material vegetal pueden ser sometidos a un control fitosanitario.
Idiomas en el embalaje y el etiquetado	Toda la información esencial sobre el producto debe ser plasmado en una etiqueta en idioma español, y en otros idiomas oficiales por razones comerciales.
Unidades de medida autorizadas	Obligatorio el uso del sistema métrico como medida autorizada.
Marcado de origen "Hecho en"	El etiquetado es obligatorio y está sometido al control de aduanas en origen y destino.
Normativa respecto al etiquetado	Edad mínima de consumo para bebidas alcohólicas, presencia de colorantes, estándares, etc. Además de los sistemas obligatorios y voluntarios de la UE, pueden aplicarse sistemas nacionales de etiquetado voluntario, muy apreciados por los consumidores.
Reglamentos específicos	La legislación europea establece reglas especiales de etiquetado para ciertos productos como alimentos, electrodomésticos, ropa deportiva, textiles, etc. Otros productos como cigarrillos, fármacos, cosméticos, fertilizante, fungicidas, armas de fuego, productos eléctricos, vehículos a motor, neumáticos y tubos están sujetos a una regulación específica.

Nota: Elaborado por el autor.

En la información puesto en la tabla 21, los productos empaquetados con finalidad de entrar a España deben presentar etiquetas en español especificando los “insumos de producción, fecha de procesamiento y caducidad, información del productor, envasador o distribuidor y del exportador, como requisitos específicos establecidos para cada tipo de alimento”. Como también el “Reglamento (UE) 1169/2011”, señala que los datos nutricionales tienden a ser obligatorio “a partir del 13 de diciembre del 2016”, con el objetivo de salvaguardar la salud y los intereses de los ciudadanos. En los productos alimenticios envasados con finalidad al ciudadano español, es obligación indicar la siguiente información:

Tabla 22

Menciones obligatorias para alimentos envasados destinados al consumidor español.

LISTA DE MENCIONES OBLIGATORIAS	
a)	la denominación del alimento ;
b)	la lista de ingredientes ;
c)	todo ingrediente o coadyuvante tecnológico que figure en la tabla 13 o derive de una sustancia o producto que figure en dicho tabla que cause alergias o intolerancias y se utilice en la fabricación o la elaboración de un alimento y siga estando presente en el producto acabado, aunque sea en una forma modificada;
d)	la cantidad de determinados ingredientes o de determinadas categorías de ingredientes;
e)	la cantidad neta del alimento;
f)	la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad ;
g)	las condiciones especiales de conservación y/o las condiciones de utilización ;
h)	el nombre o la razón social y la dirección del operador de la empresa alimentaria
i)	el país de origen o lugar de procedencia cuando así esté previsto;
j)	el modo de empleo en caso de que, en ausencia de esta información, fuera difícil hacer un uso adecuado del alimento;
k)	respecto a las bebidas que tengan más de un 1,2 % en volumen de alcohol, se especificará el grado alcohólico volumétrico adquirido;
l)	la información nutricional (obligatoria a partir del 13 de diciembre de 2016).

Nota: Elaborado por el autor.

“Las menciones obligatorias detalladas en la tabla anterior, deben figurar en el envase o en una etiqueta sujeta al mismo, fácilmente visible, claramente legible y, en su caso, indeleble, expresados siempre mediante palabras y números. Adicionalmente, se podrán expresar mediante pictogramas o símbolos. Como se sabe, se dispuso que el

etiquetado nutricional sea obligatorio en todos los alimentos, incluidos los destinados a una alimentación especial” (Diario Oficial de la Unión Europea, 2011).

4.3. Proceso de rotulado

“El rotulado de los contenedores de embarque ayuda a identificar y a anunciar los productos facilitando su manejo. Esta información puede ser impresa en el material de empaque o puede ser sobrepuesta como etiqueta impresa adherible. Todos los contenedores deben estar claramente etiquetados y marcados en el idioma del país de destino con la siguiente información” (Moreno, 2015):

- Una parte del embalaje deberá contener los datos que identifican a la mercadería, conteniendo:

- “Nombre común del producto y variedad (expresado en términos comerciales y no en términos botánicos)”.
- “Tamaño y clasificación del producto, cuando se emplean normas; expresado como número de piezas por Kg o número de piezas en un determinado tipo de empaque”.
- “Cantidad, señalada como peso neto, recuento y/o volumen indicados en unidades métricas (kg, gr). Si el contenido del embalaje está subdividido en envases unitarios, el rotulado exterior debe indicar la cantidad de estos”.
- “Especificaciones de calidad (tipo de clase: Extra, Clase 1, Clase 2, etc.)”.
- “País de origen”.
- “Nombre de la marca del producto, con el logo respectivo”.
- “Nombre y dirección del empacador”.

- “Nombre y dirección del distribuidor”.

- La otra parte del empaque se consigna simplemente para datos del transporte y manipulación de la mercadería:

- Información sobre el manejo: “De acuerdo con la norma internacional ISO 780 se utilizan símbolos gráficos para la manipulación de mercancías (pictogramas) en lugar de frases escritas. Las marcas de manipulación deben estar situadas en la esquina superior izquierda de los embalajes, impresas en negro y presentar una medida mínima de 10 cm”.
- Identificación de transporte: “Número de guía aérea o conocimiento de embarque, destino, número total de unidades de envío”.
- “Los productos procesados deben llevar una lista de los ingredientes procesados y el código de barras (código universal del e producto UPC)”.

ROTULADO GENERAL

Los datos del rotulado general deberá presentarse en ingles en base a las unidades de medida del “sistema anglosajón”, especificando el lugar de origen. En el etiquetado general es obligatorio ingresar la siguiente información:

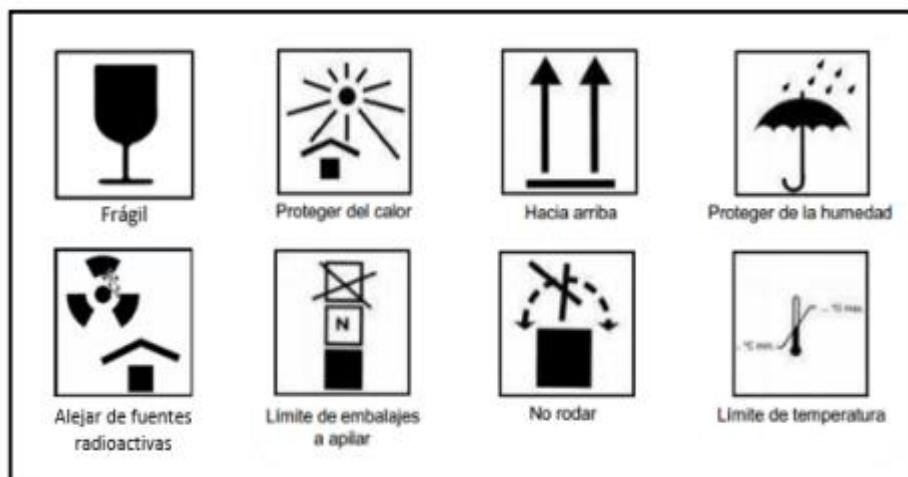
- Declaración de identidad, nombre común o usual del alimento (Naturaleza del Producto).
- Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen).
- Nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor, exportador, país de origen.

- Si fuera elaborado con dos o más ingredientes, se deberá detallar la lista completa de los ingredientes, enumerados en orden decreciente a la cantidad presente del producto por su nombre común o usual.
- Idioma (La ley exige que todos los elementos aparezcan declarados en inglés).

Normalmente se manejan símbolos internacionales estos son indicadores gráficos para la manipulación del embalaje. Estos distintivos conocidos como “pictogramas” logran determinar algunas referencias relativas sobre el producto a exportar, como ceder las indicaciones para transportar y manipular la carga. En la figura 2 se especifican las gráficas que utilizarán los empaques:

Figura 4

Pictogramas para caja.



Nota: Elaborado por el autor.

Se presenta un modelo del diseño de la caja máster para el producto “Alcachofas en frasco”

Figura 5

Caja del producto.



Nota: Elaborado por el autor.

4.4. Tiempos y costos del proceso de empaclado

Una Mesa para etiquetado = 370

Las verduras generalmente se envasan previamente y, a veces, se utilizan una variedad de recubrimientos individuales. El envase difiere de un país a otro dependiendo de si se trata de un producto para el mercado interno o externo. El peso del envase varía entre 5 y 10 kg.

Esta especie no suele estar preenvasada, pero hay disponibles envolturas individuales de película retráctil o extensible, bolsa de plástico, barqueta recubierta de material plástico o saco de malla.

El envasado es de 18 kg en caja de plástico o de 10 kg en caja de madera. Para envíos internacionales normalmente se utilizan los pallets, forrados con papel y tapado conteniendo alrededor de 7kg. Este envasado utiliza principalmente para la exportación a "Francia e Italia". Gran Bretaña y Alemania deben utilizar envases de madera conteniendo alrededor de 3,5 a 4 kg.

CAPÍTULO V

EMPAQUE

5.1. Ficha técnica de empaque seleccionado

El producto envasado de vidrio de 215 gr presenta una “rosca de 63-2030”, con cabida de “460 ml” y un diámetro de “74.75 mm” con altura de “161.14 mm”.

Tabla 23

Empaque.

Envase	Vidrio.
Altura total	100 mm.
Diámetro máximo	66 mm.
tapa	Hojalata.
Capacidad	500gr

Cierre	Twist off.
Estabilidad térmica	“No cambia sus propiedades al someterse al calor”
Hermeticidad	“Barrera perfecta entre los envases y los alimentos. Conserva color, aroma y sabor”
Integridad química	“Mínima interacción entre los envases y los alimentos”. “Conserva color, aroma y sabor”.

Nota: Elaborado por el autor.

Como se muestra en la tabla 23, las dimensiones del producto ayudarán en la distribución y el manejo, así como también permitirán a los compradores observar el producto y asegurarse de que esté en óptimas condiciones para ser consumido. Como se mencionó previamente, los consumidores españoles se han vuelto muy exigentes ya que en los últimos años la calidad de vida se ha desarrollado, Esto significa que ahora buscan no solo alimentos saludables, sino también envases y presentaciones que cumplan con los estándares de salud y seguridad, con un impacto ambiental reducido, en la figura 4 se presenta como son los para este proyecto.

Figura 6

Modelo de envase.



Nota: Elaborado por el autor.

5.2. Criterios usados para la selección del empaque

“Los consumidores españoles consideran la utilización del vidrio como un material de envasado seguro, beneficioso para la salud y respetuoso con el medio ambiente. Una encuesta realizada por ANFEVI España define la preferencia de los españoles hacia el uso del vidrio para el envase de bebidas y alimentos, considerando que los mantienen en buen estado y contribuye a una forma de vida saludable. En conclusión, el envase de vidrio es la mejor opción para la exportación de productos comestibles a España, inclusive los mismos consumidores de ese país se mostrarían dispuestos a participar en acciones que tengan como objetivo promover la utilización de este material” (Cardozo, 2018).

CERTIFICACIÓN DE LUGARES DE PRODUCCIÓN Y PLANTAS DE EMPAQUE

Actividades previas a la certificación de lugares de producción

Sistema de Monitoreo de moscas de la fruta

“Los productores interesados en exportar cítricos a España deben de incorporar sus lugares de producción al Sistema Nacional de Detección de Mosca de la Fruta establecido por el SENASA, el cual se aplica para verificar la fluctuación poblacional de moscas de la fruta en los lugares de producción destinados a exportación. Sólo se autorizará la exportación de cítricos a España, siempre que aquellos provengan de lugares de producción con bajas poblaciones de moscas de la fruta, expresados en índices poblaciones de Mosca/Trampa/ Día (MTD) igual o menor a 0.5, lo cual es verificado semanalmente” (SENASA, 2021).

“Las trampas para utilizar serán las del tipo Mc Phail con proteína hidrolizada y las Jackson con trimedlure y serán inspeccionadas cada 7 días. El sistema de trampeo estará operativo a lo largo del año. Las trampas se instalarán de acuerdo a cuadrantes ubicados en coordenadas georeferenciadas en una densidad de 1 trampa de cada tipo por cada 20 ha en todas las áreas con presencia de hospedantes, y de 1 cada 180 ha en las áreas sin hospedantes” (SENASA, 2021).

“Los lugares de producción de Limón Sutil no estarán sujetos al sistema de detección de moscas de la fruta para efectos de este Plan de Trabajo. El sistema de detección para efectos de cosecha será tomado en cuenta 6 semanas antes del inicio de la exportación” (SENASA, 2021).

Medidas de acción ante registro de MTD superiores a 0.5.

“Los productores cuyos lugares de producción tengan MTD superiores al umbral de 0.5, no podrán exportar a España. hasta que el MTD regrese a niveles aceptables, situación que el Inspector del SENASA deberá dejar escrito en la ficha de recomendaciones. En estos casos, el productor debe de iniciar en el lugar de producción involucrado la aspersion con cebo tóxico en forma de aplicación focalizada al follaje, con una frecuencia de 2 veces por semana” (SENASA, 2021).

Los lugares de producción que logren bajar los niveles poblacionales a 0.5 de MTD o menores a éste, podrán ser reintegrados a la campaña de exportación.

Registro de información

“La Subdirección de Moscas de la Fruta y Proyectos Fitosanitarios del SENASA llevará un registro que incluya todas las actividades relacionadas al seguimiento y supervisión del sistema de detección de moscas de la fruta para la exportación de cítricos y se mantendrá como mínimo hasta el término del período de exportaciones, para efectos de auditoría por parte de APHIS. Se incluirá además un registro general

(a nivel de especie) de otras moscas de la fruta que sean capturadas en las trampas y que correspondan a especies diferentes a las definidas como plagas reguladas en este documento” (SENASA, 2021).

5.3. Proceso de empaque

“En la Norma Técnica Peruana 209.451: 2005 se establecen los requisitos que deben de cumplir las conservas de alcachofas. Este documento es aplicado para las conservas de corazones, fondos, puré y pulpa o carne de alcachofas que se presentan al natural (en salmuera), en aceite o aliñadas o marinadas para su comercialización a nivel nacional o para la exportación” (Malca & Tuesta, 2019).

5.4. Tiempo y costo del proceso de empackado

Tabla 24

Costo del proceso de empackado.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
“Cajas de embalaje”	“11,244”	“16,201”	“22,062”	“28,828”	“36,214”
“Pallets de envío”	“6,039”	“8,613”	“11,682”	“15,202”	“19,063”
“SIL exportación”	“42,000”	“58,500”	“78,000”	“100,500”	“123,000”
“Strech film”	“261”	“360”	“477”	“612”	“747”
“Stickers”	“1,610”	“2,320”	“3,159”	“4,127”	“5,185”
“Esquineros”	“2,121”	“3,046”	“4,128”	“5,390”	“6,758”
“Depreciación de vehículos”	“5,500”	“5,500”	“5,500”	“5,500”	“5,500”

Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO VI

EMBALAJE

6.1. Ficha técnica de embalaje seleccionado

“El producto envasado está en el interior de una caja de cartón corrugado – caja máster”. El cartón corrugado se fabrica combinando tres papeles “externo de tapa o cara, intermedio de onda e interno contratapa o contracara”. El embalaje contendrá “una sola onda tipo B con doble pared”, que amortiguará algún golpe que pueda suceder en su manipulación. El mismo acopiara 24 envases con las siguientes dimensiones:

Tabla 25

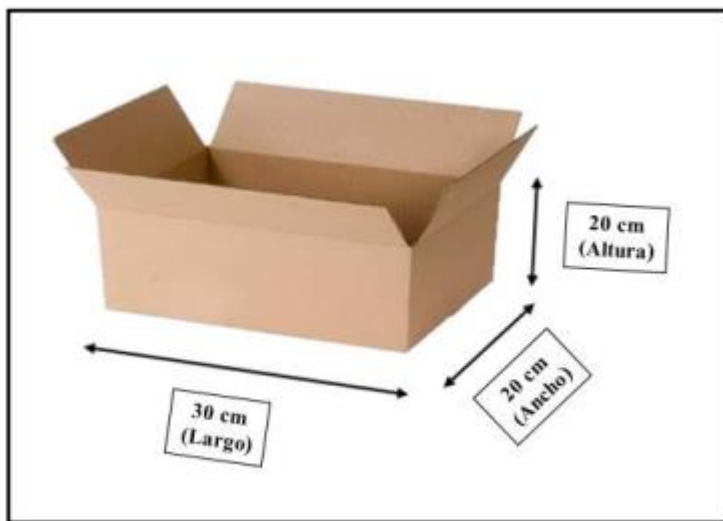
Tecina técnica de embalaje.

Caja		
“Medidas”	20*30*20	“Centímetros”
“Largo”	30	“Centímetros”
“Ancho”	20	“Centímetros”
“Altura”	20	“Centímetros”
“N° de und por Largo”	4	“Unidades”
“N° de und por Ancho”	3	“Unidades”
“Niveles”	2	“Niveles”
“N° de envases”	24	“Unidades”
“Peso neto”	4,80	“Kilogramos”
“Peso bruto”	6,40	“Kilogramos”

Nota: Elaborado por el autor.

Figura 7

Medidas del empaque del producto.

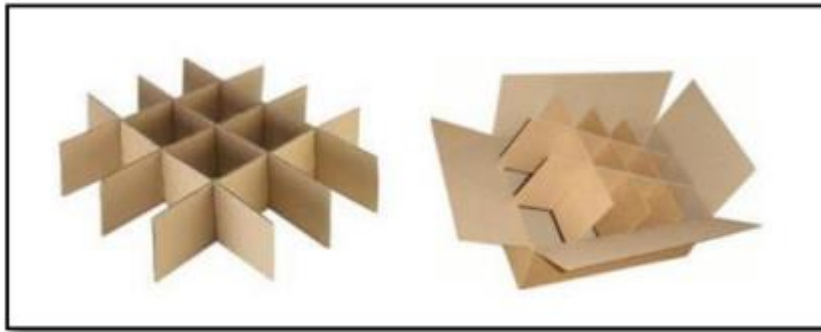


Nota: Elaborado por el autor.

Los frascos se colocan en 2 niveles, separándolos por una rejilla de cartón para darle seguridad y protección al contenido frágil y evadir su desgaste o se rompa por la manipulación.

Figura 8

Caja máster con divisiones de cartón corrugado.



Nota: Elaborado por el autor.

El objetivo de embalar es combinar y agrupar productos en cantidades iguales, dándole protección directa, también su transporte y manipulación. El empaque y embalaje deben seleccionarse de acuerdo con las características naturales del producto.

6.2. Criterios usados para la selección de embalaje

“Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía”.

“El embalaje se utiliza con el fin de integrar y agrupar cantidades uniformes del producto y protegerlos de manera directa, simplificando, al tiempo, su manejo. Los materiales de empaque y embalaje se seleccionan con base en las necesidades del producto, método de empaque, método de pre-enfriamiento, resistencia, costo, disponibilidad, especificaciones del comprador, tarifas de flete y consideraciones ambientales. Las cajas de cartón son el embalaje recomendado para los productos agroindustriales procesados. Considerar también que todo embalaje destinado al comercio internacional, compuesto de piezas de madera, debe ser tratado térmicamente o fumigado con bromuro de metilo y contar con el sello de certificación de SENASA” (Castro, 2016).

6.3. Proceso de embalaje

“El embalaje o empaque es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje. Otras funciones del embalaje son: proteger el contenido, facilitar la manipulación, informar sobre sus condiciones de manejo, requisitos legales, composición, ingredientes, etc. Dentro del establecimiento comercial, el embalaje puede ayudar a vender la mercancía mediante su diseño gráfico y estructural” (Silva, 2019).

Los modelos o tipos de embalaje secundario más habituales son:

- “Caja envolvente o Wrap around”
- “Caja expositora”

- “Caja de fondo automático”
- “Caja de fondo semiautomático”
- “Caja de madera”
- “Caja de plástico”
- “Caja con rejilla incorporada
- “Caja con tapa
- “Caja de tapa y fondo”
- “Caja de solapas”
- “Cartón ondulado”
- “Cesta”
- “Estuche”
- “Film plástico”
- “Film alveolar o Plástico de burbujas”
- “Plató agrícola”
- “Saco de papel”

Otros elementos del embalaje son:

- “Cantoneira”
- “Acondicionador”
- “Separador”
- “Fleje”

6.4. Tiempos y costos del proceso de embalaje

Tabla 26

Costo de embalaje.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
“Pallets planta”	“583”	“220”	“275”	“363”	“407”
“Jabas”	“1,949”	“965”	“1,352”	“1,645”	“1,968”
“Mandiles”	“270”	“90”	“90”	“90”	“90”
“Mascarillas”	“70”	“70”	“70”	“70”	“70”
“Desinfectantes”	“300”	“300”	“300”	“300”	“300”
“Requerimiento energía eléctrica maquinas”	“384”	“469”	“511”	“692”	“740”
“Requerimiento combustible”	“18,408”	“23,010”	“25,311”	“34,515”	“36,816”
“Comisión desembolso de leasing”	“966”	“0”	“0”	“0”	“0”
“Cuota leasing maquinarias”	“26,743”	“26,743”	“26,743”	“26,743”	“26,743”
“Opción de compra”	“0”	“0”	“0”	“0”	“1”
“Depreciación edificios (planta y bodegas)”	“3,564”	“3,564”	“3,564”	“3,564”	“3,564”
“Depreciación de equipos de planta”	“2,805”	“2,805”	“2,805”	“2,805”	“2,805”
“Depreciación de equipos de planta – diferido”	“0”	“0”	“0”	“49”	“65”

Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO VII

UNITARIZACION

7.1. Ficha técnica del contenedor seleccionado

El método mayormente utilizado en el intercambio de mercancías internacionales es la unitarización. Según Retos en Supply Chain (2022), “la unitarización” es el consolidación física de empaques en unidades de mayor capacidad de carga. La principal ventaja es garantizar la manipulación de las mercancías para que sea seguro, rápido e inseparable, considerando que cuando las mercancías están agrupadas, hay menos posibilidades de que las mercancías sean robadas o dañadas. Hay dos formas de unir las cargas: en pallets y en contenedores. Para ser exportado al lugar de destino, se cotización para enviar es de “192 cajas corrugadas”, cada caja

con “24 unidades de vidrio en 03 paletas (carga suelta - LCL)”, será enviado en barco. En la Tabla 27, se presenta los datos detallados de las dimensiones, peso, numero de mercancía que incluire la caja master y el europalet.

Tabla 27

Representación y características de la caja máster y paleta europea.

Representación grafica	Características
	“Empaque y embalaje”
	“Caja máster de cartón corrugado con una sola onda tipo B doble pared”
	“Medida de 20 cm x 30 cm x 20 cm”
	“Cantidad de unidades por caja: 24 und.”
	“Peso neto por caja: 4.8 kg.”
	“Peso bruto por caja: 6.4 kg.”
	“Unitarización”
	“Pallet de madera tipo europeo”
	“Medida: 120 cm x 100 cm x 12.5 cm”
	“Numero de paletas: 3”
	“Total, de caja por pallet: 64”
	“Total, de unidades por pallet: 1,536 und.”
“Peso neto por paletas: 307.2 kg.”	
“Peso bruto por paletas: 429.6 kg.”	

Nota: Elaborado por el autor.

En la Tabla 27, se visualiza la descripción del producto en el empaque y embalaje, así como el tamaño uniforme y la cantidad en el europalet. Estas cajas contendrán 24 und. de envases de alcachofas, se considera 64 embalajes los cuales procederán a unitarización en el europalet agrupando en total 1,536 envases.

La preparación adecuada de los productos para la venta en el destino final es de suma importancia, con ello, mediante la “unitarización” se agrupan los embalajes en cantidades mayores de carga con el fin de agilizar el transporte y asegurar el cuidado en lo que concierne su traslado. Este proceso logra disminuir los tiempos al facilitar la estiba y desestiba de la mercadería con herramientas especiales, convierte a las operación en eficiente para distribuirlo como la reducción de mermas.

Con lo anterior, se presenta las unidades unitarizadas de los envases embalados, paletizados y embarcados por año.

Tabla 28

Unitarización del producto en cajas, paletas y embarques por año.

Medidas del envase		
Diámetro	6.6	Centímetros
Altura	10	Centímetros
Peso neto por envase	200	Gramos
Caja		
Medidas de caja	20*30*20	Centímetros
Largo	30	Centímetros
Ancho	20	Centímetros
Altura	20	Centímetros
N° de unidades por Largo de caja	4	Unidades
N° de unidades por Ancho de caja	3	Unidades
Niveles	2	Niveles
Numero de envases por caja	24	Unidades
Peso neto por caja	4.80	Kilogramos
Peso bruto por caja	6.40	Kilogramos
Paleta		
Ancho	80	Centímetros
Largo	120	Centímetros
N° de cajas por Ancho de paleta	4	Cajas
N° de cajas por largo de paleta	4	Cajas
Niveles de caja	4	Niveles
Total de cajas por paleta	64	Cajas
Total de unidades por paleta	1,536	Unidades
Peso neto por paleta	307.2	Kilogramos
Peso bruto por paleta	429.60	Kilogramos
N° de paletas por embarque		
N° de unidades por embarque	4,608	Unidades
N° de cajas por embarque	192	Cajas
Peso neto por embarque	921.60	kilogramos
Peso bruto por embarque	1,288.80	Kilogramos
N° de envíos al año		
Nro. de unidades anuales	46,080	Unidades
N° de cajas anuales	1,920	Cajas
Peso neto anual	9,216.00	Kilogramos
Peso bruto anual	12,888.00	Kilogramos

Nota: Elaborado en Microsoft Excell, por el autor.

7.2. Criterios usados para la selección del contenedor

Según Danzas AEI Emirates (2022), se requiere utilizar el contenedor para una óptima exportación, siguiendo estos pasos:

- “Solicitar con anticipación el contenedor que se ajuste al producto. La disponibilidad de contenedores refrigerados no es inmediata, deben solicitarse con dos semanas de anticipación”.
- “Inspeccionar las unidades en el momento de su recibo”.
- “Conocer los tiempos libres para el cargue y descargue que otorgan las diferentes navieras”.
- “Asegurarse de tener claras y exactas las dimensiones internas del contenedor: largo, ancho, alto y peso máximo cargable en cada unidad y relacionarlas con las dimensiones y peso del empaque del producto”.
- “Prever el llenado de los espacios vacíos para evitar que la carga se mueva. La carga debe contar con amortiguación apropiada y debe ser inmovilizada con amarres o bloques”.
- “Dar instrucciones al transportador sobre su buen uso”.

Tarifas de transporte marítimo

Los productos perecederos deben transportarse en contenedores que almacenan la misma mercadería de igual especificación, al no realizarse así, su calidad puede verse afectada durante el transporte. Gran cantidad de veces, los exportadores contratan

de forma específica el contenedor para transportar de su mercadería y cancela el transporte por la cabida de este sin tomar en cuenta lo que contiene.

“El flete del transporte marítimo está compuesto por la tarifa básica más recargos”. El tarifario base se asignan las mercancías o grupos de mercancías y se cobran por “peso o volumen”, lo que sea más conveniente para el naviero, depende del tiempo y esfuerzo para cargar la mercadería. “Para el transporte marítimo la relación de estiba (peso /volumen) está dada por 1 Ton equivale a 1 m³ ó 2.000 libras a 40 pies cúbicos”. Los recargos se refieren a los costos adicionales derivados de la prestación de servicios de transporte que no están bajo el control de la empresa naviera, tales como:

- “Recargo de combustible, BAF, establecido como un valor en dólares por cada unidad de fletes (tonelada o metro cúbico)”.
- “Recargos portuarios: congestión, inseguridad, diferencial portuario y otros”.
- “Recargos por manejo de la carga en puerto de destino, THC”.
- “Comisión por flete prepago, calculada sobre el valor del flete”.
- “Documentación, elaboración del manifiesto de carga, B/L”.
- “Ajuste monetario, CAF, (relaciona el Dólar con la moneda del país de destino de la carga) y se aplica básicamente para Europa y el Lejano Oriente”.
- “Otros recargos, tales como mercancías extrapesadas o extra dimensionadas (superior a 5 toneladas por pieza y 12 metros de longitud) o gubernamentales”.

“También se señala que los costos de envío y los recargos dependen de la naviera, el tipo de carga y los volúmenes regulares que pueda ofrecer el exportador. Igualmente dependen del puerto de salida”.

7.3. Proceso de contenedorización

Es una técnica que consiste en la Mecanización y Automatización lograda a través del Contenedor con la cual se ha aumentado la Seguridad y Eficiencia del Transporte de Mercancías y propende a un mejor Control.

CONSECUENCIAS DE LA CONTENERIZACIÓN

Produjo uno de los cambios más significativos en la historia del Transporte Marítimo. La cantidad de la carga contenerizada que se moviliza, ha obligado al uso de Grúas y Aparatos Mecanizados de los más sofisticados y a la introducción de las Computadoras en el Sistema.

LA ESTANDARIZACIÓN

Debido a la gran circulación de Contenedores en el Mundo, con diferentes Medidas y Características que ocasionaban muchas dificultades en la Movilización y Transporte, fue necesario implementar un Patrón de Medida, el cual fue encomendado a la I.S.C. La I.S.C. (Organización Internacional de Estandarización) es un Instituto de prestigio Internacional especializada en investigar y recomendar Medidas de Estandarización, Calidad, Forma, etc. a todo tipo de productos (desde un alfiler hasta un avión).

Con respecto a los contenedores la I.S.C. dio recomendaciones para su Construcción, Medidas (Largo, Ancho, Altura), además de ciertas exigencias que deben portar tales como: Lugar de la Marca, Peso, del Número, etc.)

La I.S.C. para dar estas recomendaciones con todas las sugerencias de los diferentes Transportistas.

En cuanto a las Medidas Estándar recomendadas son:

Ancho de 8 pies.

Altura de 8 pies.

Largo de 10-20-30 y 40 pies.

El Peso Bruto de un Contenedor de 20 pies está fijado en 20 Toneladas Largas y el de 40 pies a 30 Toneladas Largas.

Pero no debemos olvidar, que actualmente se siguen usando Contenedores cuyas medidas son de: 24 y 28 pies de largo y 8 ½ de altura.

POR LOS SERVICIOS AL CONTENDOR

“FCL/FCL: El container es llenado y vaciado por cuenta del usuario”.

“FCL/LCL: llenado por el usuario y vaciado por la naviera”.

“LCL/LCL: llenado y vaciado por la naviera”.

“LCL/FCL: llenado por la naviera y vaciado por el usuario”.

7.4. Plano de estiba del contenedor

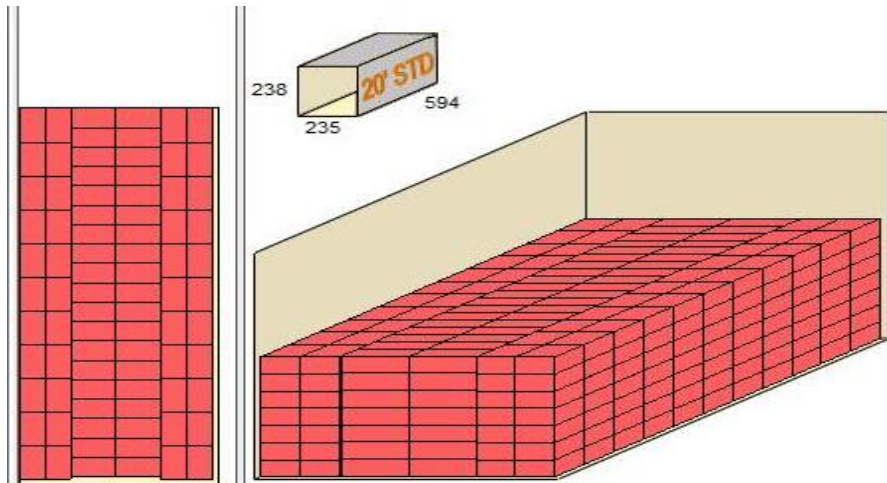
En la investigación por ser productos frescos corren el riesgo de sufrir daños lo que nos llevaría a tener un riguroso estudio previo a concluir si pueden ser estivados juntos sin sufrir daño alguno

Se debe usar el plano de carga el cual es un informe que tienen que tener todos aquellos que realicen el traslados de contenedor.

La carga de las alcachofas debe distribuirse uniformemente en el suelo del contenedor. Caso contrario, el desequilibrio podría poner en peligro el manejo de equipos.

Figura 9

Estiba del contenedor.



Nota: Elaborado por el autor.

7.5. Tiempo y costos del proceso de contenedorización

Tabla 29

Tarifas marítimas para el transporte de frutas y hortalizas.

	España	Francia
“Puerto de Salida”	C/gena	C/gena
“Tiempo de tránsito (días)”		20
“Frecuencia”		Semanal
“Contenedor Refrig. 40" USD”	3.700	3.900
“BAF USD”	100	100
“THC USD”	-	Lib Es 215
“Flete Prepagado USD”	-	-
“Documentación”	35	35

Nota: Extraído de Danzas AEI Intercontinental

CAPÍTULO VIII

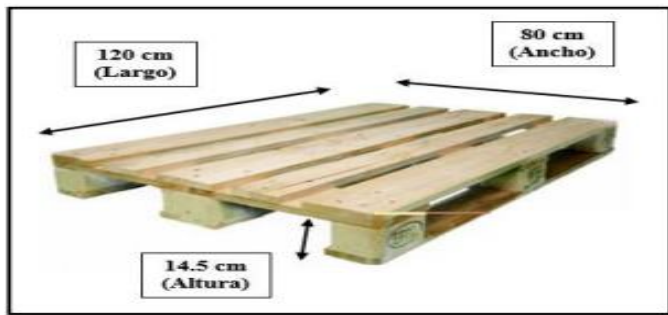
CONTENEDORIZACION

8.1. Ficha técnica de seleccionado

La ficha técnica del contenedor a utilizar es con las especificaciones estándar de mercado. Los contenedores ha utilizar para la exportación de las alcachofas deben ser de uso exclusivo para transportar las alcachofas el mismo debe cumplir con las reglas n fitosanitarias de ingreso. Es preferible un contenedor para el traslado de la alcachofa, este deberá trasladarse al lugar de destino y deberá entregar al distribuidor encargado de distribuir a los establecimientos de venta final. Para tener asegurado la mercadería, se necesitará europalet y así agilizar su manipulación, las dimensiones son de “120 cm X 80 cm X 14.5 cm y un peso de 25 kg aproximadamente”.

Figura 10

Medidas de la paleta europea.



Nota: Elaborado por el autor.

8.2. Criterios usados para la selección del pallet

Se toman en cuenta con relación a las normas que no pide el país donde se va a desarrollar la exportación. Después del proceso de empacado cajas se someten a un proceso de paletización, donde se cargan y ajustan “con cinchos bases de madera y esquineros también de madera o de fibra de vidrio” agrupados y conocidas internacionalmente como europalets, estos son considerados como las unidades de embalaje para la manipulación, estos europalets deben cumplir a ciertos estándares que están determinadas por el contenedor en que se trasladan.

“Los alimentos que ingresan a los países de la UE deben cumplir con diversas leyes y reglamentos destinados a proteger la salud humana, animal y vegetal y garantizar la calidad y seguridad de los alimentos en su destino” (MINCETUR, 2022).

“Una de las normativas para exportar al mercado español es cumplir con la norma internacional de requisitos fitosanitarios NIMF 15 para el procesado de madera sobre pallets, esta norma regula los embalajes de madera utilizados en el comercio internacional y señala los requisitos fitosanitarios para disminuir el riesgo de entrada y/o propagación de plagas asociadas a los embalajes de madera. La norma a su vez aplica a los embalajes de madera para estibar, a excepción de los embalajes fabricados con madera con un grosos hasta 6 mm. La NIMF 15 fue desarrollada por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) o “nternational Plant Protection Convetion (IPPC)” (Renovapalets S.L, 2021).

De acuerdo con Caro (2016), indica que “las medidas fitosanitarias consideraran el uso de madera descortezada para embalaje y algún tratamiento fitosanitario para prevenir el crecimiento de plagas “tratamiento térmico o fumigación con bromuro de metilo”. También, se estipula que el embalaje de madera debe estar marcado con un logotipo reconocido a nivel internacional certificando que se procesó se realizó adecuadamente”.

“Todos los embalajes de madera sujetos a medidas fitosanitarias estarán identificados mediante una etiqueta oficial que consistirá en un símbolo especial y un código ISO que identifique al país, productor o proveedor responsable del tratamiento especificado por la ONPF en el país de origen y procesamiento. código usado. Dichos símbolos y códigos forman una Marca que es reconocida internacionalmente y está disponible en todos los idiomas para identificar el paquete tratado en las inspecciones

previas a la exportación, puntos de entrada o en cualquier otro lugar. Las Organizaciones Internacionales de Protección Fitosanitaria es responsable de aprobar la aplicación del tratamiento, el uso de la marca y su visualizar claramente en la unidad embalada. Posteriormente, la ONPF aprobará la importación de embalajes de madera sin ningún requisito especial” (MINCETUR, 2022).

8.3. Proceso de contenedorización

Para Perú, todos los embalajes de madera deberán estar sellados certificando haber pasado tratamientos térmicos o fumigaciones contra plagas utilizando “bromuro de metilo”. Este certificado lo entrega SENASA cumpliendo la “Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias - NIMF 15 (Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional)” o “International Standards for Phytosanitary Measures – ISPM 15 (Guidelines for regulating Wood packaging material in international trade)”.

Con ello, se utilizarán pallets que cuenten con “la norma NIMF 15”, que cuenten con el etiquetado y certificado fitosanitario. Continuando, con la muestra de la distribución de la caja corrugada en el europalet, conteniendo 4 niveles de cajas máximos por europalet.

“Las cajas serán apiladas en un total de cuatro (4) filas tomando en consideración que serán bases de 4 x 4 cajas, obteniendo como resultado doce (16) cajas por fila y dando un total de 64 cajas por pallet”.

Seguidamente, se utilizarán un plásticos para la paletización llamados “Stretch Film” que son productos extensibles y con un buenos grados de transparencia, con el fin de juntar e inmovilizar las cajas en el europalet.

Figura 11

Paletización con stretch film.



Nota: Elaborado por el autor.

En la figura 9, se observa una muestra de paletización con “Stretch Film”, su estructura es de polietileno de poca densidad cuya firmeza mecánica y escaso grosor logra estirarlo, esto lo convierte en “un producto de bajo costo y muy útil, brindando protección del polvo y suciedad además de ser considerado apto contra las

inclemencias y condiciones climáticas de cualquier lugar, y a la vez ofrece una excelente estabilidad al pack al sujetarlo fijamente”.

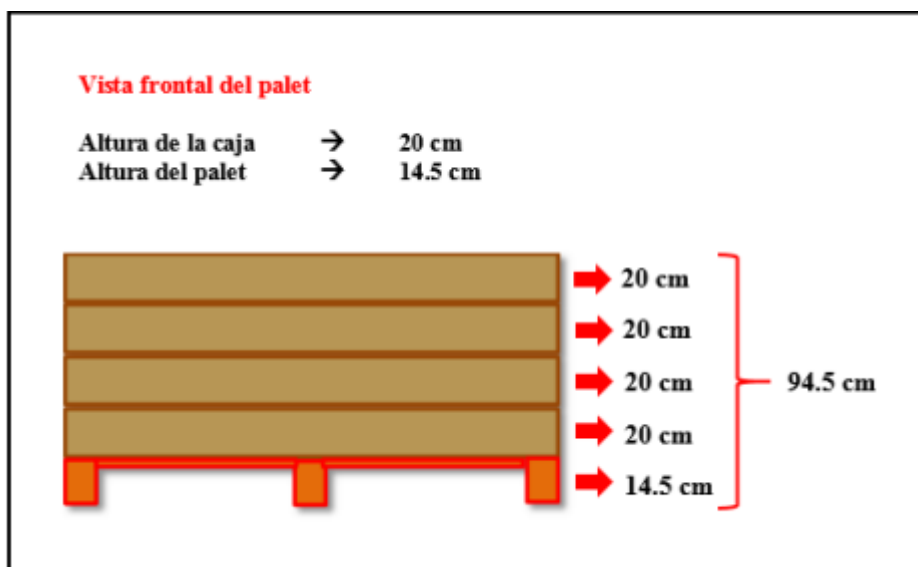
La salida del contenedor que transporta el producto final recibe el mayor control de seguridad evitando el riesgo de cualquier peligro, tanto del producto como del contenedor.

8.4. Plano de estiba del pallet

El contenedor debe tener una temperatura “de 5.5 °C, humedad relativa de 95% y ventilación 15%”.

Figura 12

Vista frontal del pallet.



Nota: Elaborado por el autor.

8.5. Tiempos y costos del proceso de paletizado

Tabla 30

Costos del paletizado.

ESTRUCTURA DE COSTOS DE EXPORTACION			
"Proyección 44000 unidades / 1 contenedor"			
CONCEPTO	FIJOS	VARIABLES	TOTALES US\$
"COSTOS DE PRODUCCION"			\$31,638.59
"Fijos 0.0227 x 44000"	\$1,000.00		
"Variables 0.6829 x 44000"		\$30,638.59	
"COSTOS DE AYUDA A LA COMERCIALIZACION"			\$280.00
"Folletos"		\$280.00	
"COSTOS DE DISTRIBUCION Y VENTAS"			
"G/Ventas"			\$40.10
"Certificaciones"		\$40.10	
"EMBALAJE"			\$220.00
"Cajas de Carton (50 cm x 30 cm x 17.5 cm)"		\$220.00	
"UTILIDADES 20% CP"			\$6,327.72
"EXWORK"			\$38,506.41
"Gastos de Exportación"			\$330.00
Otros		\$50.00	
G. Operativos		\$80.00	
C/Agente		\$200.00	
FAS			\$38,836.41
Carga y estiba			\$160.00
Desembarque			\$130.00

Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO IX

TRANSPORTE

9.1. Proveedores del transporte interno

Con relación al transporte solo será necesario para llevar la carga al puerto este punto no presenta complicaciones ya que son muchas las empresas de transporte que se encargan de dicho proceso a continuación mencionamos unas de ellas:



“Servicio de transporte diseñado para aquellas empresas que requieran traslado de sus lotes de mercadería. Contamos con unidades y personal calificado para transportar todo tipo de mercadería, en todo el país. Sistema preventivo de las unidades previniendo desperfectos mecánicos en ruta”.



Transporte exclusivo de carga en general local y nacional, servicios diarios de puerta en puerta. “Es una empresa de transporte al servicio de empresas y particulares, donde nuestro objetivo principal es mantener en forma eficaz el concepto de SOCIO CLIENTE con la convicción de interpretar, resolver e implementar soluciones integrales de transporte, acorde a las necesidades de nuestros clientes y entrega oportuna de sus productos, con herramientas tecnológicas que permiten la ubicación del vehículo en tiempo real”.



Transporte y Distribución de Carga a Nivel Nacional - Mudanzas y Embalajes



Primeros en transportar cargas pesadas y livianas. Norte, centro y sur del Perú.

- “Transporte de maquinarias, carga pesada y sobredimensionada”.
- “Certificación en seguridad y medio ambiente”.
- “Unidades monitoreadas por satélite GPS”.

- “Contamos con seguro de carga (Cía. Positiva Seguros)”.
- “Choferes capacitados”.
- “Semitrailers plataformas”.
- “Cama baja, cama cuna”.
- “Extensibles y modulares”.
- “Camiones y furgones”.

9.2. Costo de transporte interno

En Perú contamos con una difícil Geografía una de las condiciones que complica el transporte tanto. La dificultosa y gran variedad de geografías del Perú es la original situación que se muestra para el perfeccionamiento del transporte en este país, sea vía “terrestre, aéreo, marítimo o fluvial”. Pese a ello, se tienen vías que enlazan a las importantes localidades del Perú. Contando con un sistema de transporte terrestre esencialmente mediante de vías que enlazan a todos los departamentos permitiendo que se puedan movilizar de manera adecuada.

El sistema terrestre contiene más de 78.000 km de carreteras, organizadas en tres grandes grupos: “las carreteras longitudinales, las carreteras de penetración y las carreteras de enlace”. La clasificación de las carreteras está regulada por el “Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú (MTC)” y la concerniente nomenclatura se revisa en mapas viales oficiales que se consiguen por la plataforma.

Los productos trasladados en miles de camiones que alcanzan inclusive a zonas y poblados muy alejados del territorio. Las tarifas de transporte terrestre se asientan en la cantidad de producto “en el peso, la densidad, el volumen, el valor, la susceptibilidad a daños y la distancia”. Consecutivamente se muestran los tamaños de camión más usados, contiguo con el peso y el volumen máximo que logran movilizar. En la vía de transporte marítimo se muestran los contenedores más usados y que además se pueden utilizar para el envío terrestre.

Tabla 31

Costo de transporte interno.

	2 Tonelas	4 Tonelas	8 Tonelas	10 Tonelas
“Peso máximo de carga, en kilogramos”	1.814	3.628	7.257	9.071
“Volumen máximo de carga, en metros cúbicos”	7.07	14.15	28.31	33.98

Nota: Elaborado por el autor.

Tabla 32

Costo del transporte por caja/kilo.

	US\$ Caja	US\$ Kilo
Transporte	13.65	2.73
Almacenamiento y embarque	6.65	1.33
Transporte terrestre	6.45	1.25

Nota: Elaborado por el autor.

9.3. Proveedores de servicio de transporte internacional

“El transporte marítimo es el principal medio utilizado en el comercio internacional de frutas y hortalizas. Es considerado el medio más económico y especializado para la exportación de grandes cantidades de productos frescos. Dependiendo del volumen a movilizar, la operación se realiza en barcos refrigerados (*reefers*) o en contenedores equipados con sistemas de frío” (Pérez J. , 2012).

“Los barcos frigoríficos generalmente son de gran capacidad (más de 4.000 toneladas) y cuentan con sistemas eficientes para la circulación del aire y control de la velocidad de intercambio del aire. Su cargue se facilita por la disponibilidad de escotillas laterales o por el uso de correas transportadoras continuas especiales que transportan la carga desde el muelle hasta las escotillas centrales del barco y después hacia las bodegas de carga” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019).

“El contenedor refrigerado es una forma especializada de transporte de frutas y hortalizas. Cada contenedor está construido con materiales térmicos y puede contar con ductos especiales para la circulación de aire, suministrado por el sistema de refrigeración del barco (Sistema Con-Air) o con un sistema de refrigeración independiente el cual se conecta a la red de electricidad del barco (Sistema Reefer). La ventaja de estos contenedores es la posibilidad de integrarse como una carga más en las líneas donde operan los barcos porta-contenedores, que suelen

estar equipados con conexiones eléctricas para ese tipo de equipos y la posibilidad de mantener la temperatura de almacenamiento específica del producto. Existen también los contenedores refrigerados de atmósfera controlada, los cuales permiten controlar el O₂, el CO₂, la humedad relativa y la temperatura” (Jurado, 2016).

Los contenedores refrigerados tienen dimensiones estándares, todos son de 8 x 8 pies de ancho, pero pueden tener 10, 20, 30 o 40 pies de largo. Las dimensiones más usadas son las de 40 pies y en menor proporción las de 20 pies.

Tabla 33

Características de los contenedores marítimos.

Contenedor	Longitud (metros)	Ancho (metros)	Alto (metros)	Volumen Total (metros³)	Capacidad (Kg.)
“Convencional 20”	“5.90”	“2.35”	“2.39”	“33.2”	“21.500”
“Convencional 40”	“12.02”	“2.35”	“2.39”	“67.7”	“26.520”
“Reefer 20”	“5.49”	“2.26”	“2.27”	“28.2”	“21.930”
“Reefer 40”	“11.61”	“2.26”	“2.23”	“58.8”	“28.077”

Nota: Elaborado en base a información de Ro Ro Canarias (2018).

9.4. Cotizaciones de flete marítimo y aéreo

Flete a España esta cotizado según el mercado marítimo en 3, 500 euros.

CAPÍTULO X

SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL

10.1. Agentes de aduana

El servicio de aduana con el que contaremos estará a cargo de la empresa:



Escogimos esta empresa por su calidad de servicio y además por las referencias que se tiene de ella.

10.2. Costo de agenciamiento

Tabla 34

Costo de agenciamiento.

Servicio	Descripción	Costos
Visto Bueno (Bill of Lading)	“El visto bueno es un servicio que no tiene sustento técnico y por el cual cobran las agencias marítimas.”	“US\$5.0 y US\$8.0”
Transferencia electrónica del Bill of Lading	“El servicio de transferencia electrónica del Bill of Lading está incluido en el contrato de la empresa naviera, quien brinda el servicio. Sin embargo, las agencias marítimas facturan por este servicio.”	US\$40.0 por lote.
Precinto	“Exigido por Ley de Aduanas.”	“US\$6.0 por Contenedor”
Control de precinto	“Las líneas navieras exigen el control del precinto, cobrando más por este servicio que por el precinto.”	“US\$10.0 por Contenedor”
Carga y descarga	“El servicio está incluido en el contrato de flete marítimo que realizan con las empresas navieras, sin embargo, las agencias de carga y descarga cobran por este servicio, sin que lo hayan brindado.”	US\$31.0 por contenedor.
Transporte de carga	Las agencias marítimas cobran por el servicio, aunque no lo brindan.	US\$40.0 por contenedor.
Limpieza de contenedores	Servicio obligatorio.	US\$20.0
Se considera contenedor de 20 pies		

Nota: Elaborado por el autor.

10.3. Aseguradoras

“La seguridad es un elemento fundamental en el transporte de productos. Su principal fin es el de asegurar los productos frente a los riesgos que la pudieran suceder durante el traslado, conteniendo etapas intermedios de almacenaje y operaciones conexas como la carga y descarga. El seguro de transporte es el tratado por el cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidas, ya sea al material de transporte y/o a los objetos transportados. Mediante el seguro, una vez ocasionado el siniestro, se le repone al asegurado “un monto económico – patrimonial equivalente al costo de la mercancía, dependiendo la cobertura del seguro” (Grupo Cabeza, 2022).

La empresa con mayor reconocimiento y garantía es la empresa MAPFRE que cuenta con el seguro de Importación y exportación de MAPFRE para empresas.

10.4. Póliza de seguros (cobertura y costo)

La empresa estará obligada a obtener un seguro con la mínima cobertura, a favor del cliente hasta el puerto de destino acordado.

Los documentos utilizados son:

“**Cartas de Crédito**, que implica una alta interacción entre entidades bancarias, lo que implica el congelamiento de los fondos del importador para garantizar el pago. Esto operación le genera al exportador un bajo riesgo a un alto costo.”

“**Transferencia bancaria**, en donde el Banco del Exportador tramita la cobranza contra la presentación de documentos de exportación. Esta operación representa un riesgo moderado para el exportador, a un costo igualmente moderado.”

“**Remesas directa**, en donde el importador envía o remesa una cantidad de dinero determinada en favor del exportador, con lo cual este adquiere un alto riesgo, pero a un bajo costo.”

10.5. Terminales de almacenamiento

Tabla 35

Relación de almacenes.

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Barcelona	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	23
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Buenaventura	Balboa-Panamá, Algeciras-España	25
Valencia	Cartagena	Algeciras-España	21
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	22
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Buenaventura	Balboa-Panamá, Port Tangier-Marruecos	23
Algeciras	Cartagena	Directo	18
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	18
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	15
	Buenaventura	Balboa-Panamá	20
Cadiz	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	17
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Santa Marta	Cartagena-Colombia, Caucedo-República Dominicana, Algeciras-España	24
	Buenaventura	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	25
Bilbao	Cartagena	Rotterdam-Países Bajos	17
	Barranquilla	Cartagena-Colombia-Rotterdam-Países Bajos	21
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	24
	Buenaventura	Posorja-Ecuador, Rotterdam-Países Bajos	26
Las Palmas	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Barranquilla	Cartagena-Colombia-Rotterdam-Países Bajos	25
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Buenaventura	Balboa-Panamá, Algeciras-España	25
Santa Cruz de Tenerife	Cartagena	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	14
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	21
	Buenaventura	Balboa-Panamá, Algeciras-España	26

Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO XI

INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCION FISICA EN EL PAIS DESTINO

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

En este instante, el traslado de mercancías por vía marítima entre “Perú y España” es guiado por líneas navieras, estas brindan servicios para el recorrido con periodicidades semanales y un tiempo de travesía “entre 18 y 35 días”.

Tabla 36

Operaciones de líneas navieras entre Perú y España.

Puerto origen	Puerto destino	Naviera	FREC.	T/T	Servicio	Agente	Teléfono	Web
CLL	Valencia	HAPPAG LLOYD	Semanal	25 días	Las líneas cuentan con naves portacontenedores de servicio regular. DATA	Happag Lloyd	(0051-1) 317-4100	www.happag-lloyd.com
CLL		HAMBURG SUD	Semanal	17 días		Hamburd SUD Perú	(0051-1) 610-7500	www.hamburgsud.com
CLL		MAERSK LINE	Semanal	18 días	Los servicios que ofrecen son transporte de mercancías en contenedores:	Ian Taylor & Co.	(0051-1) 615-5000	www.iantaylor.com
CLL		CSAV	Semanal	18 días	20'	CNP	--	www.cnpsa.com
CLL		CCNI (Compañía Chilena de Navegación Interoceánica)	Semanal	17 días	40'	Agunsa	(0051-1) 628 9355	www.agunsa.com.pe
CLL		MSC (MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY)	Semanal	18 días	Standard	MSC Perú	(0051-1) 651-1363	www.mscterubol.com
CLL	Barcelona	HAPPAG LLOYD	Semanal	35 días	40' high cube	Happag Lloyd	(0051-1) 317-4100	www.happag-lloyd.com
CLL		MAERSK LINE	Semanal	28 días	40' high cube reefer.	Ian Taylor & Co.	(0051-1) 615-5000	www.iantaylor.com
CLL		CSAV	Semanal	27 días		CNP	(0051-1) 611-9403	www.cnpsa.com
CLL		CMA CGM	Semanal	25 días	Open top (sujeto a disponibilidad)	B&M Marítima Perú	(0051-1) 651-1363	--
CLL		MSC (MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY)	Semanal	30 días	Flat rack (sujeto a disponibilidad)	MSC Perú	(0051-1) 651-1363	www.mscterubol.com

Nota: Extraído de MINCETUR (2022).

“En el caso del traslados de productos por vía aérea, se tiene diversos vuelos directos entre Perú y España. Todos los vuelos de transporte de mercancías por vía aérea entre Perú y España salen del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez en Lima y tienen como destino final principal el Aeropuerto Adolfo Suarez de Madrid – Barajas. El trayecto aéreo entre Perú y España puede durar entre 12 y 183 horas. Las importantes aerolíneas que ofrecen los envíos para exportar de Perú a España se listan en el siguiente cuadro” (SIICEX, 2009).

Tabla 37

Operaciones de líneas aéreas entre Perú y España.

Línea aérea	Vía	Frecuencia	Servicios	Portal de la empresa (servicio de carga)
Iberia	Madrid	5 veces por semana	Pasajeros, carga y correo	IBERIA Cargo www.iberia-cargo.com
Lan Cargo	Madrid	5 veces por semana	Carga y correo	LAN Cargo www.lancargo.com
Klm	Ámsterdam	Diario	Carga y correo	Air France-KLM Cargo www.af-klm.com
Air France	París	Diario	Carga y correo	Air France-KLM Cargo www.af-klm.com
American Airlines	Dallas	Diario	Carga y correo	American Airlines Cargo www.aacargo.com
American Airlines	Miami	Diario	Carga y correo	www.aacargo.com
United Airlines	Houston	2 veces por semana	Carga y correo	United Airlines Cargo www.unitedcargo.com
United Airlines	Newark	2 veces por semana	Carga y correo	www.unitedcargo.com
Air Europa	Madrid o Barcelona	Diarios	Carga y correo	Air Europa Cargo www.aireuropa.com
Avianca	Bogota o Madrid	Diarios	Carga y correo	Avianca Cargo www.aviancacargo.com/index.aspx

Nota: Extraído de MINCETUR (2022).

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

Los servicios de vuelo señalados en la tabla 37 pertenecen a operaciones regulares. En período alto para exportar “sobre todo de productos perecibles”, se tiene una gran oferta de vuelos no regulares ofrecidos por “aerolíneas de carga exclusiva” a los importantes mercados de UE. También, los servicios para conectar señalados en la tabla 37, sólo se describen a los usados por una misma aerolínea. “No se considera los vuelos en código compartido”, “ni que contengan acuerdos interlínea u otras formas de cooperación entre aerolíneas”. Más aún, los costos de asistencia no han

sido comprendidos dado que cambian sin previo aviso y habría que ser renovados con constancia.

Para mayor estudio con relación a las empresas que ofrecen servicios de carga “manejo y recepción”, servicios de rampa “equipos de apoyo terrestre en plataforma”, “terminales de almacenamiento, manejo de productos perecederos y frescos, FBO/operador de base fija y servicios relacionados” desde el “Perú a España” y otros lugares a nivel internacional, se requiere consultar “la sección de Servicios de Carga en el portal del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez”.

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

Tabla 38

Tarifas Vigentes Sobre Servicios Portuarios.

CALLAO	Exportaciones		
CONCEPTO	20 DV, 40 DV, 40 RF	Anotaciones	TOTAL
“B/L Transmission Fee”	“\$43.28”	“Más IGV x BL”	“\$51.50”
“Verificación de Precinto”		“Más IGV x ctr”	“\$14.00”
“Movilización de Carga (Lift On)”		“Exento IGV x ctr”	“\$50.00”
“Seguro de Contenedor”		“Más IGV x ctr”	“\$25.21”
“Visto Bueno FCL (Máster)”	“\$8.40”	“Más IGV x BL”	“\$10.00”
“Visto Bueno FCL (Hijo)”	“\$12.71”	“Más IGV x BL”	“\$15.12”
“Emisión BI Importación”		“Más IGV x BL”	“\$20.00”

Nota: Elaborado por el autor.

“Cambio de Factura”	“\$5.00”	“Más IGV x Factura”	“\$5.95”
“Penalidad por Pago Extemporáneo de Servicio”	“\$50.00”	“Más IGV x BL”	“\$59.50”
“Colocación de Precintos”	“\$11.77”	“Exento IGV x ctr”	“\$14.00”
“Movilización de Carga (Stacking)”	“\$50.00”	“Exento IGV x ctr”	“\$50.00”
“Envío Matriz Extemporánea”	“\$42.02”	“Más IGV x BL”	“\$50.00”
“Corrección BL ante Aduana”	“\$20.00”	“Más IGV x BL”	“\$23.80”
“Corrección en BI Original”	“\$50.42”	“Más IGV x BL”	“\$60.00”
“Re-emisión de BI”	“\$16.81”	“Más IGV x BL”	“\$20.00”
“Colocación de Stickers”	“\$12.00”	“Más IGV x ctr”	“\$14.28”
“Gastos Administrativos por Sobrestadía”		“Más IGV”	
OTROS			
“Trámite de Autoliquidación (I)”	“\$12.71”	“Más IGV x BL”	“\$15.12”
“Atención al Expediente (II)”	“\$20.00”	“Más IGV x BL”	“\$23.80”
“Declaración Única de Importación”		“Más IGV x BL”	“\$17.85”
“Apertura Vaciado y Lavado de Contenedor (IV)”		“Más IGV x ctr”	“\$238.00”
“Solicitud de Envío y Transporte de Documentos”	“\$10.00”	“Más IGV x docum.”	“\$11.90”
“Gastos Administrativos (Cheques devueltos)”	“\$16.81”	“Más IGV x cheque”	“\$20.00”

“(I) Rectificación vía electrónica (Imp y Exp), se deja de aplicar este cobro en el caso de la Diferencia de Peso”

“(II) Rectificación vía electrónica (Imp y Exp)”

“(III) Descargas Directas de Depósito vía Expediente”

“(IV) Cliente solicita Cambio de Condición de FCL a LCL”

“Inspección o (Supervisión)”

CASO DE EXPORTACION DE ALCACHOFAS

EMPRESA EXPORTADORA : CAMPOSOL
DESCRIPCION : , Frasco500 Salmuera,
PAIS ORIGEN : PERU (CALLAO)
PAIS DESTINO : ESPAÑA

DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

PAIS EXPORTADOR

SALIDA DE LA CARGA EMPRESA CAMPOSOL
CA. FRANCISCO GRAÑA 155 URB. SANTA
CATALINA, LA VICTORIA, LIMA, LIMA

TRANSPORTE INTERNO LICSA

HASTA ALMACEN Av. Avenida Néstor Gambeta #358

TRANSPORTE INTERNACIONAL

LINEA NAVIERA: MEDITERRANEAN SHIPPING CO.PERU S.A.C.

TIEMPO DE TRANSITO: 25 DIAS

LLEGADA AL PUERTO DESTINO: PUERTO DE NEW YORK

PAIS IMPORTADOR

TRASLADO AL ALMACEN Eastern Warehouse 200 Mohawk
St. Port Newark

TRANSPORTE INTERNO

LLEGADA LOCAL DEL IMPORTADOR ESPAÑA

11.4. Proceso de importación y nacionalización en el país destino (flujograma con costos y tiempos)

“El mercado norteamericano es uno de los mercados más grandes y competitivos del mundo, con un elevado poder adquisitivo, una gran diversidad cultural y racial y una marcada tendencia hacia un consumo de productos más sanos y naturales, en donde la alcachofa, con propiedades benéficas para la salud, presenta un gran potencial” (Ortiz, 2013).

“Si bien las alcachofas se producen en España pri8 se plantaron y cosecharon un total de 8.800 acres de alcachofas, el 75% de las plantaciones se ubica en el condado de Monterey, zona de Castroville, que se conoce como la capital mundial de la alcachofa), el producto conservado que se vende en tiendas minoristas no se procesa en el país y debe ser importado principalmente de Perú de España y Chile” (SIICEX, 2009).

“En el año 2014, hubo 1 025 aperturas de establecimientos de venta minorista de alimentos (248 pertenecieron al formato de tiendas de descuento), frente a las 768 del año 2013, siendo la cifra más alta de los últimos cinco años. En cuanto a superficie de ventas, en el año 2014 se observó un incremento del 22,7%, alcanzándose un total de 446 152 m², donde el 23% correspondió a la actividad de tipo franquicia” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019).

“En el 2014, se registraron 792 cierres (254 854 m²). Además, 28 establecimientos minoristas (32 973 m²) que tenían un modelo comercial que fluctuaba entre el supermercado y el cash & carry, terminaron por incluirse en el segmento mayorista, debido a que su fórmula comercial es más cercana a este segmento e incluso son centros abiertos a todo tipo de público. Este traspase ha favorecido las estadísticas del segmento mayorista, que presentaron un incremento del 5% al cierre del año. De

no haber ocurrido esto, el crecimiento hubiera sido sólo del 2,9%” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019).

Como resultado, había 659 establecimientos cash-and-carry en total al final del ejercicio (35 más que en 2013), y esos mismos establecimientos generaron un total de 1.524.896 m² de espacio de ventas. El 26% de los establecimientos propiedad de minorías que operaban bajo el sistema de franquicias representaban el 11,8% de todos los establecimientos minoristas. La gestión de franquicias tipo sigue avanzando, pero el crecimiento se ha ido desacelerando en el ejercicio más reciente.

La industria alimentaria en España está organizada en cuatro canales principales de comercio: hipermercados, supermercados y autoservicios, establecimientos que ofrecen descuentos y tiendas especializadas.

11.5. Requisitos para importar muestras sin valor comercial

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

“Todos los productos alimenticios que se comercializan en España deben cumplir con los patrones de salud y seguridad de los alimentos establecidos bajo la Ley Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos (*Federal Food, Drug, and Cosmetic Act - FD&C Act*). En España, la normativa relacionada con la importación de productos agroindustriales procesados no se encuentra centralizada en una sola entidad sino en diferentes organismos” (FDA, 2018).

1) Barreras al Comercio

“España es un país con mercado abierto y con un gran potencial. Esta apertura sin embargo oculta áreas donde barreras de tipo técnico sanitario y fitosanitario dificultan la exportación, especialmente cuando debe cumplirse con normativa tanto de nivel federal y en algunos casos, de su carácter estatal. Asimismo, por su envergadura y sofisticación es un país que requiere una importante inversión para su penetración y una labor continuada para mantener cuota de mercado” (FDA, 2018).

- Cuotas

Las cuotas de importación son importes específicos establecidos para la importación de bienes durante períodos de tiempo específicos y son administrados principalmente por la Aduana de España.

Ésta se divide en dos: Tarifa arancelaria tradicional y Cuotas arancelarias.

- Regulaciones a la importación de algunos productos

“Las regulaciones y requerimientos especiales para la importación de productos dentro del mercado de Estados son esencialmente aplicados para la protección de la seguridad nacional y su economía, la conservación de la vegetación doméstica y la vida animal; así como para salvaguardar la salud de sus consumidores. Algunas de estas regulaciones, adicionales a las establecidas por la aduana de los España, consisten por ejemplo en prohibir y/o limitar la entrada de productos, establecer puertos específicos para el ingreso de mercancías y aplicar normas sobre marcado y etiquetado. Esto aplica a todo tipo de importaciones, incluyendo aquellas hechas por correo” (FDA, 2018).

Hay normas reglamentarias para productos específicos como leche, queso, productos que contienen lactosa, frutas, verduras y nueces, así como animales vivos, alimentos, medicamentos, cosméticos, madera y muebles, cueros y otros artículos hechos de cuero, textiles, productos químicos, tecnología de la información, equipos médicos,

energía y protección al consumidor. A continuación, se ofrece una breve descripción de estos.

- Los alimentos, medicamentos y productos cosméticos deben cumplir con las regulaciones de la FDA, así como con las normas de salud y seguridad, y deben someterse a una inspección al ingresar a España.

Bioterrorismo: “Los productos alimenticios exportados hacia los Estados Unidos o que hagan tránsito a través de este país, deben cumplir las disposiciones de la Ley 107 - 188 sobre la seguridad de la salud pública y la preparación/ respuesta al Bioterrorismo, expedida por el gobierno estadounidense en junio de 2002. Esta Ley implica que las empresas exportadoras a España de productos agroindustriales deben registrarse ante la FDA (Food and Drug Administration) y deberán mantener archivos que permitan realizar la trazabilidad de todos los insumos del producto” (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2022).

Impuestos al Valor Agregado

“Toda mercancía que ingresa a los España está sujeta a arancel o está exenta de ellos, se pueden imponer derechos ad valorem, específicos o compuestos. Los derechos ad-valorem que son los más comunes, equivalen a un porcentaje del valor de la mercancía, los derechos específicos se aplican por unidad de peso o de otra cantidad (por ejemplo; 17 centavos de dólar por decena). Los derechos compuestos representan la combinación de los derechos advalorem y de los específicos (por ejemplo, 0,7 centavos por kilogramo más el 10 por ciento ad-valorem)” (Finanzas, 2021).

Cada estado tiene la autoridad para establecer su propia tasa de impuesto a las ventas, lo que significa que la cantidad pagada dependerá del estado al que se importan los bienes. Sin embargo, el impuesto sobre las ventas promedio es del 6%

del valor total del mercado. El alcohol y el tabaco están sujetos a un impuesto sobre el consumo.

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

Tabla 39

Datos de contacto de importadores.

Nº	EMPRESA	UBICACIÓN	CONTACTO
1	ALCACHOFAR S.L.	CALLE DIEGO DE RIAÑO, 5, SEVILLA, 41004, SEVILLA	
2	GONZÁLEZ GARCÍA HNOS. S.L.	Ctra. San Fulgencio - Elche, km 4 - 03177 San Fulgencio (Alicante) - España	www.sanful.com admon@sanful.com 966 794 253
3	CONSERVAS ALMANAQUE	Raimundo Lanos 41 31261 Andosilla, Navarra	www.conservasalmanaque.com 948 690 683
4	CONSERVAS MARTÍNEZ GARCÍA	Au. Río Segura, Parc. 27-28 Poligono Industrial de Ceuti 30562 Ceuti Murcia España / Spain	www.cmgsi.com info@cmgsi.com 968 687 683
5	FRANCISCO MARTÍNEZ LOZANO S.A.	CANNED FOOD P.O. BOX 223 - 30530 Murcia-Spain	www.martineglogano.com info@martineglogano.com
6	VICTORIA MIXED PICKLES S.L.	Carretera Alicante Murcia, 2 03300 Orihuela, Alicante	victoriamixedpickles.com info@victoriamixedpickles.com 966 74 28 58
7	GLOBALIA FOODS S.L.	C/Profesor Joaquín Abellán, 39. Entresuelo, 2. 30500 Molina de Seguro (Murcia)	www.globaliafoods.com glabalia@globaliafoods.com 639 624 776
8	CENTRO SUR	Carretera de la estación s/n 18360 Huétor- Tájar Granada	www.centro-sur.es info@centro-sur.es 958 332 020
9	CONSERVAS FERRER	PoL. Ind. Santa Anna. Crta Santpedor a Navarcles Km4 08251 Santpedor Barcelona España	www.c-ferrer.com 938 72 512
10	CAMPO RICO	Carretera de Burguillos-Villaverde Parque Empresarial Cuarto de la Huerta s/n 41220 Burguillos Sevilla	www.camporico.com info@huertocamporico.es 955 738 980

Nota: Elaborado por el autor.

Tabla 40

Gremios de interés.

Oficina/Gremio	Ubicación	Teléfono/otros	Web
MERCASA. Servicio Público a la cadena alimentaria.	Paseo de la Habana 180 – 28036, Madrid - España	Tel: + 34 913 500 609. Fax: + 34 913 504 304	mercasa@mercasa.es
FEPEX. Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas.	--	--	www.fepex.es
FRUIT ATTRACTION Feria Internacional del sector de frutas y hortalizas. Fecha: 15 al 17 de octubre de 2014.	Madrid	--	www.fruitattraction.ifema.es
BIOCULTURA Feria de productos ecológicos y consumo responsable. Hay varias ferias a lo largo del año en distintas ciudades (Valencia, Barcelona, Bilbao y Madrid).	--	--	www.biocultura.org

Nota: Elaborado por el autor.

CAPÍTULO XII

DISTRIBUCION

12.1. Mapeo de la secuencia comercial proveedor-consumidor.

Figura 13

Mapeo de secuencia comercial.



Nota: Extraído de Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM).

12.2. Identificación y descripción de canales de distribución.

12.2.1. Canales de distribución

En la venta de productos frescos, se presentan los siguientes eslabones o figuras intermediarias:

BROKERS:

“Son agentes independientes que facilitan la venta de un producto, sin tomar posesión de él. Pueden actuar por cuenta del importador o exportador. En general, se especializan en un área geográfica determinada y en una familia de productos, conociendo de esta forma el negocio en profundidad. Por lo general trabaja con contrato y a comisión que por lo general es entre 3% a 8%, se pacta a plazo fijo, estableciendo las condiciones de venta y otras cláusulas de interés (territorio que comprende, compensaciones, causales de término del contrato, etc.)” (MINCETUR, 2022).

Aspectos que considerar cuando se negocia con un broker:

“Fuerza de venta”.

“Antecedentes (empresas que ha representado, participación de mercado)”.

“Referencias comerciales y bancarias”.

“Territorio que abarcaría”.

“Líneas de productos que representa (pueden ser de amplia cobertura o todo el espectro alimenticio o exclusivamente de productos naturales o con certificación orgánica, kosher o de comercio justo)”.

“Experiencia con empresas extranjeras (sudamericanas especialmente) y con el tipo de producto específico”.

“Nichos de mercado que cubre”.

“Volumen de ventas actuales”.

“Estrategias para penetrar nuevos mercados y/o nichos de mercado”.

“Estrategias para introducir nuevos productos”.

Entre los servicios básicos que prestan están los siguientes:

“Búsqueda de nuevos clientes”.

“Ayuda en el proceso de introducción de un producto. Normalmente tienen contactos con los supermercados y conocen al personal encargado de dar el visto bueno a un producto, por lo que su intermediación puede ser clave” (Verastegui, 2020).

“Entregan información general de mercado respecto a las nuevas tendencias. Permiten al exportador estar al tanto de las novedades del mercado, sin quedar aislado de este una vez que se realiza una venta” (Verastegui, 2020).

“Se encargan de que los distribuidores repartan el producto en forma efectiva, sin dejarlo de lado. Considerando la variedad y número de marcas que conforman el portafolio de cada distribuidor, resulta poco usual que estos presten atención especial a cada producto, motivo por el cual, a medida que la competencia aumenta, la ayuda de un broker se considera cada vez más imprescindible para la subsistencia en el mercado” (Verastegui, 2020).

“Recuerdan e insisten a los supermercados o minoristas para que establezcan nuevas órdenes de compra o pedidos. En determinadas oportunidades el producto queda en la lista de los catálogos de compra internos de los establecimientos, sin que la persona a cargo de pedirlo a la central de compra lo haga. De esta manera, si el producto está

en el catálogo interno de un establecimiento, el broker se encarga de que se haga el pedido” (Verastegui, 2020).

“Finalmente, se preocupan de que los productos estén expuestos de formas atractivas y marcadas correctamente en las estanterías de los establecimientos”.

“En general los broker trabajan bajo comisión, la que varía entre un 2% y 5%, dependiendo del tamaño de cliente, volumen de ventas, etc”.

Con respecto a los factores que se deben considerar en el caso de querer trabajar con un broker, los siguientes se consideran prioritarios:

“Nivel de especialización geográfica”.

“Contactos personales y experiencia en la venta a los supermercados”.

“Experiencia con el producto o con productos de comercialización similar”.

Tamaño de la empresa. “Lógicamente las grandes firmas cuentan con la ventaja de disponer de una red de contactos valiosa y de importante tamaño, sin embargo, su desventaja radica en el tamaño del portafolio de productos, el que sin duda debe ser bastante extenso, no pudiéndole otorgar el tiempo óptimo a cada uno de ellos. A la inversa, firmas más pequeñas pueden tener un interés por comercializar el producto mayor, pero como contraparte menor influencia en el mercado para conseguir la venta del producto” (Diario del exportador, 2020).

AGENTE:

“Es un empleado de la empresa, que además de las responsabilidades precedentemente indicadas, normalmente tiene poder de decisión, contando con poder notarial para comprometerse en representación de la empresa proveedora.

Generalmente percibe sueldo y comisión por ventas, que puede ser similar a la del broker” (Verastegui, 2020).

DISTRIBUIDOR:

“Encargado de proporcionar el apoyo y servicios asociados que permiten transportar y vender el producto. Normalmente lleva el inventario, cuenta con personal para su cuidado y planea con el agente, si lo hay, los programas promocionales de penetración al mercado. Márgenes aplicables van entre 15% a 25%” (Salazar & Morales, 2020).

“Su función consiste en el almacenamiento y distribución de las mercancías, ya sea entre la red de contactos del importador o la propia, en cuyo primer caso no realiza un esfuerzo de venta. Pueden especializarse en una categoría de productos o adquirir multitud de ellas, sin embargo, su función es únicamente logística. Entre sus labores está el traslado de productos hacia las centrales de compra de los supermercados” (Salazar & Morales, 2020).

“De esta forma, en caso que el importador no haga esfuerzos de venta, la labor del distribuidor es fundamental para lograr la rotación de la mercancía. De él dependerá que el producto sea pedido y no quede almacenado. En caso de no ser vendido después de un determinado tiempo, este deberá ser liquidado por no ser interesante ni rentable. En general cobran un 30% sobre el precio de adquisición al importador” (Orengo, 2017).

“Los distribuidores especializados (por ejemplo, de productos naturales, orgánicos, kosher o mercado justo) compran productos a los procesadores, importadores o comerciantes mayoristas y también proporcionan la entrega directa de los productos

a establecimientos que proveen servicios de alimentación (restaurantes, hoteles, escuelas, hospitales) o a mercados al por menor (supermercados, mercados de pescados). En general, los distribuidores no pasan mucho tiempo "vendiendo" nuevos artículos y especies o desarrollando nuevos mercados. Hay dos tipos de distribución, los distribuidores de amplia cobertura (Broadline) y los distribuidores especializados en productos naturales" (Orengo, 2017).

"Los distribuidores de amplia cobertura (Broadline) se especializan generalmente en el mercado de servicios de alimentación o en los supermercados y sirven a la industria de servicios de alimentación ofreciendo muchos productos alimenticios y artículos para la mesa y cocina a restaurantes, hoteles, hospitales, escuelas, cruceros y otros establecimientos donde el alimento es preparado, vendido o servido" (Quispe, 2021).

"Por otro lado, los distribuidores de amplia cobertura que venden al por menor proveen a los supermercados de una comprensiva gama de productos, aunque menos extensa en cuanto a variedad. En muchos casos, los distribuidores de amplia cobertura que trabajan al por menor son cooperativas controladas por un grupo regional de supermercados independientes" (Quispe, 2021).

"Los distribuidores especializados de productos naturales, comercian una gama muy amplia de especies y productos para satisfacer los requerimientos de clientes individuales y adquieren sus productos de diversas y numerosas fuentes, incluyendo procesadores domésticos, importadores, comerciantes mayoristas, y en algunos casos de otros distribuidores. Los distribuidores especializados abastecen las necesidades de los principales restaurantes y los hoteles; también atienden supermercados y tiendas especializadas" (Quispe, 2021).

"Los distribuidores especializados proveen a sus clientes con información valiosa respecto de la oferta y demanda de productos naturales. Se espera que ellos sean

expertos respecto a los productos que ofrecen. Sin embargo, en la mayoría de los casos, es el cliente el que en última instancia decide la mezcla de productos requeridos” (Salazar & Morales, 2020).

IMPORTADOR:

“Son las empresas encargadas de que los productos exportados pasen los trámites de aduana del país de destino, para ser llevados bien sea al lugar de destino de venta o a bodega. En general y considerando que toma posesión del producto, es común que se interese en la venta del mismo, colaborando por tanto en la búsqueda e identificación de nuevos clientes” (MINCETUR, 2022).

“El margen cargado por los importadores se sitúa en alrededor de un 30%, dependiendo de variables como el tipo de producto y segmento al cual se dirigirá el producto. Entre sus clientes están: centrales de compra de supermercados, distribuidores, cadenas de tiendas, etc” (MINCETUR, 2022).

IMPORTADOR – DISTRIBUIDOR:

“Se encargan de la importación, despacho en aduanas, bodegaje, búsqueda y detección de clientes y distribución hacia ellos. El margen cobrado por este tipo de empresas se estima entre un 40% y 50% sobre el precio del productor. Su ventaja radica en que el precio final resulta más competitivo, considerando que se evita el trabajo de un agente. Asimismo, se puede hacer seguimiento y por tanto tener mayor control del proceso de comercialización del mismo” (SIICEX, 2009).

OTROS:

“Empresas procesadoras de productos alimenticios (que utilicen este tipo de productos como materia prima), Industria alimenticia, restaurantes y cadenas de restaurantes, hoteles, instituciones, gobierno, etc”.

“Mayoristas de todo tipo de productos para restaurantes/hoteles”.

“Importancia de sector Foodservice (abastece a restaurantes, hoteles y compradores institucionales)”.

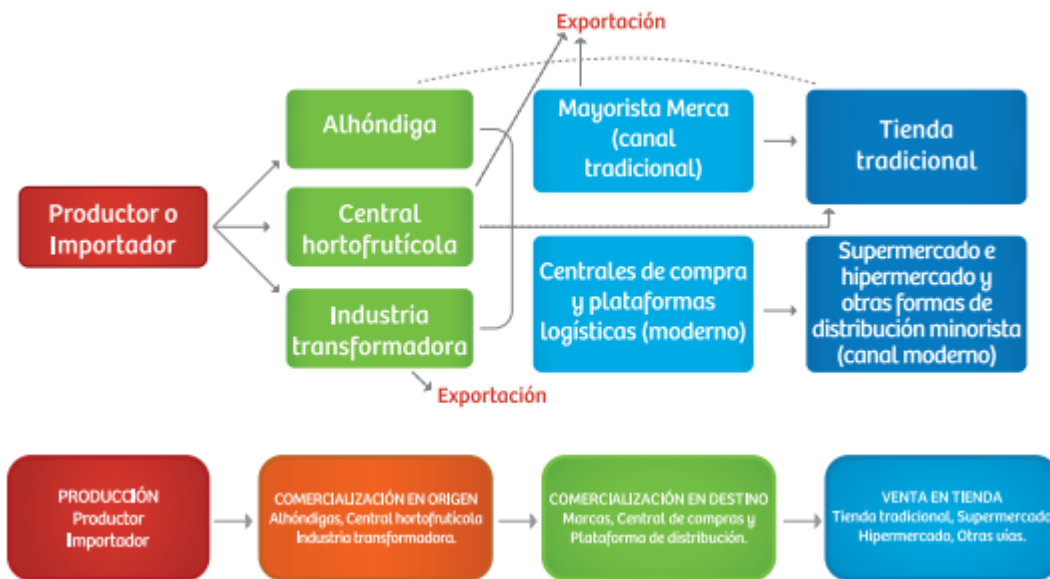
“Este es un mercado de grandes dimensiones y de elevado potencial (representa más del 45% del consumo de alimentos en los EE.UU)”.

“Las operaciones del Foodservice se distribuyen en tres grandes grupos: los servicios de distribución a restaurantes comerciales, distribución a restaurantes no comerciales y servicios a restaurantes militares. Los restaurantes de servicio completo (Fullservice) y los de servicio limitado (Quickserve) representan el 62% de todas las ventas que hace el Foodservice en alimentos y bebidas” (Aduanet, 2022).

“Los restaurantes de servicio completo (fullservice) pueden ser a su vez subdivididos en segmentos de acuerdo al precio promedio del menú y los temas. Estos segmentos incluyen los restaurantes de mantel blanco, ocasionales (dinnerhouse) y los restaurantes familiares” (Aduanet, 2022).

Figura 14

Canales de distribución.



Nota: Elaborado por el autor.

12.3. Canal con mayor flujo comercial para las importaciones del producto

MERCADONA

“Mercadona busca establecer relaciones estables con sus proveedores. En este sentido ha iniciado en los últimos años una apuesta por el sector primario para construir una cadena agroalimentaria sostenible, que opera de la siguiente manera: • Compran directamente en origen, sin intermediarios y establecen acuerdos a largo plazo con los fabricantes o productores para ofrecer a sus clientes productos de alta calidad a precios bajos y estables. • En 2014, la compañía continuó avanzando con sus nuevos modelos de venta de productos frescos, lo que dio como resultado que al

cierre del año, todos sus supermercados ya habían implantado las nuevas secciones de frutas, verduras y de pescado fresco. Esta acción contribuyó al incremento de sus ventas al cierre del ejercicio en un 5%” (Mercadona, 2018).

“Mercadona tiene 120 inter-proveedores que fabrican, entre otros, los productos de las marcas Hacendado, Bosque Verde, Deliplus y Compy. Estos inter-proveedores han invertido en 2014 cerca de 500 millones de euros, destinados en su mayoría a la apertura de nuevas fábricas y líneas de producción. Actualmente Mercadona y sus inter-proveedores disponen de 220 fábricas en España, lo que les configura como uno de los clúster agroalimentarios más dinámicos e innovadores de Europa. El 85% de las referencias de productos cultivados, criados, pescados y elaborados que venden en su cadena son de procedencia española. Cuando la campaña española finaliza, optan por las importaciones, ya que las existencias locales no reúnen las condiciones que los clientes demandan” (Mercadona, 2018).

CARREFOUR

“En lo que a comercialización de productos hortofrutícolas españoles se refiere, Carrefour, de origen francés es una de las compañías más activas de España. Adquiere todas las frutas y hortalizas en temporada a MYPES españolas, para luego distribuir las en todas sus tiendas. Su filial de compras, SOCOMO, tiene presencia en todas las zonas productoras de España, la misma que se ha convertido en la primera empresa en comercialización y exportación de frutas y verduras. Además de la comercialización de productos hortofrutícolas españoles, Carrefour cuenta con su propia gama de productos Carrefour con Denominación de Origen, para hacer más amplia su oferta” (MINCETUR, 2019).

EROSKI

“EROSKI trabaja con una amplia red de proveedores, la mitad de los cuales son pequeños productores locales y regionales. La empresa mantiene acuerdos de colaboración con cerca de 4 679 proveedores de toda España y ha realizado acciones para el mantenimiento de la diversidad del sector agroalimentario en todas las Comunidades Autónomas de España” (Cooperativo Eroski, 2019).

“Actualmente tiene un proyecto “Compromisos PYMEs – EROSKI” que busca incentivar la relación comercial con los miles de pequeños productores locales con los que trabaja la cooperativa, para apoyar a su profesionalización e impulsar su crecimiento empresarial. EROSKI tiene una alianza internacional con los supermercados Intermarché de Francia y EDEKA de Alemania para negociar y realizar compras conjuntas” (Cooperativo Eroski, 2019).

LIDL

“Grupo discount de origen alemán. Trabaja con productores y proveedores locales en los diferentes países donde opera. Actualmente, más de la mitad de los productos de marca propia que comercializa en España son fabricados por proveedores locales. En el sector hortofrutícola español han comprado más de 1 000 000 de toneladas de frutas y verduras, lo que ha supuesto una inversión en el sector de 860 millones de euros. De ese volumen, EUR 710 millones se han destinado a la exportación. Como parte de su estrategia, realiza compras centralizadas a nivel de grupo, que posibilitan acuerdos muy favorables con proveedores y que a su vez repercuten en los precios finales de venta. Siguen políticas de continua simplificación de procesos internos con

el objetivo de optimizar constantemente la cadena de valor que va desde el productor hasta el cliente final” (MINCETUR, 2022).

DIA

Su modelo de negocio de descuento se basa en la centralización de las compras, que se complementa con la estandarización de sus equipos en todas las regiones operativas para completar las compras colectivamente. Este modelo les permite mejorar significativamente las condiciones de compra. El siguiente modelo ha proyectado un ahorro de hasta el 30% en el último año y medio, teniendo en cuenta los costos logísticos.

ALCAMPO

“La compañía realiza compras a 7 630 proveedores españoles por valor superior a EUR 2 517 millones, cifra que representa prácticamente el 93% de las compras realizadas. El modelo es acorde con su compromiso de dar impulso a los proveedores españoles. La Central de Compras de Auchan España dispone de un surtido de 3 500 artículos de marcas propias en alimentación, droguería y perfumería, las mismas que se distribuyen en 55 hipermercados Alcampo y 270 supermercados Simply” (MINCETUR, 2019).

“Canales de distribución alimentaria y sus tendencias Si bien es cierto que los canales de distribución alimentaria están bien definidos, se observan tendencias interesantes a destacar, como aquellas que siguen las centrales de compras del canal retail y de la gran distribución, tales como el caso de Mercadona, El Corte Inglés y otros. Se trata

de la modalidad de compra directa y, en muchos casos, a un precio fijo, como la que viene desarrollando la empresa valenciana líder Mercadona. Este modelo resultaría interesante para los exportadores, ya que existiría la posibilidad de fijar precios, programar volúmenes y de esta manera no dependerían de las fluctuaciones de la demanda del mercado, ya que actualmente se acostumbra a comprar a consignación. Este tipo de compra trae como consecuencia menos riesgo para el proveedor y la posibilidad de mejorar su capacidad de negociación y flujo de caja con la banca” (MINCETUR, 2019).

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

INCOTERM ELEGIDO

Debido a que la mayoría de las exportaciones a este país se realizan utilizando este incoterm, se ha elegido el incoterm FOB para la exportación de alcachofas peruanas a España:

FOB (Franco a bordo - Free on board)

Significa que el vendedor es responsable de la mercancía hasta el punto en que sobresale de la cubierta del barco para la exportación; Se utiliza principalmente para el transporte marítimo, y el puerto de embarque debe incluirse después del término.

Para dejar la mercancía en la ubicación acordada en el país de destino, el vendedor paga todos los costos. El comprador no se involucra en ningún tipo de documentación. El vendedor asume el costo de los gastos de derechos de importación.

Como lo está en el siguiente cuadro:

Al no participar en ningún tipo de trampantojo. El comerciante asume el costo de los gastos de derechos de importación. Salvo en el caso de un acuerdo escrito en contrario entre las partes, el vendedor no tendrá derecho a reclamar al comprador el reembolso de los gastos incurridos en la entrega de la mercancía en el destino. El comprador debe al vendedor especificar con precisión el punto de entrega para que el vendedor pueda ejecutar el contrato de transporte y seguro. Este término es bastante adaptable porque se puede utilizar con cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.

Figura 15

DDP.



Nota: Extraído de Prochile, Modificaciones efectuadas a las reglas Incoterms (2010).

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

Los consumidores pueden agruparse según características compartidas, como deseos, necesidades, poder adquisitivo, hábitos de compra, hábitos de consumo, etc. Después de eso, el mercado se dividirá en segmentos de acuerdo con varios factores, destacando factores geográficos, demográficos, psicológicos y de comportamiento.

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

Se debe examinar el estado de la producción nacional, su comportamiento, así como su descripción en términos del número de empresas, empleados y el método de inversión. Análisis del comportamiento de consumo que se ha observado en los últimos tres años.

Para determinar el tamaño general del mercado, debemos dividirlo en una porción más pequeña donde la población sea más homogénea, es decir, tenga características comparables y se involucre en los mismos comportamientos. Esto nos permitirá emplear las mismas estrategias de marketing.

Dado que existe información estadística sobre la producción, importaciones y exportaciones de Alcachofa desde el mercado español, el método que se utilizará

para calcular la cantidad de demanda es el Método No Probabilístico por Conveniencia.

El cálculo del consumo aparente, que está determinado por la producción, se puede utilizar para determinar la demanda actual (P) de alcachofa más las importaciones (M) y menos las exportaciones (E) realizadas por este país, **CA = P + M - E.**

El cálculo del consumo per capita (CP) se calcula dividiendo el consumo total aparente (CA) entre la población total (PT), **CP = CA / PT**

CAPÍTULO XIII

MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACION

EXW = COSTO DE LA MERCANCIA EN FABRICA	= 46.000.00
FCA = (46.000) + TRANSPORTE INTERNACIONAL (250)	= 46.250.00
FAS = FCA (46250.00) + GTOS ADUANEROS (750))	= 47.000.00
FOB = FAS (47000.00) + CARGUE AL BUQUE (550)	= 47.550.00
CFR = FOB (47.550.00) + FLETE = (1.200)	= 48.750.00
CIF = CFR (48.750.00) + SEGURO 15% DE 1200 = (180)	= 48.930.00
DAT = (48.930.00.) + 450	= 49.380.00
DAP= 49.380.00 +550	= 49.930.00
DDP (49.930.00) + GRAVAMEN (9.328) +IVA (7.462,40)	= 66720.40

Tabla 41*Cálculo de cajas que entran por contenedor.*

Ancho de Caja (CTN Dimension X)	40	CMS
Largo de Caja (CTN Dimension Y)	75	CMS
Alto de Caja (CTN Dimension Z)	12	CMS
Unidades por Caja (pcs/CTN)	24	
Tipo de Contenedor	Total Cajas	Total Unidades
Contenedor 20ft	798	19152
Contenedor 40ft	1710	41040
Contenedor 40HQ	1980	47520
Costo de kilo de alcachofa 2.60		

Nota: Elaborado por el autor.

CONCLUSIONES

El análisis para realizar la exportación se desarrolló en base al objetivo principal es estudiar con detenimiento las posibilidades reales que tiene la empresa de ofrecer al mercado que se va a atender. Este análisis se enfoca principalmente en conocer la empresa productiva, su capacidad instalada y de producción, su capacidad económica, su capacidad administrativa, su situación financiera, la conciencia exportadora de sus ejecutivos, el producto potencialmente exportable, sus características técnicas, sus proceso de elaboración, usos y aplicaciones, presentación, envase, empaque, necesidades de almacenaje; en fin, toda aquella información que permita hacer una radiografía completa y total de la empresa y el producto.

Se dio a conocer todas las circunstancias de carácter legal que rodean a la empresa que se va a dedicar a la exportación, y que tienen relación principalmente con las políticas y prioridades nacionales que para el sector externo de la economía han establecido las autoridades correspondientes. A través del conocimiento de los controles generales definidos para la exportación e importación, de los principales lineamientos de la política arancelaria, de las características fundamentales con las que se deben entablar las negociaciones internacionales, tanto a la pre-exportación como a los clientes extranjeros que se interesan en los productos nacionales, se podrán analizar, preliminarmente, las ventajas específicas que el país de origen otorga a las empresas interesadas en las transacciones internacionales o, por el

contrario, las limitaciones o impedimentos que las mismas autoridades definan para ciertos productos que tengan que ser sometidos a tratamiento diferente.

Las estrategias preliminares de acceso al mercado seleccionado se bosquejan en conocer entonces la estructura del mercado específico a atender en relación con su tamaño, principales distribuidores, tendencias de consumo, precios y sobre todo las preferencias del consumidor. Asimismo, se esbozarán los principales factores que puedan favorecer la penetración en dicho mercado, como son aquellas relacionadas con las modificaciones que el producto deba sufrir, la política de precios que permita enfrentar exitosamente la competencia, la forma como se harán las cotizaciones, el tipo de embalaje que se debe utilizar, la distribución del producto en los contenedores y, finalmente, los seguros que protegerán el transporte de las mercancías que se estén comercializando.

El proyecto de exportación ha sido considerado una herramienta fundamental para el conocimiento, su aporte más trascendente se deriva del hecho de reducir la incertidumbre que produce intentar conquistar un mercado extranjero. Y todo ello a un menor costo y en circunstancias que le permiten a la empresa estudiar el mercado y su potencialidad, como verse a sí mismas en su verdadera capacidad de respuesta a las duras exigencias al mercado como es España.

BIBLIOGRAFIA

- Aduanet. (2022). PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS. *PREPARACIONES DE HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS*. SUNAT. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=2005991000&Desc=>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2022). Boletín Estadístico Mensual "EL AGRO EN CIFRAS" - 2021. (P. d. Peruano, Ed.) Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/midagri/informes-publicaciones/1763886-boletin-estadistico-mensual-el-agro-en-cifras-2021>
- SIICEX. (2009). REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS. PROMPERU. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/SIICEX/resources/sectoresproductivos/Pesca%20Requisitos.pdf>
- Retos en Supply Chain. (2022). La unitarización de carga en logística. EAE Business School. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-unitarizacion-de-carga-en-logistica/>
- Danzas AEI Emirates. (2022). ACERCA DE DANZAS AEI. Obtenido de <https://www.altayer.com/ventures/danzas>
- Renovapalets S.L. (2021). NIMF-15, la norma fitosanitaria de los palets de madera. Obtenido de <https://renovapalets.es/tratamiento-nimf-15-sevilla/#:~:text=%C2%BFC%C3%B3mo%20se%20lleva%20a%20cabo%20es%20tratamiento%3F%20B%C3%A1sicamente%2C,que%20se%20van%20a%20utilizar%20para%20la%20exportaci%C3%B3n>.

- Caro. (2016). Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF). TAEM PERÚ CONSULTING. Obtenido de <https://taemperuconsulting.com/medidas-sanitarias-y-fitosanitarias-msf/#:~:text=Convenci%C3%B3n%20Internacional%20de%20Protecci%C3%B3n%20Fitosanitaria%20%28CIPF%29%3A%20Tiene%20como,medio%20del%20comercio%20internacional.%20Notificaci%C3%B3n%20de%20las%20>
- Ro Ro Canarias. (2018). Contenedores Marítimos. Movimiento y Aprovisionamiento de Mercancías S.L. Obtenido de <https://rorocanarias.com/transporte-maritimo-de-contenedores/contenedores-maritimos/836/>
- Grupo Cabeza. (2022). Desde 1880, conectando el comercio mundial. Obtenido de <https://www.cabeza.com/es/>
- MINCETUR. (2022). Acuerdos Comerciales y Regulaciones para las Importaciones. *Plan de Desarrollo de Mercado (PDM)*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/espana/index.html?id=243
- Pérez, C. (21 de marzo de 2022). *Reporte de Proyección de las Exportaciones Junio 2022*. Obtenido de ADEX: <https://www.cien.adexperu.org.pe/reporte-de-proyeccion-de-las-exportaciones-enero-2022/>
- Alegría, M., & Benites, Y. (2017). *Diseño de una planta de producción de snack de mango y banano orgánicos*. Piura: Universidad de Piura.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Oficina en Bruselas para la Unión Europea. (2016). *¿Cómo etiquetar Alimentos Procesados a la Unión Europea?* European Commission.

Diario Oficial de la Unión Europea. (2011). *REGLAMENTO (UE) No 1169/2011 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 25 de octubre de 2011.*

Moreno, K. (2015). *Etiquetado y Rotulado*. Piura: Universidad de Piura.

Cardozo, J. (2018). Recursos claves para el resultado exportador. *Revista Academia y Negocios*, 15-24.

SENASA. (29 de Noviembre de 2021). *SENASA y productores agrícolas unen esfuerzos para control de la Mosca de la Fruta*. Obtenido de SENASA: <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/senasa-y-productores-agricolas-unen-esfuerzos-para-control-de-la-mosca-de-la-fruta/>

Malca, C., & Tuesta, E. (2019). *Sistema de Gestión de la Calidad para exportación de alcachofas en conserva*. ISO 9001.

Castro, C. (2016). *Estudio de pre factibilidad para la implementación del proceso de comercialización y exportación*. Lima: Universidad Agraria La Molina.

Silva, A. (2019). *Embalaje de Productos Alimenticios*. LinkedIn.

Pérez, J. (14 de Diciembre de 2012). *El transporte marítimo*. Obtenido de EOM: <https://elordenmundial.com/el-transporte-maritimo/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Guía de Orientación al usuario del transporte Acuático*. Lima : Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Jurado, L. (2016). *Manejo de la cadena de suministro y logística*. UTEL.

Ortiz, J. (2013). *Estudio de mercado alchofas preparadas o conservas*. Los Angeles: Prochile.

FDA. (2018). *¿Cómo se creó la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos?* Food and Drug Administration.

Finanzas, M. d. (2021). *Aranceles*. Lima: MEF.

- Verastegui, F. (2020). Estrategias de Merchandising: un análisis de su efectividad para la atracción de nuevos clientes. *Revista Academia & Negocios*, 41-54.
- Diario del exportador. (24 de Agosto de 2020). *Definición, servicios y criterios para la selección de un Brokers*. Obtenido de Diario del exportador: <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/definicion-servicios-y-criterios-para.html#>
- Salazar, E., & Morales, J. (2020). Análisis de las exportaciones del sector manufacturero en los departamentos con mayor índice de desarrollo industrial. *Revista Venezolana de Gerencia*.
- Orengo, K. (2017). *Factores que el fabricante/distribuidor toma en consideración para la comercialización de alimentos especiales en mercados foráneos*. Puerto Rico: Universidad Icesi.
- Quispe, P. (2021). Comercio Exterior en Perú. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*.
- Mercadona. (04 de julio de 2018). *El impacto del proyecto conjunto de Mercadona en España*. Obtenido de Mercadona: <https://info.mercadona.es/es/actualidad/el-impacto-del-proyecto-conjunto-de-mercadona-en-espana/news>
- MINCETUR. (2019). *Plan de desarrollo de Mercado*. Ministerio de Comercio Exterior y turismo.
- Cooperativo Eroski. (2019). *Cadena de valor eficiente y colaborativa*. Eroski.