



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

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TÉ NEGRO DEL VALLE DE LA
CONVENCIÓN - HUAYOPATA COMERCIALIZADO POR LA
EMPRESA INFUSIONES DEL SUR AL MERCADO DE NUEVA YORK
ESTADOS UNIDOS”**

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

PRESENTADO POR

Bach. SELIS MARTINEZ CARLOS GILBERTO
<https://orcid.org/0000-0002-6552-2390>

ASESOR

Mg. BOZA MUÑOZ, JOAN CARLOS
<https://orcid.org/0000-0002-8461-1612>

**CUSCO – PERÚ
2022**

Dedicatoria:

El sacrificio y dedicación al presente trabajo se la dedico a mi familia y en respuesta a su apoyo agradezco primeramente a nuestro Señor por brindarme salud y perseverancia.

Agradecimiento:

Agradezco a la Universidad y en especial a mis docentes de la UAP por compartir sus conocimientos y experiencias, y a todas las personas que me apoyaron para realizar este trabajo.

INTRODUCCIÓN

El té y las infusiones están presentes en todas las familias, es una bebida caliente tradicional que debe ser analizado como propuesta de investigación para impulsar proyectos de alto rendimiento por sus características del té y propiedades medicinales que hoy en día a nivel local e internacional es uno de los productos que presenta un porcentaje elevado en su consumo.

Sus características importantes del te contribuyen al cuidado del corazón y vasos sanguíneos. Pero, también trae sus contraindicaciones por el contenido de cafeína. Existen diferentes propiedades y sabores sobre el té, por ser una bebida tradicional muchas empresas de consumo masivo dedicadas al procesamiento del producto final toman ventaja para realizar sus exportaciones a diferentes países. Recordemos que este producto (té) es de origen chino y japonés y por sus bondades saludables se fueron expandiéndose a diferentes mercados internacionales.

Existe un alto interés por la elaboración de este producto en los mercados locales e internacionales por ser bebidas saludables y su beneficio se explota en empresas que saben diversificar sus productos para obtener mayores rendimientos. Las empresas realizan estudios de mercado para determinar que productos son de mayor uso y rotación en las familias. Por su alto interés por el té, las empresas buscan sus beneficios seguros.

Por las diferentes ventajas que presenta el té y su alta demanda en los hogares y su interés en la producción por las empresas, nace el desarrollo de este proyecto para analizar la demanda del té negro en los mercados locales e internacionales. La finalidad de este proyecto es aplicar un valor agregado como estrategia en su comercialización.

RESUMEN

El presente trabajo tiene por finalidad desarrollar las líneas de comercialización y exportación del té al mercado de Estados Unidos New York, aplicando una serie de procedimientos en logística internacional, y de gestiones ante la SUNAT, Aduanas, incluyendo a agentes aduaneros, proveedores, etc. Lo que conllevara a realizar una operación de exportación del té negro la cual consiste en catorce capítulos partiendo desde el producto a exportar y acabando en la valuación económica financiera.

El objetivo de realizar este proyecto es tener clara las oportunidades que tienen nuestros productos nacionales como el té negro del Valle la Convención - Huayopata de la Región Cusco, con respecto a los mercados internacionales y tratar de incursionar en ellos con productos de calidad que cumplan con los estándares establecidos a nivel internacional, orientado al mercado externo de Estados Unidos, New York que es una potencia a nivel del continente americano su influencia comercial es muy importante, y debemos de conocer sus demandas comerciales por ello también tocamos en este trabajo sus características como potencial consumidor de nuestros productos de té negro en el corto plazo, ya que en este sector existe una creciente demanda de infusiones, la cual propiciará un ritmo de producción.

El método empleado para el desarrollo del presente proyecto es de suficiencia profesional es de tipo exploratoria, en primera instancia se analiza el producto a exportar donde detallamos el producto a ser exportado, se describe el aprovisionamiento ahí se detalla a los proveedores potenciales, se hace mención

del correcto almacenamiento del producto así como de las características de nuestro almacén, se habla también del rotulado y etiquetado el cual tendrá toda la información necesaria de acuerdo a la normativa vigente incluyendo el nombre de nuestra empresa Infusiones del sur, con respecto al empaque las cajas serán de cartón dúplex plastificada de alta densidad, se utilizara como embalaje el plástico film el cual cubrirá la carga, en la unitarización usaremos pallet americano para poder apilar en forma ordenada nuestro producto, en cuanto a la contenedorización se eligió un contenedor de 20 pies standard que tendrá la capacidad de llevar las 4,000 cajas, respecto al transporte utilizaremos la vía marítima por un tema de costos y tiempo de entrega, contamos con dos empresas para el servicio de transporte internacional Antares Logistics S.A.C y AUSA Aduanas S.A, quienes tienen relevante presencia en el medio así como la infraestructura para la distribución física, la distribución será de forma indirecta ya que nosotros venderemos el producto al mayorista el cual será el distribuidor hasta llegar al usuario final, en la matriz de costos de exportación se detalla los costos inherentes para poder exportar nuestro producto y se finaliza con la parte financiera encontrando el VAN y el TIR de nuestra exportación donde podemos mencionar que es un proyecto rentable y perdurable a lo largo del tiempo.

Finalmente, de acuerdo a los puntos investigados, podemos mencionar que el plan de exportación de té negro filtrante es un proyecto atractivo para ser ejecutado. Esperamos que este trabajo cumpla con las expectativas deseadas en sus 14 capítulos establecidos por la Universidad.

ÍNDICE

DEDICATORIA:	II
AGRADECIMIENTO:	III
INTRODUCCIÓN	IV
RESUMEN	VI
ÍNDICE	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
PRODUCTO A EXPORTAR	1
1.1 Ficha Técnica del Producto	2
1.2 Clasificación Arancelaria del Producto	3
1.3 Flujograma del Proceso Productivo.....	3
APROVISIONAMIENTO	6
2.1 Proveedores potenciales	6
2.2 Matriz de selección de proveedores	9
2.3 Control de calidad	9
2.4 Costo de fabricación.....	12
ALMACENAMIENTO	13
3.1 Estrategia de almacenamiento	13
3.2 Lay-out de almacén	15
3.3 Equipamiento para el almacén	15
3.4 Costo fijo del almacén	19

ROTULADO Y ETIQUETADO TÉCNICO	22
4.1 Modelos de etiquetas / rotulado del producto	22
4.2 Normas técnicas aplicables	23
4.3 Proceso de rotulado	24
4.4 Tiempos y costos del proceso de rotulado	27
EMPAQUE	28
5.1 Ficha técnica del empaque seleccionado	28
5.2 Criterios usados para la selección del empaque	29
5.3 Proceso de empaque	30
5.4 Tiempos y costos del proceso de empaclado	30
EMBALAJE	32
6.1 Ficha técnica del embalaje seleccionado	32
6.2 Criterios usados para la selección del embalaje	34
6.3 Proceso de embalaje	35
6.4 Tiempos y costos del proceso de embalaje	37
UNITARIZACIÓN	38
7.1 Ficha técnica del pallet	38
7.2 Criterios usados para la selección del pallet	39
7.3 Proceso de paletización	39
7.4 Plano de estiba del pallet	39
7.5 Tiempo y costos del proceso de paletizado	40
CONTENEDORIZACIÓN	41
8.1 Ficha técnica del contenedor:	41
8.2 Criterios usados para la selección del contenedor	43
8.3 Proceso de contenedorización	44

8.4	Plano del contenedor.....	45
8.5	Tiempos y costos del proceso de contenedorización	46
TRANSPORTE		48
9.1	Proveedores del transporte interno	48
9.2	Costo de transporte interno (Inland Freight).....	51
9.3	Proveedores de servicio de transporte internacional.....	51
9.4	Cotizaciones de flete marítimo y aéreo	54
SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL.....		56
10.1	Agentes de aduana	56
10.2	Costo de agenciamiento:.....	58
10.3	Aseguradoras:.....	59
10.4	Póliza de seguros (cobertura y costo)	59
10.5	Terminales de almacenamiento	60
INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS DESTINO 61		
11.1	Puertos, aeropuertos, o terminales terrestres disponibles para la carga peruana	61
11.2	Análisis de infraestructura vial, portuaria y aeroportuaria del país destino	67
11.3	Descripción, análisis de los principales puertos y aeropuertos incluyendo rutas, infraestructura, capacidad, restricciones, servicios, procedimientos, costos, etc. 70	
11.4	Proceso de importación y nacionalización en el país destino	71
11.5	Requisitos para importar - sin valor comercial	72
11.6	Datos de proveedores de servicios logísticos en el país destino	72
DISTRIBUCIÓN		74
12.1	Mapeo de la secuencia comercial proveedor – consumidor.....	74
12.2	Identificación y descripción de canales de distribución	75

12.3 Canal con mayor flujo comercial para las importaciones del producto	76
12.4 Perspectivas esperadas en materia de evolución, diversificación, simplificación o especialización de los actores de los canales de distribución y comercialización.....	77
12.5 Tendencias actuales y su implicación para los márgenes de comercialización, exigencias de compra y competencia de productos por canal	78
MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACIÓN	79
VALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	81
14.1 Costos de oportunidad de capital	81
14.2 Valor actual neto	82
14.3 Tasa de interés de retorno	83
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	86
BIBLIOGRAFIA	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Ficha técnica</i>	2
Tabla 2 <i>Clasificación arancelaria</i>	3
Tabla 3 <i>Proveedores</i>	6
Tabla 4 <i>Matriz de selección</i>	9
Tabla 5 <i>Costo de fabricación y/o producto</i>	12
Tabla 6 <i>Equipamiento</i>	20
Tabla 7 <i>Implementos</i>	21
Tabla 8 <i>Costo fijo del almacén</i>	21
Tabla 9 <i>Tiempos y costos</i>	27
Tabla 10 <i>Ficha técnica del empaque</i>	29
Tabla 11 <i>Tiempos y costos del proceso de empaqueo</i>	30
Tabla 12 <i>Proceso de empaqueo</i>	31
Tabla 13 <i>Ficha técnica del embalaje</i>	33
Tabla 14 <i>Proceso de embalaje</i>	36
Tabla 15 <i>Tiempos y costos del proceso de embalaje</i>	37
Tabla 16 <i>Ficha técnica</i>	38
Tabla 17 <i>Tiempo y costos del proceso de paletización</i>	40
Tabla 18 <i>Ficha técnica del contenedor</i>	42
Tabla 19 <i>Proceso de contenedorización</i>	45
Tabla 20 <i>Tiempos y costos del proceso de contenedorización</i>	47
Tabla 21 <i>Proveedores del transporte interno</i>	48
Tabla 22 <i>Costo proveedores del transporte interno</i>	51
Tabla 23 <i>Proveedores del transporte internacional</i>	52
Tabla 24 <i>Cotización flete marítimo</i>	55
Tabla 25 <i>Cotización de Exportación con TRANSMERIDIAN S.A.C.</i>	58
Tabla 26 <i>Aseguradoras</i>	59
Tabla 27 <i>Póliza de seguro</i>	59
Tabla 28 <i>Mapeo descriptivo</i>	75
Tabla 29 <i>Cantidad a exportar por la Empresa VELARDE S.A.C.</i>	80

Tabla 30 <i>Costo de oportunidad</i>	81
Tabla 31 <i>Valor actual neto</i>	82
Tabla 32 <i>Tasa de interés de retorno</i>	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Flujograma de proceso productivo</i>	3
Figura 2 <i>Logo de la empresa McColin's</i>	7
Figura 3 <i>Logo de la empresa del Valle Cusco</i>	8
Figura 4 <i>ISO 9001 gestión de calidad</i>	10
Figura 5 <i>Logo ISO 22000</i>	11
Figura 6 <i>Modelo Certificación ISO 9001:2015</i>	11
Figura 7 <i>Modelo Lay-out de almacén</i>	15
Figura 8 <i>Rotulado del producto</i>	22
Figura 9 <i>Rotulado del producto</i>	26
Figura 10 <i>Flujograma del proceso de rotulado</i>	27
Figura 11 <i>Plano de estiba del pallet</i>	39
Figura 12 <i>Plano de estiba del contenedor reefer</i>	46
Figura 13 <i>Logo de la Empresa Aduamérica</i>	49
Figura 14 <i>Logo de la Empresa Dinnet</i>	50
Figura 15 <i>Logo de la empresa Antares Logistics</i>	53
Figura 16 <i>Logo de la empresa Ausa</i>	54
Figura 17 <i>Logo de la agencia de aduana: Inversiones Aduaneras S.A</i>	56
Figura 18 <i>Logo de la agencia de aduana: Ramsey S.A</i>	57
Figura 19 <i>Puerto de Miami</i>	62
Figura 20 <i>Puerto de New York-New Jersey</i>	63
Figura 21 <i>Puerto de New Orleans</i>	64
Figura 22 <i>Puerto de Virginia</i>	65
Figura 23 <i>Infraestructura vial</i>	69
Figura 24 <i>Infraestructura portuaria</i>	69
Figura 25 <i>Infraestructura aérea</i>	70
Figura 26 <i>Formas de transporte internacional</i>	73
Figura 27 <i>Mapeo comercial</i>	74
Figura 28 <i>Canales de distribución</i>	76
Figura 29 <i>Canal directo de distribución</i>	77

CAPÍTULO I

PRODUCTO A EXPORTAR

- **Descripción del producto:**

Nuestro té negro es puro 100% de calidad natural y orgánico, se cosecha manualmente y proviene del valle de la convención, Huayopata – Región Cusco, cada bolsita está compuesta por hojas de té procesadas, debido al tiempo de oxidación y su proceso de secado que al sumergirse en agua caliente desprenden, la esencia, color y sabor característico del producto. Obtendremos nuestra materia prima de los sectores de Huyro, Amaybamba, Incatambo, Alfamayo entre otros sectores aledaños que se encargan de la producción y cosecha de las hojas de té. También, se requiere insumos como “bolsitas filtrantes” que están elaboradas de “papel filtro termosellable” que tiene un contenido de 1.5 gramos (g.) de té procesado, como medida óptima para una taza mediana de (8 onzas.).

1.1 Ficha Técnica del Producto

Según la Tabla N° 1, se detalla la ficha técnica del té negro.

Tabla 1 *Ficha técnica*

FICHA TÉCNICA		
Producto Nombre Científico	Te negro 100% natural y orgánico. Camellia Sinencis.	
Cantidad	100 sobrecitos filtrantes de 1.5gr, en cada paquete.	
Descripción	Es un té negro puro de calidad 100% natural y orgánico, se cosecha manualmente y proviene del valle de la convención, Huayopata, Región Cusco.	
Características	<ol style="list-style-type: none">1. Olor intenso, característico del producto.2. Color marrón oscuro.3. Sabor amargo fuerte.4. Humedad máxima 9%.	
Color	Color marrón oscuro	
Valores Nutricionales	Calorías: 1% Grasas: 0% gr Carbohidratos: 0,3 gr Colesterol: 0% gr. Sodio: 3% miligramos Potasio: 37% miligramos Cafeína: 20% miligramos	
Consumo	Se hace filtrar el té en una taza con agua caliente y según los gustos la cantidad de azúcar.	
Zona de Producción	Valle de la convención Huayopata, Región Cusco.	

Nota: Elaboración propia.

1.2 Clasificación Arancelaria del Producto

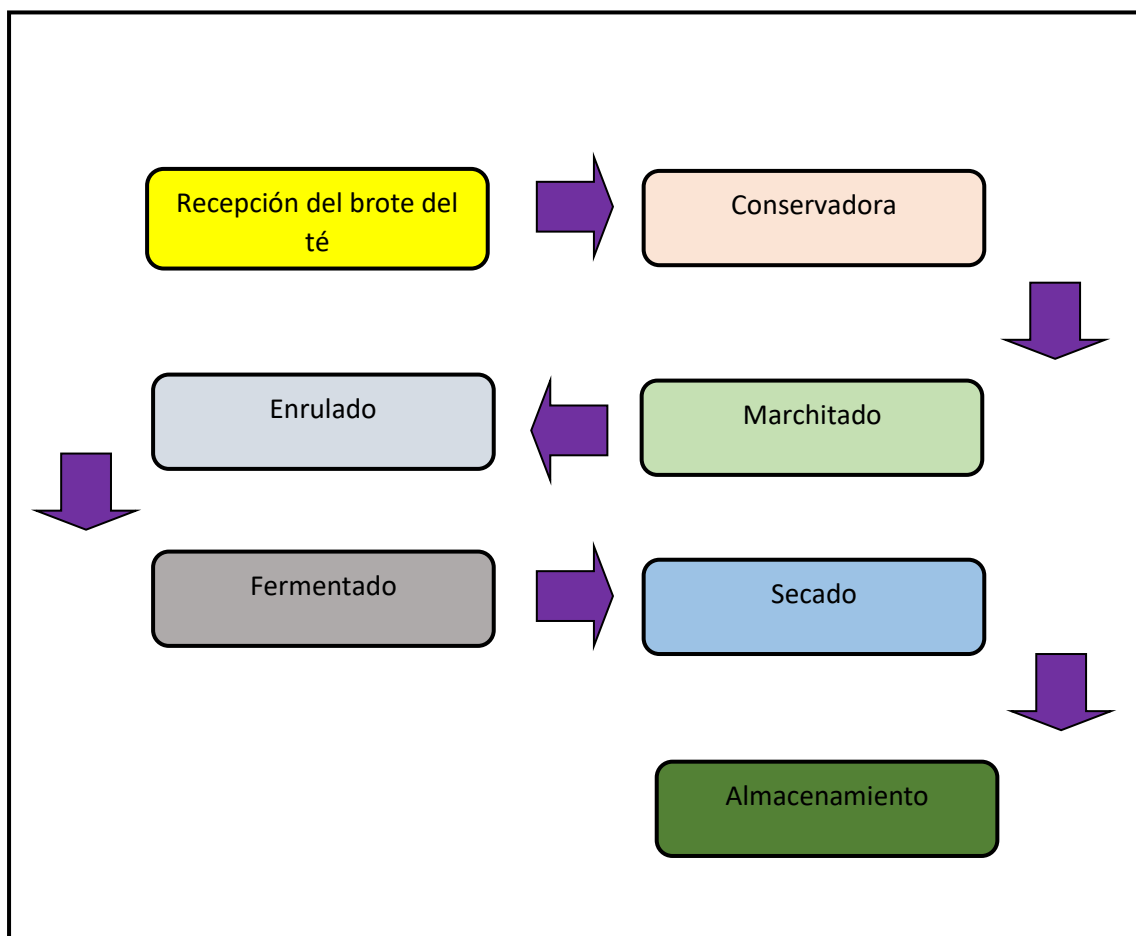
Tabla 2 Clasificación arancelaria

N°	Partida	Descripción
0902	0902.30.00.00	Té Negro

Nota: Adaptado de la página de Sunat-Aduanas

1.3 Flujograma del Proceso Productivo

Figura 1 Flujograma de proceso productivo



Nota: Autoría propia

- **Recepción del brote del té:**

Según el proceso de producción, se debe de contar con un sistema de recepción para el brote verde del té y ser procesado en primera instancia. La finalidad de este sistema es evitar la degradación previa a la comercialización. También, se debe implementar un sistema de ventilación para la conservación del brote de té (conocida como materia prima).

- **Conservadora:**

Este sistema tiene como finalidad proteger el brote de té conocida como materia prima de los rayos de luz. Su exposición a la luz del día deteriora dicha materia prima, también se debe de proteger del contacto de animales domésticos y evitar la contaminación.

- **Marchitado:**

Se pretende conseguir hojas flácidas y blandas según el secado al momento de la cosecha. El secado se realiza a la exposición del sol y sombra para eliminar el peso por la evaporación.

- **Enrulado:**

Este sistema de producción permite extraer los aceites esenciales de la planta según las máquinas enrolladoras. Es decir, una vez conseguidas las hojas amasadas por las palmas de las manos se pasa por el enrulado para romper las células de dichas hojas y extraer el aceite. Este proceso tiene una duración mínima de tres horas.

- **Fermentado:**

La fermentación se consigue a una temperatura de 22-28 grados, donde se coloca las hojas en planchas para evitar la contaminación. La temperatura es manipulada según las características del proceso de fermentación.

- **Secado:**

El proceso y sistema de secado consta de dos etapas. La primera es la temperatura del secado y la segunda la duración del secado. La finalidad es conseguir el punto de calidad y aroma del té negro, para ello se debe manejar la temperatura adecuada con ventiladores de aire caliente y seco

Cuando el secado del té es deficiente, es decir, cuando contiene agua se corre el riesgo de enmohecerse y haciendo insolubles en la hoja.

- **Almacenaje:**

Los lugares de almacenamiento deben de ser secos, frescos, cerrados y que estén libre de plagas de insectos y así también evitar la contaminación con la finalidad de preservar la calidad del producto.

CAPÍTULO II

APROVISIONAMIENTO

2.1 Proveedores potenciales

Se observa en la Tabla N° 3, la lista de proveedores de té más importantes.

Tabla 3 *Proveedores*

N°	Proveedor	Lugar
1	Mc Collins	Lima
2	Té del Valle	Lima
3	Del huerto de Edén	Callao
4	Herbi	Madre de Dios - Lima
5	Té Huyro	La convención - Cusco

Nota: Autoría propia.

Empresa proveedora: Mc Collins

Lugar: Lima

Productos:

- Té Canela y Clavo
- Infusión de manzanilla
- Infusión de anís
- Infusión de hierba luisa
- Té negro

Certificaciones de calidad:

- ISO 9000
- ISO 9001

Misión:

“Producir, a bajos costos y alta calidad, filtrantes con propiedades naturales que brinden soluciones naturales de fácil acceso a los hogares peruanos”.

Visión:

“Ser una empresa reconocida en el mercado nacional de infusiones, enfocada en el efecto medicinal y el buen sabor de nuestras hierbas nativas seleccionadas”.

Figura 2 Logo de la empresa McColin's



Nota: Google Imágenes

Empresa proveedora: Té del Valle

Lugar: Lima

Productos:

- Infusiones Té negro

Certificaciones de calidad:

- ISO 9000

- ISO 9001

Misión:

“Nuestra misión como empresa es la de elaborar bebidas naturales saludables, deliciosas e innovadoras que satisfagan al consumidor moderno, a través de un crecimiento sostenible hacia nuestros clientes. Con este propósito diseñamos, desarrollamos, producimos y servimos bebidas innovadoras, cumpliendo los más exigentes estándares de calidad y sostenibilidad a nivel mundial”.

Visión:

“Nuestra visión es la de ser una empresa líder en el diseño, desarrollo y comercialización sostenible de bebidas innovadoras, saludables, deliciosas y naturales que ofrezcan una solución de valor añadido a los consumidores y contribuyan a una alimentación más sana”.

Figura 3 Logo de la empresa del Valle Cusco



Nota: Google Imágenes

2.2 Matriz de selección de proveedores

Tabla 4 Matriz de selección

Criterios	DESCRIPCIÓN				
	EMPRESA 1	EMPRESA 2	EMPRESA 3	EMPRESA 4	EMPRESA 5
	%	%	%	%	%
Precio S/.	0.60	2.00	2.00	2.00	2.00
Seguridad	1.40	1.20	1.00	1.20	1.20
Transporte	1.60	0.60	0.60	1.40	1.40
Certificaciones	2.00	0.60	0.10	0.20	0.80
Cercanía	2.00	0.30	0.25	0.60	0.60
Puntaje	7.60	4.70	3.95	5.40	6.00

Nota: Autoría propia.

Resultado: Resultados de evaluación

Puntuación 0 -10 No seleccionado 0 – 5 Seleccionado de 0 – 10

2.3 Control de calidad

El proceso de control es muy importante para conservar la calidad del producto, de esta forma garantiza el cumplimiento de los procesos e identificar los problemas que se pueden presentar en el transcurso de la línea de producción y con el fin de corregir dichos problemas o errores que deterioran la calidad del té negro.

La producción de té Negro se realizará mediante el “Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control” conocidas con sus siglas (HACCP).

Este sistema garantiza el proceso adecuado desde el acopio de la materia prima hasta el producto final y su comercialización. El proyecto para que tenga la viabilidad y ventaja en el mercado debe contar con la certificación correspondiente por la Dirección General de Salud y Ambiental – DIGESA. DIGESA, emite los siguientes certificados: Principios Generales de Higiene (PGH) y la validación técnica del plan HACCP.

- Importancia de la calidad:

Como filosofía del producto es garantizar la calidad del té negro en todas sus dimensiones para mantener la aceptación de nuestros clientes potenciales y cumplir estrictamente con los estándares de calidad y sus certificaciones que avalan el cumplimiento de la calidad.

- Certificaciones de Calidad:

Certificación 1: ISO 9001

El proyecto debe conseguir la certificación de calidad mediante el ISO 9001 – “Sistema de Gestión de Calidad (SGC)”. Esta certificación da cumplimiento a la calidad de la administración.

Figura 4 ISO 9001 gestión de calidad



Nota: Google Imágenes

Certificación 2: ISO 22000:2018 con SGS:

La norma ISO 22000: 2018 es con el objetivo de garantizar la protección del cliente-consumidor y garantizar la calidad desde el proceso de su producción para lograr una ventaja competitiva y de esta forma fortalecer la confianza de los consumidores.

Figura 5 Logo ISO 22000



Nota: Sitio web de SGS PERÜ

Figura 6 Modelo Certificación ISO 9001:2015



Nota: Google Imágenes

2.4 Costo de fabricación

Tabla 5 Costo de fabricación y/o producto

DESCRIPCIÓN				
Descripción	Cantidad	Unidad/Medida	Precio x Kg.	Precio Total
Té	150 gr	150 gramos	1.00	0.15
Rotulado	1	gramos	0.20	0.20
Empaquetado	1	gramos	0.40	0.40
Embalaje	1	gramos	1.20	1.20
Paletizado	1	gramos	1.10	1.10
Costo			S/. 3.90	S/. 3.05
4,000 cajas Te filtrante - 43,200 Kilos - 43,20 Toneladas				

Nota: Autoría propia.

CAPÍTULO III

ALMACENAMIENTO

3.1 Estrategia de almacenamiento

Estratégicamente el almacén de la Empresa INFUSIONES DEL SUR está constituido de la siguiente manera: el almacén de la empresa debe cumplir con la autorización y certificación de la Municipalidad de Huayopata y de Dirección General de Salud y Ambiental – DIGESA.

Las características del almacén deben cumplir con los estándares de control que garanticen la calidad del producto final. Para poder proteger desde el proceso de acopio hasta el proceso final se debe precisar la calidad de los techos que deben ser impermeables a la lluvia y otros factores del clima, se recomienda que las paredes deben estar pintadas de color blanco o tonos claros y las ventanas y puertas sean seguras evitando el ingreso de la

humedad y otros elementos que puedan contaminar el producto. El techo debe ser de material aislante térmico así evitando el ingreso del agua y humedad.

Se debe evitar el exceso de calor en el almacén y para reducir los rayos solares se debe construir un techo voladizo. También, se debe evitar el exceso de polvo, es decir, la importancia de la limpieza constante en el almacén y su alrededor reduce los riesgos que contagio y deterioro de la calidad.

El piso del almacén debe ser liso y sin grietas, se recomienda que sea de cemento para garantizar la limpieza, y que tenga una altura del 10% superior al piso exterior para evitar el ingreso de agua por factores de las lluvias fuertes. Se recomienda que el almacén no debe de contar con servicios higiénicos cercanos a la materia prima. Si se cuenta con servicios higiénicos se recomienda una limpieza constante y que se encuentren desinfectados.

El almacén debe garantizar una ventilación adecuada asegurando la circulación del aire y evitando excesos de polvo, fibras, humos, gases, vapores, etc. La iluminación del almacén debe ser natural, artificial o mixta que permita una mejor visibilidad del producto.

3.2 Lay-out de almacén

Figura 7 Modelo Lay-out de almacén



Nota: Autoría propia

3.3 Equipamiento para el almacén

Bienes de Equipamiento:

Escritorios:

Los escritorios deberán contar con las dimensiones adecuadas para que sea ergonómica con las sgtes medidas 120 centímetros de ancho, 70 centímetros de profundidad y una altura entre 70 a 74 centímetros sobre el suelo para poder trabajar de una forma cómoda y sin forzar los músculos de cuello y espalda.

Sillas giratorias:

Las sillas giratorias deberán de ser regulables en altura, y contar con un ajuste lumbar para apoyar la curva natural de la espalda, disponer de un acolchado

adecuado y una regulación del asiento y del respaldo. Es importante que el material de las sillas sea transpirable.

Muebles de espera:

Los muebles de madera deben de ser anchos, ya que de esta manera las personas podrán sentirse más cómodas y con mucho espacio, la altura debe de ser la adecuada, la parte delantera no debe de ser reclinada hacia arriba es importante que el espaldar ofrezca un apoyo a la parte lumbar, y una parte muy importante es el apoyabrazos.

Estante de madera:

Los estantes de madera son adecuados para cumplir la función de almacenaje ya que nos permite colocar cajas, paquetes, contenedores o productos de peso mediano o ligero con una capacidad de carga entre 60 a 80 kilos por nivel, una altura entre 2 a 2.5 metros, y el ancho entre 45 y 60 centímetros.

Parihuelas:

Las parihuelas deberán de ser de madera plana con 4 entradas no reversible que será empleado para el almacenamiento de nuestros productos aislándolos de la humedad del piso, y facilitar el transporte con montacargas.

Computadora:

La computadora es fundamental para que nuestros colaboradores tengan las herramientas y equipo adecuado para trabajar. Considerando la función, costo, utilidad y mantenimiento y debe de contar con las siguientes características básicas: Procesador, memoria RAM, tarjeta gráfica, disco duro, teclado completo, batería, entrada USB y multilector de tarjeta.

Impresora:

La impresora es de uso indispensable para nuestra empresa ya que nos permitirá imprimir documentos y requerimientos de nuestros clientes, archivos propios de la empresa y debe de contar con las siguientes características: 1. Formatos de papel, 2. Inyección a tinta, 3. Velocidad de impresión, 4. Conexión a wifi, 5. Escáner.

Grúa hidráulica:

La grúa hidráulica será utilizada para cargar y descargar, transportar cargas de diferentes tamaños y pesos ya que se pueden mover con mucha facilidad de un área a otra.

Banderines:

El banderín permite decorar el ambiente resaltando la marca, esta estrategia tiene como finalidad resaltar la marca y su fácil ubicación. Mantener un ambiente limpio, desinfectado y sin obstáculos en el tránsito o desplazamiento debe brindar paz y armonía con las decoraciones del ambiente.

Fajas:

Las fajas transportadoras es un equipo indispensable ya que permiten movilizar, el producto o material entre las diferentes etapas del proceso productivo haciéndolo más fluido y continuo.

Señalizaciones:

Las señalizaciones dentro de nuestro almacén son de vital importancia ya que estas deben de ser mejor ubicadas debido a que pudiera existir cargamento y estructura que puedan dificultar su visibilidad. Es por esta razón que las señales de seguridad deben de ser de fácil ubicación.

Extintores:

Nuestra empresa contará con extintores PQS en las oficinas administrativas y el almacén de materias primas, y extintores de CO₂ para los demás almacenes y el área de producción.

Luces de emergencia:

Las luces de emergencia constituyen otro elemento importante dentro de la prevención y seguridad en nuestro almacén. Si falla la energía eléctrica las luces de emergencia suministran la iluminación necesaria para facilitar la visibilidad de nuestros colaboradores, que permitan desplazarse dentro de nuestro recinto, y permita la visión de las señalizaciones como por ejemplo las salidas de emergencia. las cuales son marca Karson, con dos faros giratorios de focos LED con luz blanca y con un voltaje de 220-240 V.

Implementos de Seguridad para el Personal:**Guantes de seguridad:**

El uso de los guantes de seguridad dentro de nuestro almacén es fundamental, ya que su función es de proteger y prevenir las lesiones o accidentes en las manos. Que se pudieran ocasionar dentro del entorno laboral.

Zapatos de seguridad:

Los zapatos o calzados de seguridad garantizan la seguridad de los pies de los trabajadores por estar expuestos a los riesgos propios de la producción de la empresa. Este equipo de protección es especialmente para el personal que está operando maquinarias o equipos pesados y otros relacionados con la actividad de la empresa.

Arnés de seguridad:

El arnés de seguridad es un equipo de seguridad que se implementa para la protección personal, se recomienda a los trabajadores que utilicen en trabajos de altura como por ejemplo, cuando realicen limpiezas de los techos de almacén, es de uso obligatorio para evitar accidentes graves, ya que cuenta con un sistema anticaídas y un dispositivo de presión que se ajusta al cuerpo para evitar las caídas.

Protectores auditivos:

Los trabajadores utilizan protectores auditivos que son considerados como equipo de protección. Su función principal es de atenuar los sonidos, reducen los efectos de los ruidos en la audición para poder evitar de esta manera los daños en el oído.

Gafas de seguridad:

Las gafas de seguridad o lentes de seguridad son un tipo de anteojos que se utilizan para proteger parpados y ojos de algunas sustancias que se podrían utilizar dentro del recinto de trabajo.

Vestimenta:

La vestimenta o ropa de protección tiene la función de cubrir o reemplazar la ropa personal. Su finalidad es evitar el contagio o contaminación a la materia prima, como protección contra peligros, por ejemplo, lesiones del cuerpo por agresiones externas.

3.4 Costo fijo del almacén

A continuación, mostraremos los costos fijos en los que se incurrirá, el primer cuadro muestra los costos que representan la compra de implementos de seguridad, y en el segundo cuadro, se detallan los costos que asumirá INFUSIONES DEL SUR S.A. para la adquisición del equipamiento.

Tabla 6 Equipamiento

DESCRIPCIÓN	PRECIO S/.	PRECIO TOTAL S/.
Escritorios (1)	350.00	350.00
Sillas giratorias (1)	250.00	250.00
Muebles de Espera (1)	450.00	450.00
Estante de madera (3)	150.00	450.00
Parihuelas (10)	50.00	500.00
Computadora (1)	1800.00	1800.00
Impresora (1)	500.00	500.00
Grúa hidráulica (1)	30.000	30.000
Banderines (10)	15.00	150.00
Fajas (1)	3.000	3.000
Señalizaciones (10)	5.00	50.00
Extintores de 6 kg (4)	250.00	1.000
Luces de emergencia (4)	50.00	200.00
TOTAL	S/.	38,700.00

Nota: Autoría propia

Tabla 7 *Implementos*

IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD PARA EL PERSONAL			
	CANTIDAD	PRECIO S/.	PRECIO TOTAL S/.
Guantes de seguridad	6	15.00	90.00
Zapatos de seguridad	6	80.00	480.00
Arnés de seguridad	6	90.00	540.00
Protectores Auditivos	6	50.00	300.00
Gafas de seguridad	3	15.00	45.00
Vestimenta	6	100.00	600.00
TOTAL			2,055.00

Nota: Autoría propia

Tabla 8 *Costo fijo del almacén*

PRECIO TOTAL S/.	
Equipamiento para el Almacén	38,700.00
Implementos de Seguridad	2,055.00
TOTAL	40,755.00

Nota: Autoría propia

CAPÍTULO IV

ROTULADO Y ETIQUETADO TÉCNICO

4.1 Modelos de etiquetas / rotulado del producto

Figura 8 Rotulado del producto

Información Nutricional	
Sobre una taza de 200ml	
cantidad por taza	
Calorías	2
	%CDR
Grasas Totales 0g	0%
De las cuales Saturadas	0%
Sodio 7mg	0%
Carbohidratos Totales 1g	0%
Fibra alimentaria	0%
azúcares	0%
Proteínas 0g	0%
* Los porcentajes de valores diarios estan basados en una dieta de 2000Kcal. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.	



The image shows a tea bag and its label. The tea bag is white with a green tea bag inside. The label is red and white, featuring a stylized leaf logo and the text 'TÉ HUAYOPATA' in red. Below the label is a barcode with the number '9 01234 123457'.

Nota: Autoría propia

La etiqueta se utiliza para determinar el rótulo que presenta información relevante del producto. La empresa INFUSIONES DEL SUR utilizará un modelo de etiqueta, con los colores rojo y anaranjado oscuro que representan a nuestra empresa.

4.2 Normas técnicas aplicables

Normas de Perú para la Exportación:

Nuestra planta de producción contara con los permisos y certificaciones fitosanitarias emitido por parte de SENASA y DIGESA estos son las siguientes:

- Certificado de lugar de producción.
- Plantas de empaque aprobadas por el SENASA.
- Inspección fitosanitaria SENASA.
- Emisión del certificado fitosanitario de exportación emitido por SENASA.
- Emisión del certificado sanitario de exportación emitido por DIGESA.

Tratamientos requeridos:

- Tratamiento de fumigación con bromuro de metilo.
- Límites máximos de residuos.
- Plaguicidas permitidas en EEUU.
- Plaguicidas permitidas según SENASA.

Normas de Acceso de EEUU:

Para poder comercializar un alimento. Debe tener el visto bueno del FDA (Food And Drug Administration).

Requisitos para productos agrícolas frescos:

- Estar sujetos a cuarentena y aprobada el permiso por el APHIS-Animal and Plant Health Inspection Service, Servicio de Inspección Zoonositaria y Vegetal.
- Libre de mosquitos o cualquier otro insecto dañino.
- Libre plagas.

Norma del Instituto Nacional de Calidad (INACAL): Es una organización pública especializada anexo al Ministerio de la Producción del Perú. Se crea a partir del año 2014, mediante el Decreto Ley N° 30224. Su objetivo principal de la organización es de certificar la calidad de los productos locales del Perú, y brindar mecanismos de interpretación a la normativa internacional y fomentar la exportación.

4.3 Proceso de rotulado

La información del producto debe ir en el rotulado, los consumidores buscan información de las características del producto en los rotulados. Por tanto, la empresa debe brindar información clara y precisa de las bondades de su producto, fechas de caducidad y código de barra o clúster. Las etiquetas adicionales no deben confundir al consumidor se consideran para precisar el nombre y dirección del productor.

Logo del fabricante; es un signo gráfico que representa a una empresa o un producto, en caso de nuestra empresa INFUSIONES DEL SUR nuestro logo está representado por el nombre del lugar donde se va a recibir nuestra materia prima TE HUAYOPATA del Valle de la Convención, Región Cusco.

Dirección del fabricante; Según Decreto Legislativo N° 1304, mediante la Ley N° 30506 establece lo siguiente: “de manera obligatoria el etiquetado para los productos industriales manufacturados para uso o consumo final que sean comercializados en el territorio nacional a fin de salvaguardar el derecho a la información de los usuarios y los consumidores”. Esto lo establece en el artículo N° 3 información del etiquetado donde menciona lo siguiente: “el nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC)”.

País de origen; Aduanas y Sunat exigen la declaración del país de origen en la etiqueta de los alimentos envasados. Es importante para los consumidores conocer el país de origen, además el nombre de la zona productora original, en el caso de nuestra empresa INFUSIONES DEL SUR, la exportación se realizará desde Perú.

Medidas de la caja; las medidas para las cajas de cartón establecidas por la “Norma ISO 3394” recomendadas para “empaques 60 cm x 40 cm y altura variable que se determina según las características físicas de los productos”, nuestra empresa INFUSIONES DEL SUR las dimensiones de nuestras cajas para nuestros productos serán de cartón corrugado de 58cm x 76cm x 60cm.

Marcas de manipuleo; Se debe brindar información sobre el desplazamiento y sus advertencias a la hora de transportar la carga, en este caso para nuestros productos se usa símbolos pictóricos aceptados internacionalmente. Normas relacionadas con el empaque para alimentos y fármacos.

Dirección de embarque; es el lugar donde se enviará la mercadería con destino al exterior, en este caso se realizará desde el Puerto marítimo del Callao, Jirón constitución 340 – Lima Perú.

Dirección de destino; lugar donde se enviará nuestra mercadería, en este caso se realizará al puerto de New York Estados Unidos.

Peso bruto; se precisa el peso del producto y el peso del empaque.

Peso neto; se precisa el peso del producto sin incluir el peso del empaque.

Figura 9 Rotulado del producto



Nota: Autoría propia

4.4 Tiempos y costos del proceso de rotulado

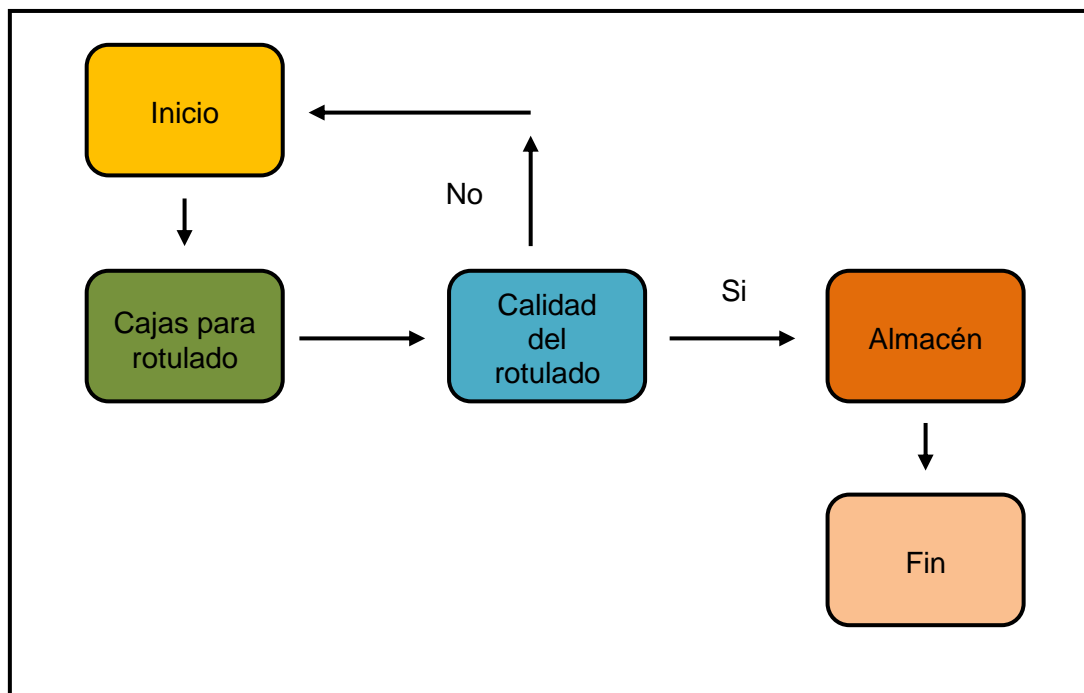
El rotulado brinda información descriptiva, que incluye leyenda o imagen adherido al envase. Su costo debe ser gestionada en volumen para reducir los costos fijos y su impresión y diseño para el envase.

Tabla 9 *Tiempos y costos*

DESCRIPCIÓN		
Tiempo	Costos S/.	Productos
1 hora	0.20	Rotulo 120 cajas de 1.50 gramos.
8 horas laboradas	192.00	Rotulo 960 cajas de 1.50 gramos.

Nota: Autoría propia

Figura 10 *Flujograma del proceso de rotulado*



Nota: Autoría propia


CAPÍTULO V

EMPAQUE

5.1 Ficha técnica del empaque seleccionado

El empaque representa la imagen comercial de la empresa y del producto, garantiza al momento de transportar el producto no se dañe y también, garantice el sellado y contacto con el exterior esto con la finalidad de mantener limpio y fresco los productos. Nuestra ficha técnica de empaque llevara toda la información sobre el producto, presentación del producto, partidas arancelarias peruanas y del país exportador. La importancia radica garantizar el proceso de distribución y venta del producto en el mercado local e internacional (con fines de exportación).

Tabla 10 Ficha técnica del empaque

DESCRIPCIÓN	
<p>Cada caja contiene 5 filas con costura termo selladora, La caja está diseñada para poder reciclar fácilmente cada filtrante contiene 1.5gr de té negro “envuelto en papel filtro, cada filtrante se encuentra individualmente sobre envasado por una cubierta de papel”.</p>	
Características generales	<p>“La caja de cartón es la más común para empaquetar, almacenar y enviar diferentes tipos de productos. Su resistencia evita las deformaciones características del apilamiento y están pensadas para soportar los cambios de temperatura sin dañar la mercancía del interior, con forma de prisma rectangular con una abertura que se cubre con una tapa que está vinculada al producto”.</p>
Material	Las cajas serán de cartón dúplex plastificada de alta densidad.
Características físicas	Cajas de cartón dúplex que contendrá 1.5 gramos de té negro.
Medidas	Las cajas seleccionadas miden 18 x 13x 7cm

Nota: Elaboración propia

5.2 Criterios usados para la selección del empaque

Las principales políticas que la empresa INFUSIONES DEL SUR tomara en cuenta es el cumplimiento estricto de sus procesos y en el ciclo de producción del producto hasta el proceso de envase y empaquetado, también, se debe considerar las siguientes características:

- Fragilidad y durabilidad.
- Resistencia y sellado adecuado.
- Sensibilidad a la humedad.

- Flexible ante terceros objetos.

Los empaques y embalajes utilizados para la exportación se deben evaluar bajo los parámetros normativos de cada país de origen y según país destino.

5.3 Proceso de empaque

Antes que nuestra mercancía sea distribuida deberá ser sometida a un proceso que se detalla a continuación:

- El diseño deberá ser adaptable al producto.
- Elección del mejor material para nuestra mercadería.
- El etiquetado.
- Ahorro de espacio para la distribución de nuestra mercancía.
- Protección de nuestra mercancía para cuándo deben ser transportados.

5.4 Tiempos y costos del proceso de empackado





Tabla 11 *Tiempos y costos del proceso de empackado*

TIEMPOS Y COSTOS		
TIEMPO	COSTOS S/.	PRODUCTOS
1 hora	0.40	Empacar 30 cajas de 150 gr.
8 horas Laboradas	96.00	Empacar 240 cajas de 150 gr.

Nota: Autoría propia

El empaqueo del té negro será de la siguiente manera; empaque una caja de 150 gramos de té en un tiempo de 2 minutos cuyo costo será de 0.40 soles. Es entonces que, al empaque 240 cajas de 150 gramos, tendrá un costo de 96.00 soles en un tiempo de 8 horas laboradas.

Tabla 12 *Proceso de empaqueo*

PROCESO DE EMPAQUEO	
<p>Empaque primario (envoltura) Se procederá a colocar el té negro procesado en bolsitas filtrantes que están elaboradas en papel filtro termosellable para la protección de nuestro producto.</p>	
<p>Empaque secundario Nuestro té filtrante se colocará en cajas de cartón corrugado que contendrá 100 sobrecitos de 1.5 gramos, cada uno.</p>	
<p>accesorios de empaque Para el proceso de empaque se utilizará el plástico film el cual cubrirá nuestro producto al momento de ser unitarizada.</p>	
<p>Embalaje se utilizarán cajas de cartón corrugado biodegradable que serán "selladas con cinta de embalaje" para asegurar la carga.</p>	

Nota: Elaboración propia.

CAPÍTULO VI

EMBALAJE

6.1 Ficha técnica del embalaje seleccionado

El proceso de embalaje permite proteger el producto contra objetos externos, también, ayuda a un mejor control para la codificación, transporte y almacenamiento. Dicho embalaje garantiza la calidad de la distribución y comercialización en los mercados locales (centros comerciales, abarrotes, negocios en general, etc.) y para el proceso de la exportación de debe cumplir con toda la documentación que exige el agente aduanero y el embalaje debe cumplir la misión de protección contra los siguientes riesgos:

- Riesgos mecánicos (vibraciones, colisiones).
- Riesgos climáticos (Calor, lluvia, humedad, frio).
- Riesgo de almacenamiento (deterioro, corrosión, moho).

- Riesgo de manipulación (caídas, apilamiento, roces e incluso de robos y contaminaciones).

Tabla 13 *Ficha técnica del embalaje*

DESCRIPCIÓN	
	
Descripción física del empaque	Cajas de cartón corrugado cubiertas de cera.
Beneficios	Flexibilidad según el proceso de producción. Resistencia durante el transporte. Aprovechamiento de sus caras para la comunicación gráfica. Bajo costo de producción. Es reciclable.
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL EMPAQUE	
Medidas	58cm x 76cm x 60cm.
Peso	545gr.
Resistencia vertical	Compresión vertical 20 kg.
Resistencia horizontal	Resistencia a una “fuerza de aplastamiento aplicada perpendicularmente a la superficie de la caja”.
Color	Marrón.

Nota: Elaboración propia

6.2 Criterios usados para la selección del embalaje

La Empresa INFUSIONES DEL SUR implementará las siguientes políticas para la selección del embalaje:

- **Tamaño y volumen:**

El tamaño y volumen se miden en “metros cúbicos por kilo (m³/kg)”.

- **El material y su calidad:**

Estructura conformada por “un nervio central de papel ondulado (Papel Onda) de alta calidad reforzado externamente por dos capas de papel (Papeles liners o tapas) pegadas con adhesivos en la cresta de la onda”, se considera como material liviano.

- **Cartón:**

El cartón es uno de los insumos del proceso de envase, su finalidad es proteger el producto. El cartón se fabricará de los recursos renovables y reciclables su gramaje se considera desde 225/m² a 600/m².

- **Ergonomía:**

Comodidad para el usuario, facilidad para adquirir el producto, debe ser manipulable, fácil de usar, y debe ser de peso mínimo.

- **Tipo de impresión:**

Impresión tipo Flexográfica esta técnica resulta la más económica, su gran ventaja de impresión es que facilita amplios tirajes en poco tiempo. Es recomendado para imprimir empaques de productos, como papel higiénico, bolsas de papel, cajas de cartón corrugado.

- **Diseño:**

Adaptable al producto.

- **Comunicación:**

Debe de cumplir con todos los estándares de seguridad y calidad y certificación para su consumo. Toda esta información debe ser visible según las normas legales que exigen, precisando las bondades del producto, la imagen del producto con una visibilidad frontal y oblicua.

- **Conservación y Seguridad:**

Se conserva en el tiempo, provee aislamiento térmico y biológico.

- **Sostenibilidad:**

Su materia prima es considerada de origen natural 100% reciclable y biodegradable.

- **Coste:**

Las cajas de cartón son de bajo coste, y no requiere de mucha inversión.

6.3 Proceso de embalaje

Interno: En el proceso del embalaje interno se coloca el producto en una bolsita filtrante para agruparlas en cajas de 100 unidades y a su vez agruparlas las cajas en cajas de cartón corrugado.

Externo: En el proceso del embalaje externo una vez terminada el proceso interno y ser colocadas en cajas de cartón corrugado para su protección y fácil traslado.

La tabla que se detalla a continuación muestra el paso a paso que realizará INFUSIONES DEL SUR. Para realizar el embalado de nuestro té negro filtrante a exportar.

Tabla 14 Proceso de embalaje

PROCESO DE EMBALAJE	
	 <p>La Empresa INFUSIONES DEL SUR seleccionará la materia prima de acuerdo a las especificaciones técnicas.</p>
	 <p>Es la presentación y protección primaria que tendrá el Té negro, el empaque será en bolsitas filtrantes de polietileno. Luego serán cubiertas de papel film transparente, y colocadas en cartón corrugado.</p>
	 <p>Para su comercialización se colocará en sobres de papel para su fácil manejo y facilitar su traslado.</p>
	 <p>Se utiliza el cartón corrugado que presenta una unión de tres papeles que lo hacen resistentes. La finalidad es reducir los daños o peligros de golpe.</p>
	 <p>Para la comercialización del producto, se deberá culminar con el envasado y ser cubiertas por cajas de cartón corrugado.</p>

Nota: Elaboración propia

6.4 Tiempos y costos del proceso de embalaje

La administración de los tiempos y gestión de costos durante el proceso de embalaje del té negro será de la siguiente manera; empacar una caja en un tiempo de 3 minutos cuyo costo será de 1.20 soles. Es entonces que, al empacar 160 cajas, tendrá un costo de 192.00 soles en un tiempo de 8 horas laboradas.

Tabla 15 *Tiempos y costos del proceso de embalaje*

DESCRIPCIÓN		
Tiempo	Costos S/.	Productos
1 hora	1.20	Embalar 20 cajas.
8 horas laboradas	192.00	Embalar 160 cajas.


Nota: Autoría propia

CAPÍTULO VII

UNITARIZACIÓN

7.1 Ficha técnica del pallet

Tabla 16 *Ficha técnica*

DESCRIPCIÓN		
Descripción física de los pallets		Los pallets son plataformas de madera pino, horizontal que se utilizan para agrupar, almacenar y transportar mercancías ya embaladas como pueden ser: cajas, bolsas, cajones.
Características de los pallets	Largo	1.20 metros
	Ancho	1.00 metros
	Alto	10 cm
	Volumen	4.8m ³
	Peso bruto	200 - 500 kg
	Tara	10 - 16 kg

Nota: Obtenido de (Noatum, 2021)

7.2 Criterios usados para la selección del pallet

Los criterios o políticas que tomará la empresa para la selección de los pallets son los siguientes:



- **Material de madera:** Son de bajo costo en el mercado y tiene una mayor demanda por su resistencia, si los pallets van a ser destinados a la exportación deben brindar las garantías de resistencia según tratamientos antibacteriano.
- **Medidas:** Porque se ajusta al sistema de transporte.
- **Almacenamiento:** Es apilable, ocupa poco espacio de almacenamiento.
- **Higiene:** Son más fáciles de lavar.
- **Peso y resistencia:** Se adecua al tipo de mercadería a exportar.

7.3 Proceso de paletización

Para el proceso se usarán pallets de madera de pino estándar de medidas de 1.20 metros x 1.00 metros x 10 cm.

7.4 Plano de estiba del pallet

Figura 11 Plano de estiba del pallet

Contenedor	Nº Pallets	GRÁFICO
20' Dry standard	10 Estándar pallets 100 x 120	
	11 EURO pallets 80 x 120	

Nota: Obtenido de (BASC, 2021)

Sobre estas estructuras de madera se colocarán cajas de té, la finalidad de las cajas es que brinden soporte de pesos. El modelo seleccionado por la bodega que se va exportar es el pallet americano con tres patines y cuatro entradas. Allí se enviarán un total de 576 cajas, equivalentes a 200 kg por pallet, con un peso total aproximado de 300 kg (considerando el peso del producto, envase, embalaje y pallet). Las figuras antes mostradas muestran el modelo de plano para la estiba de parihuelas para unitarización de la carga de nuestra mercancía a exportar hacia Estados Unidos.

7.5 Tiempo y costos del proceso de paletizado

Los tiempos y la gestión de costos del proceso de paletización del té negro será de la siguiente manera; paletizar una caja en un tiempo de 3 minutos cuyo costo será de 1.10 soles. Es entonces que, al empacar 160 cajas, tendrá un costo de 176.00 soles en un tiempo de 8 horas laboradas.

Tabla 17 *Tiempo y costos del proceso de paletización*

DESCRIPCIÓN		
Tiempo	Costos S/.	Productos
1 hora laborada	1.10	Paletizar 20 caja en un Pallet.
8 horas laboradas	176.00	Paletizar 160.00 cajas.

Nota: Autoría propia

CAPÍTULO VIII

CONTENEDORIZACIÓN

8.1 Ficha técnica del contenedor:

El contenedor es un recipiente de carga la empresa utilizará cuando se requiera el envío del producto a los mercados extranjeros. El agente aduanero recomienda contratar los servicios del contenedor para transportar la mercadería a nivel global, según el régimen de transporte aduanero: vía marítima, terrestre o aérea. Este servicio garantiza la protección y transporte, brindando las condiciones óptimas para su destino, protegiendo de los factores climatológicos, su clasificación, tamaño y medidas están regulados por la norma ISO 668:2 denominada “Contenedores de Carga de la Serie 1 – Clasificación, Dimensiones y Calificaciones”. Tienen como finalidad facilitar el transporte de grandes cantidades de mercancía, proteger la carga de golpes y

cambios de clima y conservar su contenido en óptimas condiciones para que no pierdan su calidad.

Tabla 18 *Ficha técnica del contenedor*



Contenedor tradicional cerrado, con equipo propio de generación de frío. Útil para todo tipo de carga que requiera temperaturas constantes

Peso vacío:	2,160 a 3,400 kg		
Peso máximo:	32,500 kg		
Tara:	2,394 kg		
Carga máxima	27,280 kg		
MEDIDAS	EXTERNO	INTERNO	PUERTAS ABIERTAS
Largo	6.058 m.	5,500 m.	
Ancho	2,438 m.	2,285 m.	2,285 m.
Alto	2,591 m.	2,255 m	2,210 m.
CARGA			
Carga máxima	27,280 kg		
Carga útil	32,500 kg		
Volumen	28.3 a 33.8 m ³ .		

Nota: (SUNAT, 2021)

8.2 Criterios usados para la selección del contenedor

El criterio a considerar está en función a la demanda por los importadores. Es decir, la producción para el mercado exterior se realizará según previos contratos entre la empresa importadora y la empresa exportadora. Entonces, para exportar se debe considerar los siguientes detalles:

- **Tamaño y volumen:**

De acuerdo a la cantidad de productos que vamos a exportar, hemos considerado conveniente el uso de contenedores de 20 pies, los cuales tendrán la capacidad de llevar las 4,000 cajas de té negro que enviaremos a NEW YORK - EE. UU.

- **El material y su calidad:**

Está elaborado en acero corrugado el cual es un material con gran resistencia y durabilidad, el apropiado para mantener nuestra carga protegida, y a la vez, como este mantiene en su interior la temperatura con la que sale, nuestro producto se mantendrá fresco y seco hasta llegar a nuestro mercado destino.

- **Ergonomía:**

El diseño del interior de este contenedor es apropiado para cargar y descargar los pallets haciendo uso de la maquinaria destinada para estos fines sin inconveniente alguno.

- **Contenedor reefer:**

Si bien nuestros productos no requieren ser refrigeradas antes de ser consumidas, necesitan almacenarse a una temperatura fresca y seca para mantener las propiedades y características con las que salen de la planta de producción hasta llegar el consumidor final; es por tal motivo que se ha considerado apropiado el uso del reefer container o contenedor ventilado.

- **Conservación y Seguridad:**

Cuentan con 2 aberturas en las partes laterales: la 1º permite que el aire caliente salga y la 2º es por donde ingresa el aire fresco; así el aire circula en el interior de este contenedor de manera libre y constante, evitando que se acumulen gases o humedad y manteniendo una óptima temperatura para la carga que está dentro.

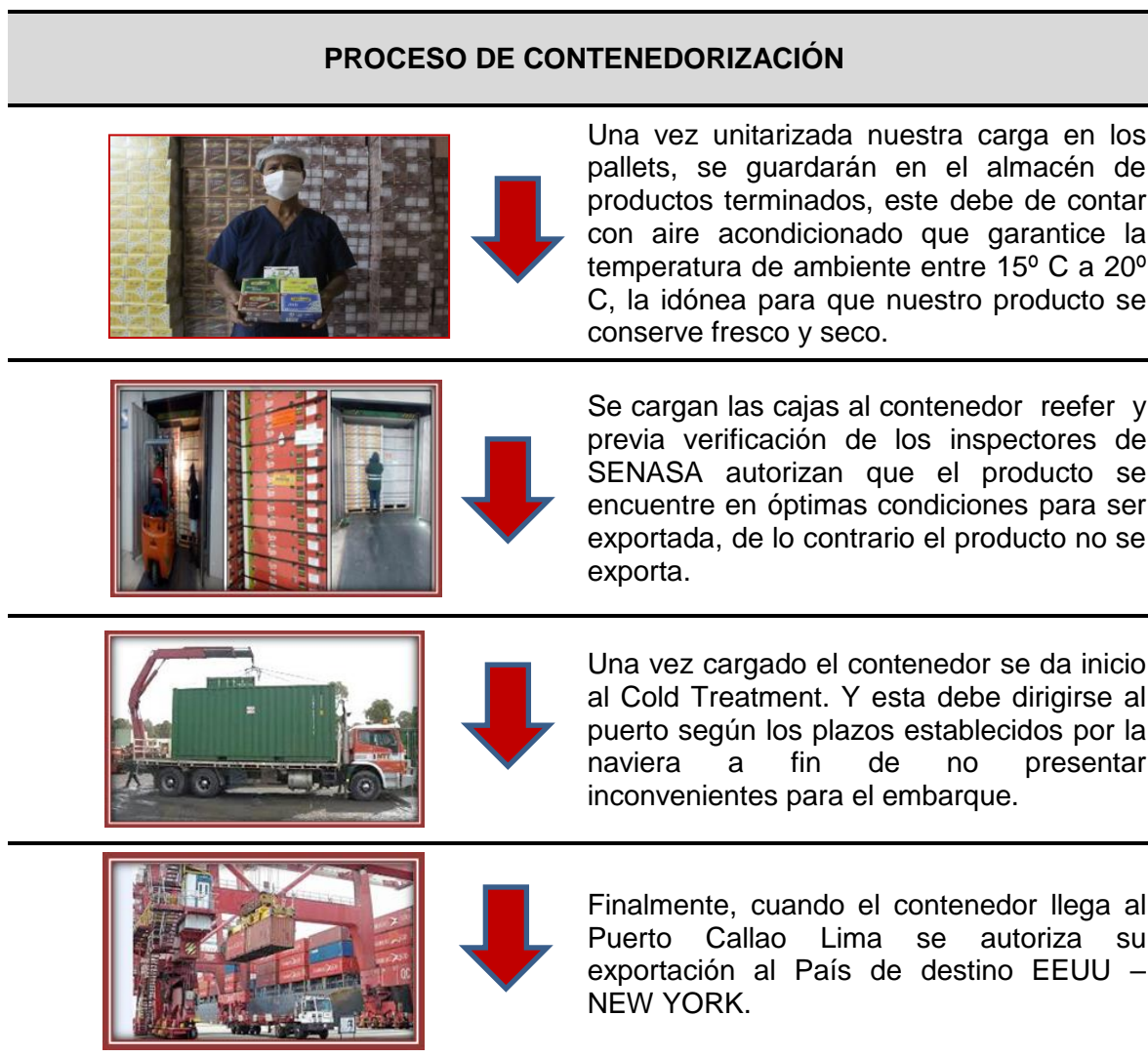
8.3 Proceso de contenedorización

La Empresa INFUSIONES DEL SUR realizara el transporte de té negro en un contenedor reefer de 20 pies hacia NEW YORK – ESTADOS UNIDOS.

Se iniciará con esta fase una vez que se haya culminado con el proceso de paletización de nuestro producto a exportar, de acuerdo a lo detallado previamente en el capítulo VII.

En el diseño de la tabla que mostraremos a continuación, daremos a conocer los cuatro pasos que seguirá INFUSIONES DEL SUR S.A. para poder ejecutar la contenedorización de nuestra mercancía.

Tabla 19 *Proceso de contenedorización*

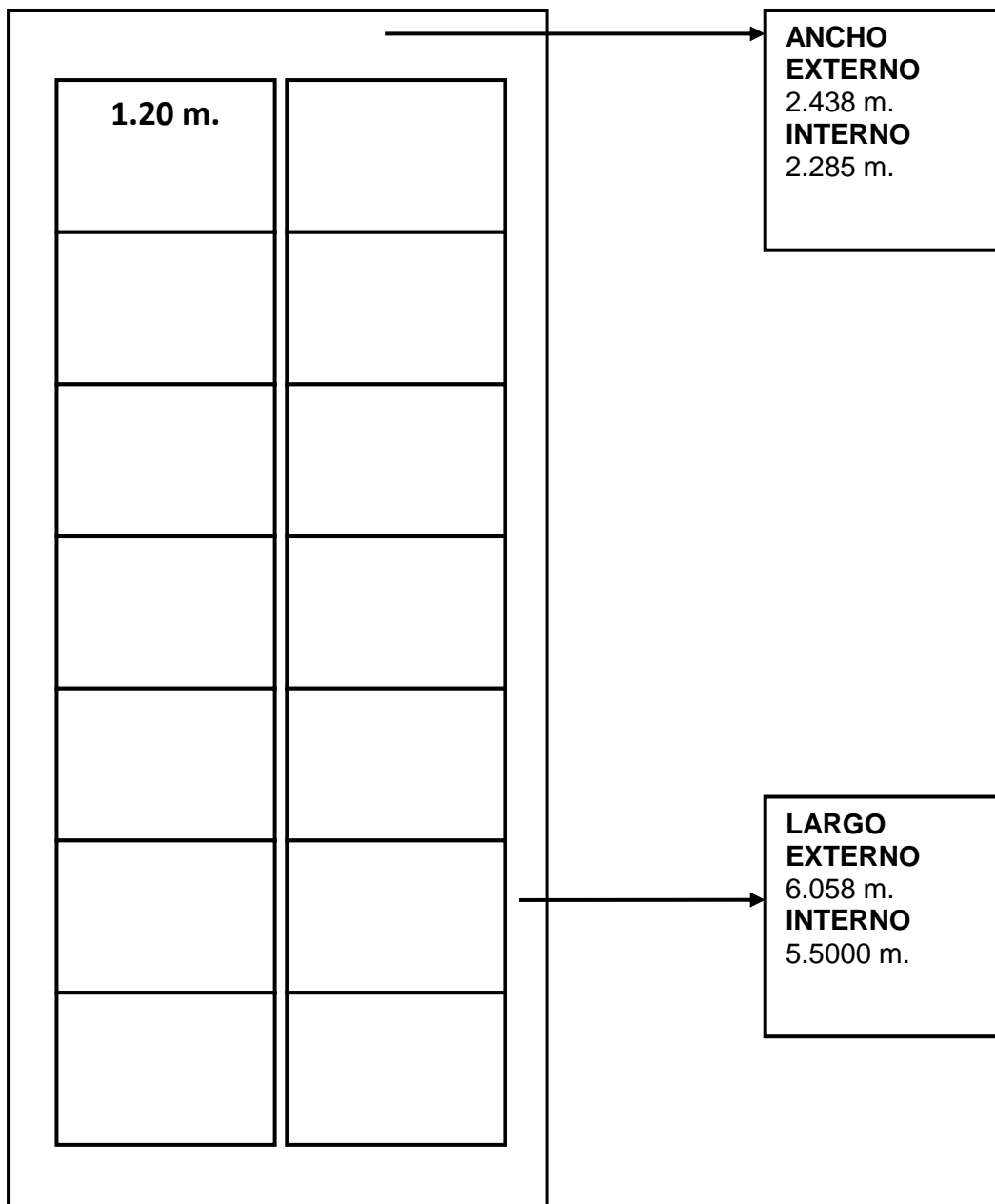


Nota: Elaboración propia

8.4 Plano del contenedor

El plano de estiba es un documento que obligatoriamente debe tener el buque que transportará el contenedor con nuestra mercadería y este es un croquis en el que se determina con precisión la ubicación de nuestra carga.

Figura 12 Plano de estiba del contenedor reefer



Nota: Autoría propia

8.5 Tiempos y costos del proceso de contenedorización

Este dependerá del tipo de contenedorización que utilicemos, es por ello que en la siguiente tabla daremos a conocer el detalle:

Tabla 20 *Tiempos y costos del proceso de contenedorización*

DESCRIPCIÓN						
Tipo de container	Dimensiones		Precio de viaje	Tiempo	Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino
	Externo Largo	Interno Largo				
Reefer de 20 pies	6,058	5.500	\$500.00	20 días	Callao	New York (Estados Unidos)
	Ancho	Ancho				
	2,438	2.285				
	Alto	Alto				
	2,591	2,255				

Nota: (SIICEX, 2021)

CAPÍTULO IX

TRANSPORTE

9.1 Proveedores del transporte interno

Para nuestra operación de exportación de Té negro a EE. UU – NEW YORK, debemos tener en cuenta nuestro tipo de transporte: Utilizaremos el flete marítimo en cuanto a costo, tiempo de trámite y entrega.

Tabla 21 *Proveedores del transporte interno*

N°	Proveedor	Lugar
1	Aduamerica	Callao
2	Dinet	Lima
3	Alicomex Perú	Callao, Lima
4	Ransa	Arequipa, Lima.

Nota: Autoría propia

Empresa proveedora de transporte: ADUAMERICA

Lugar: Callao.

Servicios: “Agente de transporte interno servicios de agenciamiento de aduanas, transporte, carga internacional y almacenamiento”.

Políticas: “Esta comprometida en satisfacer las necesidades y expectativas de sus partes interesadas proporcionando servicios de alta calidad de transporte, de carga internacional que involucra personal con vasta experiencia y tecnología apropiada para el seguimiento y control de las operaciones. Buscando con ello brindar un servicio confiable, oportuno, eficaz, promoviendo la mejora continua y el éxito sostenible de la organización”.

Misión: “Desarrolla y presta servicios logísticos de calidad para satisfacer oportunamente las necesidades y expectativas de los exportadores e importadores a fin de lograr el fortalecimiento y liderazgo empresarial con tecnología, responsabilidad, integración y respeto”.

Visión: “Buscamos ser los mejores en brindar los servicios de soporte logístico en la cadena del comercio internacional; satisfaciendo las necesidades de los clientes y logrando el bienestar de nuestros colaboradores, desarrollando un ambiente en el cual puedan innovar y sobresalir”.

Figura 13 *Logo de la Empresa Aduamérica*



Nota: <https://aduamerica.com/>

Empresa proveedora de transporte: DINET

Lugar: Lima.

Servicios: “Ofrece una gama de servicios logísticos a lo largo de la cadena de abastecimiento de nuestros clientes como: Agenciamiento de aduanas, Almacén de tránsito, Depósito temporal, Almacenaje, Transporte especializado MATPEL-IQBF, Transporte de carga sobredimensionada, Transporte de Concentrado de mineral y Transporte de Carga regular”.

Políticas: “Prestar servicios y ofrecer productos a sus clientes. Lograr una eficiente comunicación permanente con clientes. Procesar y enviar los pedidos a clientes. Dar cumplimiento a obligaciones contraídas por DINET con sus clientes al momento de adquirir nuestros productos”.

Misión: “Desarrollar y operar para nuestros clientes soluciones y servicios de tercerización de aquellos procesos que forman parte de su cadena de suministro”.

Visión: “Ser reconocido por sus clientes como socio logístico, líder en los mercados en los que compite, diferenciado por su excelencia operativa, mejora continua, innovación y sus servicios enfocados a exceder continuamente las expectativas de los clientes”.

Figura 14 Logo de la Empresa Dinnet



Nota: Google Imágenes

9.2 Costo de transporte interno (Inland Freight)

En el cuadro siguiente nos muestra el costo de transporte interno en el que incurrirá INFUSIONES DEL SUR en lo que respecta al transporte terrestre dentro del territorio nacional.

Tabla 22 Costo proveedores del transporte interno

DESCRIPCIÓN			
Ruta	Trayecto	Precio en Soles	Tiempo
Origen – Destino Cusco - Lima	(1,103.74 km) por Carretera. Panamericana Sur/Carretera 1S	1.600.00	20 hr: 30 min

Nota: Autoría propia

9.3 Proveedores de servicio de transporte internacional

Los servicios de carga internacional forman y garantizan la distribución física internacional y avalan las operaciones logísticas de los importadores y exportadores, brindando las herramientas logísticas necesarias para llevar a cabo sus actividades en el mercado internacional. Nuestra empresa INFUSIONES DEL SUR utilizará los servicios de la empresa Antares Logistics S.A.C y AUSA Aduanas S.A, ya que son empresas confiables, seguras y sus

precios son razonables, ya que sus servicios son conocidas a nivel nacional e internacional.

Tabla 23 *Proveedores del transporte internacional*

N°	Proveedor	Lugar
1	Antares Logistics S.A.C.	Lima
2	Ausa Aduanas S.A.	Lima
3	Aduacargo	Lima, Callao
4	Ventum Logistics	Lima, Callao
5	Royal cargo logistics S.A.C	Lima.

Nota: SIICEX 2021

Empresa proveedora: Antares Logistics S.A.C.

Lugar: Lima

Servicios:

“Nuestros servicios logísticos son conocidos en todo el país por ser uno de los más confiables, seguros y asequibles, porque nos enorgullecemos de brindar los mejores servicios a los precios más razonables”.

LA EMPRESA “Antares Logistics nace el año 2004, bajo la necesidad de brindar soluciones logísticas integrales. Desde entonces nuestro objetivo ha sido integrar verticalmente la operación logística en el país y optimizar el servicio de agenciamiento de carga desde y hacia cualquier destino del mundo”.

Misión: “Brindar a nuestros clientes un producto que sobrepase las expectativas del mercado. Ofreciendo soluciones logísticas de una manera rápida y sencilla con un máximo de valor agregado. Para lo cual contamos con personal motivado y capacitado capaces de brindar el más alto nivel de servicio que todo cliente espera”.

Visión: “Ser uno de los principales grupos logísticos del país con reconocimiento a nivel mundial invirtiendo en nuestro máspreciado recurso, el capital humano; capacitándolo, motivándolo y desafiándolo a nuevos retos”.

Figura 15 Logo de la empresa Antares Logistics



Nota: <https://www.antareslogistics.pe>

Empresa proveedora: AUSA ADUANAS S.A.

Lugar: Lima - Callo

Servicios:

“Somos AUSA, uno de los operadores logísticos líderes en el sector con más de 35 años de experiencia en la simplificación de las operaciones de comercio internacional”.

LA EMPRESA “AUSA Operaciones Logísticas S.A. es una empresa en Perú, con sede principal en Lima. Opera en autotransporte de carga general. La empresa fue fundada en 03 de febrero de 1994 dedicada a la gestión de

logística comercial internacional, servicios logísticos integrales marítimo, aéreo y terrestre”.

Misión: “Somos expertos en mercancía perecedera, mercancía seca, mercancía flexible y mercancía IMO”.

Visión: “Encontrar la mejor solución, el tiempo de tránsito más corto, al mejor precio, a cualquier destino del mundo”.

Figura 16 Logo de la empresa AUSA



Nota: www.ausasa.com

9.4 Cotizaciones de flete marítimo y aéreo

El costo del transporte marítimo desde Lima – Callao hasta el puerto de Nueva York – USA.

Tabla 24 Cotización flete marítimo

FLETE MARÍTIMO			
Ruta	Precio en \$	Precio en Soles	tiempo
Puerto Callao PERÚ hasta Puerto New York EEUU	2,650.00 \$	Siendo el tipo de cambio 4.00 10,600.00	14 días

Nota: Autoría propia

CAPÍTULO X

SERVICIO DE SOPORTE AL COMERCIO INTERNACIONAL

10.1 Agentes de aduana

Agente: INVERSIONES ADUANERAS

Figura 17 Logo de la agencia de aduana: *Inversiones Aduaneras S.A*



Nota: inversionesaduanerassa.com

INVERSIONES ADUANERAS S.A. es una empresa dedicada a organizar todos los trámites legales y logísticos de una importación o exportación optimizando los tiempos de envíos y asegurando el cuidado de la mercadería de sus clientes. Inicio sus actividades económicas el 10/09/1966}, esta empresa fue inscrita el 27/01/1993 como una SOCIEDAD ANONIMA.

Agente: RAMSEY SA

Figura 18 Logo de la agencia de aduana: Ramsey S.A



Nota: www.ramseysa.com

La Agencia de Aduana Ramsey tiene prestigio en el mercado en relación a las transacciones comerciales. Tiene más de 30 años en el mercado realizando operaciones logísticas dentro del mercado peruano.

Se caracteriza por su cultura organizacional en señalar lo siguiente: “Nos caracterizamos por nuestra atención personalizada, rapidez y seguridad en el servicio para la entrega de sus mercancías. Nuestro enfoque es verdaderamente internacional ofreciéndoles una gama completa de recursos globales que no encontrará en otro lugar”.

La calidad y eficiencia de su servicio se enfoca en el cumplimiento de la Ley General de Aduanas y normas referentes al tratado de libre comercio. También, son respetuosos con todos los procedimientos de los procesos del agente aduanero quién hace cumplir las normas aduaneras.

10.2 Costo de agenciamiento:

El costo de agenciamiento se realizó enviando un correo electrónico a la empresa TRANSMERIDIAN S.A.C. Para poder saber los costos de dicha empresa.

Tabla 25 Cotización de Exportación con TRANSMERIDIAN S.A.C.

Cotización de Exportación con TRANSMERIDIAN S.A.C.					
N.º de Cotización	98			Vigencia:	30/11/2021
Ejecutivo:	Paula Calixto			Para:	Verónica Velarde
Fecha:	21/01/2022			Atten.:	Verónica Velarde
Régimen:	Exportación	Régimen Aduanera:	-	Peso Bruto:	-
Vía:	Marítimo	Incoterms:	FOB	Volumen:	-
Tipo de Carga:	FCL	Ref.:	-	Valor FOB:	-
Tipo de Flete:	Collect	Puerto de Origen:	Callao	Flete:	-
Condición Flete:	-	Puerto Destino:	Miami	Seguro:	-
Tipo de Servicio:	Integral	Nº Bultos	-	Valor CIF:	-
Tipo de Despacho:	Anticipado	Línea Naviera:	MSC	Días Libres:	10
Gastos de Origen:	CUR	Dólares	Soles	Detalle	
Flete:	USD	\$ 7,560.00	-	X Contenedor 405T/HQ	
Seguro Internacional:	USD	\$ 225.00	-	-	
Sub Total:		\$ 7,785.00	-	-	
Gastos Locales:	CUR	Dólares	Soles	Detalle	
Visto Bueno:	USD	\$ 285.00	-	X Contenedor (Aprox.)	
Gasto Administrativo:	USD	\$ 30.00	-	X Despacho	
Comisión Aduana:	USD	\$ 115.00	-	CIF 30.000 USD	
Precintado:	USD	\$ 20.00	-	X Despacho	
Almacén Aproximado:	USD	\$ 600.00	-	Aprox. para canal Verde	
Contenedor:	USD	\$ 1,923.00	Soles		
Emisión B/L:	USD	\$ 33.00	-		
Derecho de Embargue	USD	\$ 64.00	-		
Deposito Temporal:	USD	\$ 295.00	-		
Currier:	USD	\$ 38.50	-		
Sub Total:	USD	\$ 3,403.50			
IGV:	USD	\$ 612.63			
Total, Origen y Locales:	USD	\$ 11,801.13			
Tiempo de Transito:	30 días Aproximadamente				
Frecuencia en Salidas:	Semanal				
Condiciones Generales: Las presentes tarifas son aplicables solo para carga general y no aplican para embarques de mercancías peligrosas.					
TRANSMERIDIAN SAC. AV. ELMER FAUCETT N° S/N CENTRO AEREO COMERCIAL MODULO A SECTOR B 2DA ETAPA N° 312					

Nota: Transmeridian S.A.C.

10.3 Aseguradoras:

Para garantizar el envío del producto se debe tomar los servicios de la aseguradora quien brinda un servicio intermediario y protección al envío. La aseguradora maneja diferentes tarifas de costos por el servicio brindado, a estos costos también se les conoce como prima.

Tabla 26 Aseguradoras

DESCRIPCIÓN	
Global Comex	\$ 150.00
Mapfre	\$ 170.00
Deutsche Bank	\$ 200.00

Nota: Elaboración Propia

10.4 Póliza de seguros (cobertura y costo)

La póliza se toma como referencia el promedio del porcentaje por cada embarque de carga.

Tabla 27 Póliza de seguro

DESCRIPCIÓN	
2%	Valor FOB

Nota: Elaboración Propia

10.5 Terminales de almacenamiento

MAERSK: Sus primeras operaciones realizó en 1904, y se considera como: “una empresa integrada de transporte y logística y líder mundial en transporte de contenedores y puertos. También tiene una división de energía independiente. La compañía emplea a aproximadamente 88.000 empleados a través de operaciones en 130 países. Sus filiales Maersk Line, APM Terminals y Maersk Container Industries prestan servicios de transporte y logística, mientras que sus filiales Maersk Oil, Maersk Drilling, Maersk Supply Services y Maersk Tankers sirven al sector energético. Sus recientes proyectos en América Latina incluyen una terminal intermodal”.

RANSA: “Ofrecemos desde almacenes en tránsito hasta almacenamiento de carga en stock. Asimismo, realizamos almacenamiento para carga especializada como granos, materiales peligrosos y congelados. Modalidades: Intemperie, techado, cámaras, silos, graneleros, materiales peligrosos. Ventajas de trabajar con nosotros, sistema de información de clase mundial, trazabilidad completa de su cadena de logística”.

LIMAHUB: “Años de experiencia en manos de los mejores profesionales y técnicos logísticos, aseguran un desempeño óptimo para cumplir todas las necesidades empresariales. Contamos con: Conexión directa al aeropuerto internacional Jorge Chávez, A 10 km del puerto del Callao, zona de usos múltiples, oficinas, servicios complementarios, ambientes para autoridades aduaneras y bancos”.

CAPÍTULO XI

INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS DESTINO

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

Como medio de transporte para el envío del producto se considera la vía marítima por que transportan cantidad volumen de mercaderías por todo el mundo. Para la empresa es de prioridad tomar este medio de transporte y así llegar a la demanda internacional y en los plazos establecidos.

Puerto Miami. El Puerto de Miami está situado en Miami, Florida sobre la Bahía Biscayne. “El puerto reconocido como la capital del mundo de los cruceros y es una de las más importantes puertas de entrada de mercancías de toda América. El puerto de Miami es un contribuidor importante a las economías locales y del estado”.

Figura 19 *Puerto de Miami*



Nota: www.puertomiami.com

Puerto de Nueva York y Nueva Jersey. “El Puerto de Nueva York y Nueva Jersey es el distrito portuario del área metropolitana Nueva York-Newark que abarca a la región dentro de un radio aproximado de 40 kilómetros desde el monumento nacional de la Estatua de la Libertad. Incluye al sistema de vías fluviales navegables en el estuario a lo largo de 1050 kilómetros de costa en las proximidades de la ciudad de Nueva York y el noroeste de Nueva Jersey”.

Para el año 2022, se considerado uno de los mejores puertos del mundo, por su tonelaje. Se considera el tercer puerto más grande de los Estados Unidos y el más activo en la Costa Este. “En 2010, 4.811 barcos ingresaron en el puerto, llevando más de 32,2 millones de toneladas métricas de carga, valuadas en más de US\$ 175.000 millones. En 2011, el puerto manejó US\$ 208.000 millones en transporte marítimo de carga. Aproximadamente

3.200.000 unidades TEU en contenedores y 700.000 autos son manejados cada año”.

También, el puerto es principal puerta de entrada de vuelos internacionales. Hay dos zonas francas (FTZ, por sus siglas en inglés) dentro del puerto: la FTZ 1, primera en el país (establecida en 1937), en el lado de Nueva York, y la FTZ 49, en el lado de Nueva Jersey.

Figura 20 Puerto de New York-New Jersey



Nota: Google imágenes

Puerto de Nueva Orleans. El puerto de Nueva Orleans, es un “puerto ubicado en Nueva Orleans, Luisiana. Es el sexto puerto más grande de los Estados Unidos por volumen de carga manejada, el segundo más grande del estado después del puerto del sur de Luisiana, y el 13 más grande en los Estados Unidos. Basándose en el valor de la carga. También tiene el muelle más largo del mundo, que es de 3,4 km de largo y tiene capacidad para 15

buques al mismo tiempo. El puerto de Nueva Orleans maneja alrededor de 62 millones de toneladas de carga al año. El puerto también maneja alrededor de 50.000 barcazas y 700.000 pasajeros de cruceros por año con varios barcos de Carnival, Royal Caribbean y Norwegian Cruise Lines por lo que es uno de los puertos de cruceros de primera clase de la nación”.

Figura 21 *Puerto de New Orleans*

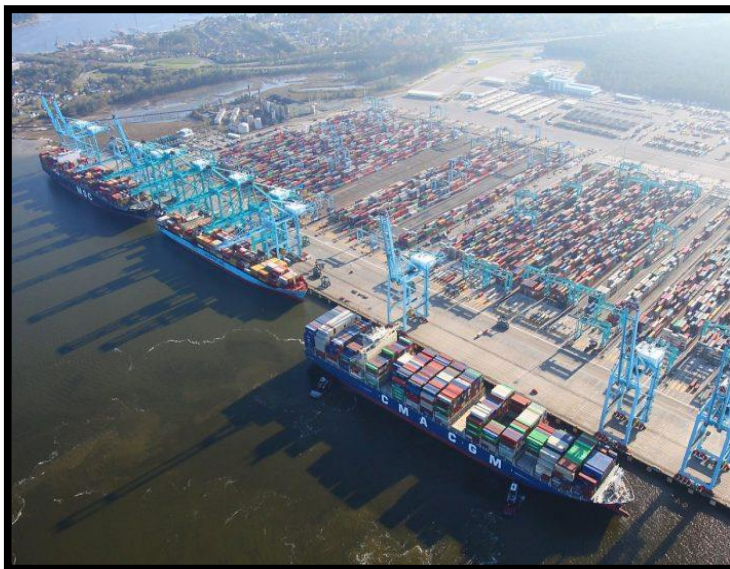


Nota: Google imágenes

Puerto de Virginia. El puerto de Virginia es uno de los puertos más activos de la Costa Este de Estados Unidos, “gestionando el 11,6% de la capacidad total de esta costa en 2016. Su posición estratégica permite a los buques llegar a mar abierto en 2,5 horas. Además, su sistema de ferrocarril bien conectado permite que una tercera parte de su carga entre y salga a través del ferrocarril”.

“Recientemente, los organismos reguladores estadounidenses aprobaron la alianza entre las autoridades portuarias de Georgia y Virginia, la primera de este tipo de asociaciones portuarias. Esta nueva empresa conjunta entró en vigor hace un mes y se prevé que impulse el atractivo de ambos puertos a medida que buscan compartir información y se benefician creando sinergias”.

Figura 22 *Puerto de Virginia*



Nota: www.puertovirginia.com

Con respecto a los aeropuertos tenemos:

Aeropuerto Internacional de Miami – Miami. Es el principal aeropuerto del Sur de la Florida, Estados Unidos. “El aeropuerto está en un área no incorporada en el Condado de Miami-Dade, Florida a 13 km (8 millas) al noroeste del centro de Miami,¹ entre las ciudades de Miami, Hialeah, Doral, Miami Springs, el pueblo de Virginia Gardens y el barrio no incorporado de Fontainebleau. Es el principal aeropuerto del sur de Florida para vuelos internacionales de larga distancia. Miami International es también uno de los ocho aeropuertos de los Estados Unidos que puede acomodar el superjumbo

Airbus A380”.

Aeropuerto Internacional de San Francisco. Ubicado a 21 kilómetros (13 millas) al sur del centro de San Francisco, California, Estados Unidos. “El aeropuerto tiene vuelos a los principales destinos de Norteamérica y es un puerto de entrada importante de Europa y Asia”.

“SFO es el aeropuerto más grande del Área de la Bahía de San Francisco incluyendo todo el Norte de California y es el segundo más ocupado en el estado de California solo después del Aeropuerto Internacional de Los Ángeles. En 2014, era el séptimo aeropuerto más ocupado de Estados Unidos y el número 21 del mundo por el número de pasajeros. Es el quinto mayor centro de conexiones para United Airlines y funciona como la principal puerta transpacífica de United Airlines. También sirve como base secundaria de operaciones de Alaska Airlines”.

Aeropuerto Internacional de Nueva York. El Aeropuerto Internacional John F. Kennedy (IATA: JFK, OACI: KJFK, FAA LID: JFK) (en inglés: John F. Kennedy International Airport), también, se conoce como el Aeropuerto Idlewild, ubicado en el barrio de Queens, en Nueva York. Está a 16 millas del centro de Nueva York. “El aeropuerto es operado por la autoridad portuaria de Nueva York y Nueva Jersey, que también opera tres aeropuertos en el área metropolitana de la ciudad de Nueva York (el Newark Airport, el LaGuardia y el Teterboro), pero el John F. Kennedy es el aeropuerto más grande de todos. Es la base de operaciones de JetBlue Airways y es aeropuerto de entrada

principal internacional para Delta Air Lines y American Airlines”.

El aeropuerto JFK tiene mayor cantidad de entradas de pasajeros internacionales en Estados Unidos y también de encomiendas nacionales e internacionales. “Las salidas internacionales de JFK representaron el 17 % de todos los pasajeros que viajaron diariamente en 2004, el porcentaje más grande en los Estados Unidos. En 2000, dirigió un promedio de 50 000 pasajeros internacionales al día. La ruta que conecta este aeropuerto con el Heathrow de Londres es la ruta más transitada en vuelos internacionales de Estados Unidos con más de 2,9 millones de pasajeros en 2000. Aunque es conocido como el aeropuerto con mayor número de pasajeros internacionales también dirige vuelos nacionales, la mayoría a la costa oeste. En 2005 el aeropuerto dirigió más de 41 millones de pasajeros; el aeropuerto Newark Liberty con 33 millones de pasajeros, y el aeropuerto LaGuardia con 26 millones, lo que suma aproximadamente 100 millones de viajeros usando los aeropuertos de Nueva York haciendo que el espacio aéreo de la ciudad sobrepase al de la ciudad de Chicago como el más activo en los Estados Unidos”.

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

En lo que respecta a la infraestructura vial o terrestre, Estados Unidos cuenta con una red de autopista y carreteras con una extensión de 6’586,610 de Km. de largo (4’304,715 pavimentadas, 2’281,895 sin asfaltar y 76,334 son autopistas), siendo la más extensa en todo Norteamérica y situando al país

dentro del ranking de los 30 primeros a nivel mundial. Además, su infraestructura en este aspecto es muy completa y eficiente por hacer fácil la movilización de gente y de mercancías del mercado externo e interno. El tráfico en ellas es bastante seguro en comparación a otros países del mundo. La circulación en esta vía se realiza en el carril derecho y en sentido contrario, viene a uno por la izquierda. En referencia a la infraestructura portuaria, está conformada por más de 300 puertos y subpuertos localizados de manera estratégica en los Océanos Atlántico y Pacífico, en donde 50 de ellos gestiona el 90% de la carga internacional. Este país cuenta con los puertos más grandes del mundo con gran movimiento de transporte de carga mundial, en los cuales se mueven más de 56 millones de TEU's. Sus puertos reciben buques mercantes y cruceros gracias a su excelente logística, gran capacidad y tecnología de punta; además, es el principal importador y el segundo principal exportador a nivel mundial al 2020. Dentro de sus principales puertos está: Puerto de Los Ángeles (California), Puerto de Long Beach (California) y el Puerto de New York y New Jersey (Nueva York). Respecto a la infraestructura aeroportuaria, los aeropuertos estadounidenses están entre los más grandes del mundo.

Figura 23 *Infraestructura vial*



Nota: Google Imágenes

Figura 24 *Infraestructura portuaria*



Nota: Google Imágenes

Figura 25 *Infraestructura aérea*



Nota: Adaptado de Google Imágenes

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

Las transacciones comerciales locales e internacionales son constantes y de buen rendimiento para los puertos de Nueva York y Nueva Jersey. “En junio casi duplican las cifras obtenidas en el mismo mes de 2020. El volumen total aumentó un 46,6% en junio con (415.813 movimientos) en comparación con los (290.454 movimientos) del año anterior. Esta cifra mensual récord eleva el total del año hasta junio a (2.440.039 movimientos)”.

También hubo buen comportamiento de las importaciones y las exportaciones: “Las primeras sumaron (216.099 movimientos) frente a los (151.922 movimientos) de junio de 2020, lo que supone un aumento del 45,6%. Y las exportaciones aumentaron un 47,6% en junio, totalizando (199.714 movimientos) frente a (138.532 movimientos) en junio de 2020. En el acumulado del año (de enero a junio) los aumentos son similares: las importaciones alcanzaron (1.259.463 movimientos) frente a (979.092 movimientos) en el mismo período de 2020, un aumento del 31,1%, y las exportaciones sumaron (1.184.938 movimientos), un aumento del 30% en comparación con los (931.159 movimientos) registrados en el mismo período de 2020. La Autoridad Portuaria supervisa directamente la operación de siete terminales de carga en la región de Nueva York y Nueva Jersey”. Cada terminal ofrece los siguientes servicios:

1. Servicio de Navegación.
2. Servicios Ferroviarios.
3. Servicios transporten por camión.

11.4 Proceso de importación y nacionalización en el país destino

Según el Artículo 52º de la ley aduanero “es el régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo. Las mercancías extranjeras se considerarán nacionalizadas cuando quedan expeditas para su levante, momento en que culmina el despacho de importación”.

11.5 Requisitos para importar - sin valor comercial

- Ser persona natural, mayor de edad con DNI, y que realicen compras del exterior y cuyo valor FOB por operación no exceda de US\$ 1 000.00 (Mil dólares americanos). También, deben de registrar hasta tres importaciones o exportaciones anuales como máximo.
- Contar con RUC (Registro Único de Contribuyentes) y tener la condición de habido. Asimismo, de manera excepcional no están obligados a contar con RUC.
- Verificar que la mercadería a importar no sea ilegal

11.6 Datos de proveedores de servicios logísticos en el país destino

NIPPON EXPRES. Empresa japonesa con sede en Minato-ku. “Nippon Express tuvo los mayores ingresos entre todas las compañías de logística en el año 2016. Se han establecido para el transporte internacional de mercancías. Tiene sus operaciones en 5 regiones: América, Europa, Medio Oriente y África, Asia oriental, Asia meridional y sudoriental, Oceanía y Japón. La compañía ha recibido varios reconocimientos en todo el mundo, como ISO9001, ISO14001, AEO (operador económico autorizado) y C-TPAT”.

RJW LOGISTICS GROUP. Para la mayoría de los competidores, la cadena de suministro de Middle Mile es una pequeña fracción de su negocio; en RJW, es nuestro enfoque singular. Con una experiencia inigualable en logística minorista, brindamos un rendimiento líder en la industria a nuestra

creciente base de clientes de más de 500 proveedores. Nuestro enfoque proporciona una transparencia mejorada, la agilidad para pivotar más rápido y la optimización total de la cadena de suministro. RJW está transformando las cadenas de suministro minoristas en motores de crecimiento empresarial.

NEWEEG LOGISTICS. Newegg Logistics es un 3PL con tecnología que se destaca por ser uno de los principales proveedores de 3PL por Multichannel Merchant para 2022. “Estamos dedicados a brindar soluciones de cadena de suministro y logística de clase mundial. Brindamos servicios de cumplimiento de extremo a extremo y 3PL para operaciones B2C y B2B y nos integramos a la perfección con todos los principales canales de ventas”.

Figura 26 *Formas de transporte internacional*



Nota: Adaptado de Google Imágenes

CAPÍTULO XII

DISTRIBUCIÓN

12.1 Mapeo de la secuencia comercial proveedor – consumidor

El proceso para la exportación de Té negro con destino a USA, New York donde será llevado hacia nuestro distribuidor TARGET quien se encargará de la entrega al cliente final.

Figura 27 Mapeo comercial



Nota: Autoría Propia

Tabla 28 Mapeo descriptivo

Puerto de Origen	Puerto de Destino	U\$ Tarifa Promedio de Flete por Contenedor		Días de Tránsito	Frecuencia de Salida
		Contenedor	Mercancía Consolidada Tm/m ³		
		20 pies			
Callao	Nueva York USA	\$ 1,450	\$ 95	15	Semanal

Nota: (SIICEX, 2021)

12.2 Identificación y descripción de canales de distribución

Distribución Indirecta: La empresa cuando produce el té pasa a la etapa final de distribución. Si la empresa cuenta con diferentes distribuidores se considera una distribución indirecta para llegar al consumidor. Este distribuidor o mayorista nos ayudará a enviar productos a nuestra red establecida de supermercados y tiendas departamentales, así como a la MYPE estatal de los EE. UU., y así se encargará de la entrega del producto al cliente final. Los distribuidores mayoristas ayudan a reducir los costos para la distribución directa. Es decir, el intermediario realiza los procesos para reducir los costos y buscar sus beneficios cuando el producto esté con los comercializadores. Para la empresa aprovecharemos de la distribución indirecta y como alianza estratégica nuestro distribuidor comercial será la empresa Target.

Distribución directa: La empresa también opta como la distribución directa para ingresar al mercado estadounidense en un futuro con una fuerza más notoria, utilizaremos la distribución directa para proveer al distribuidor

final. También, para un mayor rendimiento de la empresa se debe realizar una distribución mixta, garantizando la comercialización del comprador final hacia el consumidor final.

Figura 28 *Canales de distribución*

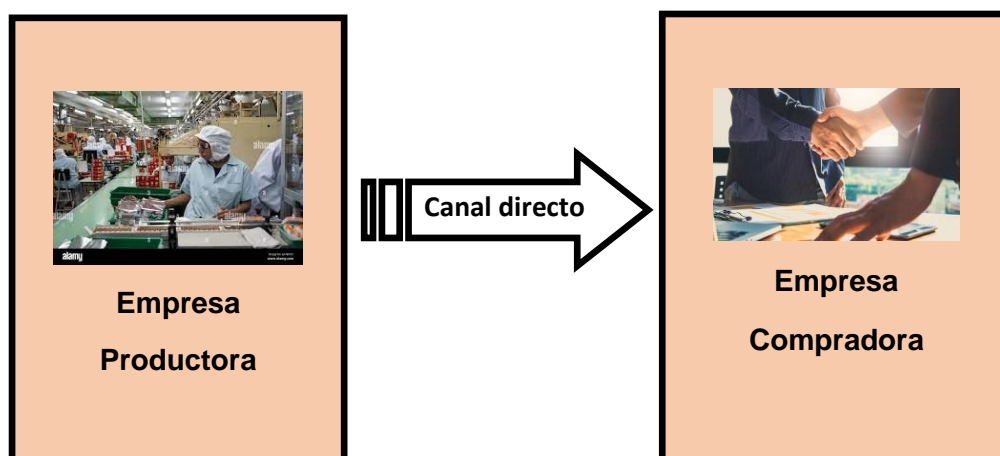


Nota: <https://dircomfidencial.com>

12.3 Canal con mayor flujo comercial para las importaciones del producto

Según el ciclo de producción del producto se identifican y describen los canales correspondientes.

Figura 29 Canal directo de distribución



Nota: Autoría propia

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

En la actualidad existe un futuro prometedor para las variedades de alimentos básicos tanto naturales como entregados en condiciones de montaje, cócteles de alta calidad, infusiones, conservas, mermeladas. “EE.UU. es la primera economía en el mundo, con el 25% de la producción global absorbe un 16% del total de las importaciones mundiales, cuenta con 309 millones de consumidores con una renta per cápita de 47.200\$, y es el principal emisor (19%) y receptor de inversión internacional (15%)”.

El té negro se consume principalmente en EE: UU por ser estimulante ya que “el consumo de té negro, así como de otras bebidas con cafeína, previene la disminución en el estado de alerta. Además, algunas pruebas clínicas preliminares muestran que podría mejorar la atención en personas sanas”.

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

Una de las principales características del té negro viene hacer el contenido de cafeína (del 2% al 4%) se indica que afecta o altera al pensamiento según profesionales de la salud. Otro de los componentes viene hacer sustancias que ayudan a proteger el corazón y los vasos sanguíneas. Estas bondades permiten que el té nunca falte en los hogares y hace más atractivo su producción y competencia para la comercialización.

Las bondades del té, también, se utilizan para dolores estomacales, dolor de cabeza y prevención de enfermedades del resfrió, de Parkinson, la demencia y entre otras más enfermedades. El té por su alto grado de sustancias que se demostraron según pruebas científicas sólidas, avalan su consumo y comercialización no sólo en el mercado peruano, si no también, en Estados Unidos que se considera como uno de los principales importadores a nivel mundial. Su consumo es de alta demanda y según estudios señalan lo siguiente: “Estados Unidos es el tercer importador más grande a nivel mundial y 4 de cada 5 estadounidenses consumen esta bebida, siendo más común entre el segmento de 17 a 35 años, pues un 87% de ellos dice beber té”.

CAPÍTULO XIII

MATRIZ DE COSTOS DE EXPORTACIÓN

En el presente capítulo, nuestra empresa INFUSIONES DEL SUR explicará los costos totales que representarán el realizar la exportación de nuestro té negro filtrante desde Perú hasta New York Estados Unidos, para ello, consideraremos todos los puntos como los gastos que representarán, la obtención de la certificación con la que saldrá del país, nuestra carga, el alquiler del contenedor reefer de 20 pies, el agenciamiento aduanero, el depósito temporal, la emisión del conocimiento de embarque, los gastos administrativos que tendremos, el servicio de courier para el envío de documentación obligatoria, el seguro, la póliza de seguro a pagar, entre otros aspectos que se podrán visualizar en la tabla elaborada a continuación.

Tabla 29 Cantidad a exportar por la Empresa VELARDE S.A.C.

DESCRIPCIÓN	
Costos de Exportación	S/.
Certificado de origen	262.00
Certificado fitosanitario	98.00
Contenedor carga y estiba	7,500.00
Agente de aduanas	380.00
Emisión B/L	130.00
Derecho de embarque (pago al puerto)	250.00
Vistos buenos	1,111.50
Deposito temporal	1,150.00
Courier (documentos para enviar al cliente destino)	150.00
Gastos administrativos	117.00
Costo Total	11,148.50
2 % del FOB	862.93
Costo Total FOB	S/. 43,146.65

Nota: Autoría propia.

CAPÍTULO XIV

VALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

14.1 Costos de oportunidad de capital

Tabla 30 Costo de oportunidad

Exportación 1: Té negro filtrante	
S/. 108,621.37	S/. 288,000.00
Exportación 2: Infusiones de manzanilla	
S/. 210,000.00	S/. 360,000.00

Nota: Autoría propia

El costo de oportunidad es:

$$360,000.00 - 288,000.00 = 72,000.00$$

Entonces se evidencia que; 72,000.00 soles de costo de oportunidad al tomar una decisión por otra.

14.2 Valor actual neto

Tabla 31 *Valor actual neto*

AÑOS	S/. INGRESOS
0	108,621.65
1	288,000.00
2	313,920.00
3	342,172.80
4	372,968.35
5	406,535.50

AÑO 1	S/. EGRESOS
Aprovisionamiento	12,200.00
Almacén	40,075.00
Rotulado	800.00
Empaque	1,600.00
Embalaje	4.800.00
Pallet (unitarización)	4.400.00
Transporte Interno	1,600.00
Gastos de Exportación	43,146.65
TOTAL	S/. 108,621.65

Valores: 2.70 – 2.71 – 2.72 – 2.73 – 2.74 – 2.75 – 2.76

$$\text{VAN} = -108,621.65 + \frac{288,000.00}{(1+2.74)^1} + \frac{313,920.00}{(1+2.74)^2} + \frac{342,172.80}{(1+2.74)^3} + \frac{372,968.35}{(1+2.74)^4} + \frac{406,535.50}{(1+2.74)^5}$$

$$0 = -108,621.65 + \frac{288,000.00}{3.74} + \frac{313,920.00}{13.96} + \frac{342,172.80}{52.14} + \frac{372,968.35}{194.80} + \frac{406,535.50}{727.77}$$

$$0 = -108,621.65 + 77,089.14 + 22,491.60 + 6,562.17 + 1,914.59 + 558.60$$

$$0 = \text{S/. } 217,237.75$$

14.3 Tasa de interés de retorno

Tabla 32 Tasa de interés de retorno

AÑO	S/. INGRESOS
0	108,621.65
1	288,000.00
2	313,920.00
3	342,172.80
4	372,968.35
5	406,535.50

$$\text{TIR} = -i + \frac{\text{Año 1}}{(1+\text{Tir})^1} + \frac{\text{Año 2}}{(1+\text{Tir})^2} + \frac{\text{Año 3}}{(1+\text{Tir})^3} + \frac{\text{Año 4}}{(1+\text{Tir})^4} + \frac{\text{Año 5}}{(1+\text{Tir})^5}$$

Valores : 2.70 – 2.71 – 2.72 – 2.73 – 2.74 – 2.75 – 2.76

$$0 = \frac{-108,621.65}{(1+2.71)^1} + \frac{288,000.00}{(1+2.71)^2} + \frac{313,920.00}{(1+2.71)^3} + \frac{342,172.80}{(1+2.71)^4} + \frac{372,968.35}{(1+2.71)^5} + \frac{406,535.50}{(1+2.71)^5}$$

$$0 = \frac{-108,621.65}{3.71} + \frac{288,000.00}{13.76} + \frac{308,160.00}{51.06} + \frac{329,731.20}{189.45} + \frac{352,812.38}{702.86} + \frac{377,509.25}{702.86}$$

$$0 = -108,621.65 + 77,628.03 + 22,807.16 + 6,700.76 + 1,968.69 + 578.40$$

$$0 = \text{S/. } 1,061.38$$

$$0 = \frac{-108,621.65}{(1+2.75)^1} + \frac{288,000.00}{(1+2.75)^2} + \frac{313,920.00}{(1+2.75)^3} + \frac{342,172.80}{(1+2.75)^4} + \frac{372,968.35}{(1+2.75)^5} + \frac{406,535.50}{(1+2.75)^5}$$

$$0 = \frac{-108,621.65}{3.75} + \frac{288,000.00}{14.06} + \frac{313,920.00}{52.73} + \frac{342,172.80}{197.75} + \frac{372,968.35}{741.58} + \frac{406,535.50}{741.58}$$

$$0 = -108,621.65 + 76,800.00 + 22,323.20 + 6,488.61 + 1,886.02 + 548.20$$

$$0 = -\text{S/. } 575.61$$

$$= a + \left(\frac{m}{m-n} \right) \times (b-a)$$

a = valor % positivo

b = valor % negativo

m = resultado más cerca a (0) positivo

n = resultado más cerca a (0) negativo

$$= \frac{2.71 + 1,061.38}{(1,061.38 - 575.61)} \times (2.75 - 2.71)$$

$$= \frac{2.71 + 1,061.38}{(1,636.99)} \times (0.04)$$

$$= 2.71 + 0.648372002 \times (0.04)$$

$$= 2.71 + 0.02593488 = 2.74\%$$

CONCLUSIONES

1. El producto Té negro presenta tres características exportadoras: calidad, cantidad y constancia. Se precisó sus características naturales y las zonas donde se cultiva en este caso Kosñipata Cusco, Valle de la Convención, Valle de Sandia – Puno y La Merced – Junín.
2. Existen los proveedores necesarios para su abastecimiento de acuerdo a las cantidades y características. Es importante destacar que la dinámica económica generada en la región Cusco es muy importante además de valorar sus características tales como: suelo, agua y clima. Las mismas características y según su ventaja climática en el Valle de la Convención ideal para el cultivo del té negro.
3. El proceso de distribución física local e internacional se ha logrado desarrollar la participación de los operadores logísticos en la operación de exportaciones, explicando de forma exhaustiva el transporte vía marítima. La vía marítima es parte del régimen de transporte aduanero y por su mayor demanda se logra una distribución rápida, económica y eficiente de acuerdo a los tiempos concretados con la empresa distribuidora utilizando el canal directo. Estados Unidos, cumple con las condiciones económicas y logísticas ya que su poder adquisitivo, estabilidad económica, fuerte demanda interna dan el respaldo de aterrizar en un mercado de mayor crecimiento y para la apertura de nuestro producto e ingresar al mercado.

RECOMENDACIONES

1. Lo recomendable para nuestro producto INFUSIONES DEL SUR (Té negro filtrante) es ingresar en el corto y mediano plazo al mercado Internacional, si bien en Estados Unidos el consumo de té filtrante obtiene un porcentaje de aceptación del 70% aún nos queda muchos mercados internacionales por atender.
2. Lograr una relación directa con nuestros proveedores generar una base de datos sobre gustos y tendencias de los clientes y así poder promocionar nuestros productos a través de sus preferencias, establecer relaciones a largo plazo ya que esto nos ayudara a obtener futuras negociaciones.
3. Optimizar nuestros canales de comunicación en publicidad, promocionales mediante el uso de la tecnología, la participación en ferias es una estrategia que sirve para conocer y establecer contactos directos con el mercado y de esta manera poder incrementar nuestras ventas e ingresos. La empresa en busca de generación de valor deberá fortalecer su estrategia de producción y distribución dentro del marco de los estándares de calidad del té negro y según el proceso de control identificar errores o problemas que permitan mejorar los procesos e innovar el diseño del producto y la marca fomentando y manteniendo el prestigio del producto.

BIBLIOGRAFIA

- MINCETUR. (s.f.). Comercio Justo. Recuperado de
<https://www.mincetur.gob.pe/ochocientosproductores-de-cacao-blanco-de-piura-iniciaran-exportaciones-a-traves-de-marca-colectiva-zikuyo/>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). Plan de Desarrollo de Mercado.
- PROINVERSION. (s.f.). Cuadro comparativo de sociedades. Recuperado de
(s.f.).<https://www.sierraexportadora.gob.pe/programas/cacao/que-significa.php>
- SIICEX. (s.f.). Etiquetado y Envasado. Recuperado de
http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_ue.pdf
- SIICEX. (s.f.). Guía requisitos sanitarios. Recuperado de
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/Guia%20Requisitos%20Sanitarios%20UE.pdf>
- Sociedad Nacional de Industria - IEES. (2016). Instituto de Estudios Económicos y Sociales. Obtenido de Industria del cacao, chocolate y otros derivados
- SUNAT. (s.f.). Carga Inicial T-Registro. Recuperado de
<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas>.
- SUNAT. (s.f.). Régimen Laboral. Recuperado de
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>.
- SUNAT. (s.f.). Régimen MYPE Tributario. Recuperado de
http://orientacion.sunat.gob.pe/images/rmt/CARPETA_RMT.pdf.
- Trade EU. (s.f.). Etiquetado y Embalaje. Recuperado de
<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/etiquetado-y-embalaje>.

Trademap. (s.f.). Exportaciones cacao. Recuperado de

<https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3|604|18|2|1>

Código Aduanero. Artículo 142. Recuperado

<https://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/2542/8/innova.front/contenedores-definicion.html>.