



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

**“PLAN DE EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PANETÓN
CHOCOMACA AL MERCADO DE CALIFORNIA - EE. UU. DE LA
EMPRESA KALLISAYA S.A.C”.**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:
**BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Presentado por:

Miriam Edith Gamarra Timoteo (0000-0003-3928-5587)

Nataly Anguee Pariona Leon (0000-0002-8991-0718)

Ruth Catherine Cerron Balcon (0000-0002-7739-6352)

Guisela Lisenda Torres Martínez (0000-0002-7503-0496)

Kenjhon Josep Noreña López (0000-0001-7825-6872)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 07/12/2022

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Dr. Félix José Colina Ysea

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

Plan de exportación y comercialización del panetón Chocomaca al mercado de California - EE. UU. de la empresa Kallisaya S.A.C.

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071965	Nataly Anguee Pariona Leon
100071623	Miriam Edith Gamarra Timoteo
100071298	Noreña Lopez Kenjhon Josep
100072045	Torres Martinez Guisela Lisenda
100071200	Cerron Balcon Ruth Catherine

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Negocios Internacionales** en la carrera de **Administración de Negocios Internacionales**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACIÓN	
100071965	Pariona Leon Nataly Anguee	Aprobado (16)	Desaprobado (nota)
100071623	Gamarra Timoteo Miriam Edith	Aprobado (16)	Desaprobado (nota)
100071298	Noreña Lopez Kenjhon Josep	Aprobado (16)	Desaprobado (nota)
100072045	Torres Martinez Guisela Lisenda	Aprobado (16)	Desaprobado (nota)
100071200	Cerron Balcon Ruth Catherine	Aprobado (16)	Desaprobado (nota)

El jurado firma en señal de conformidad.


Dr. Félix José Colina Ysea

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Plan de exportación y comercialización del panetón Chocomaca al mercado de California - EE.UU. de la empresa Kallisaya S.A.C.

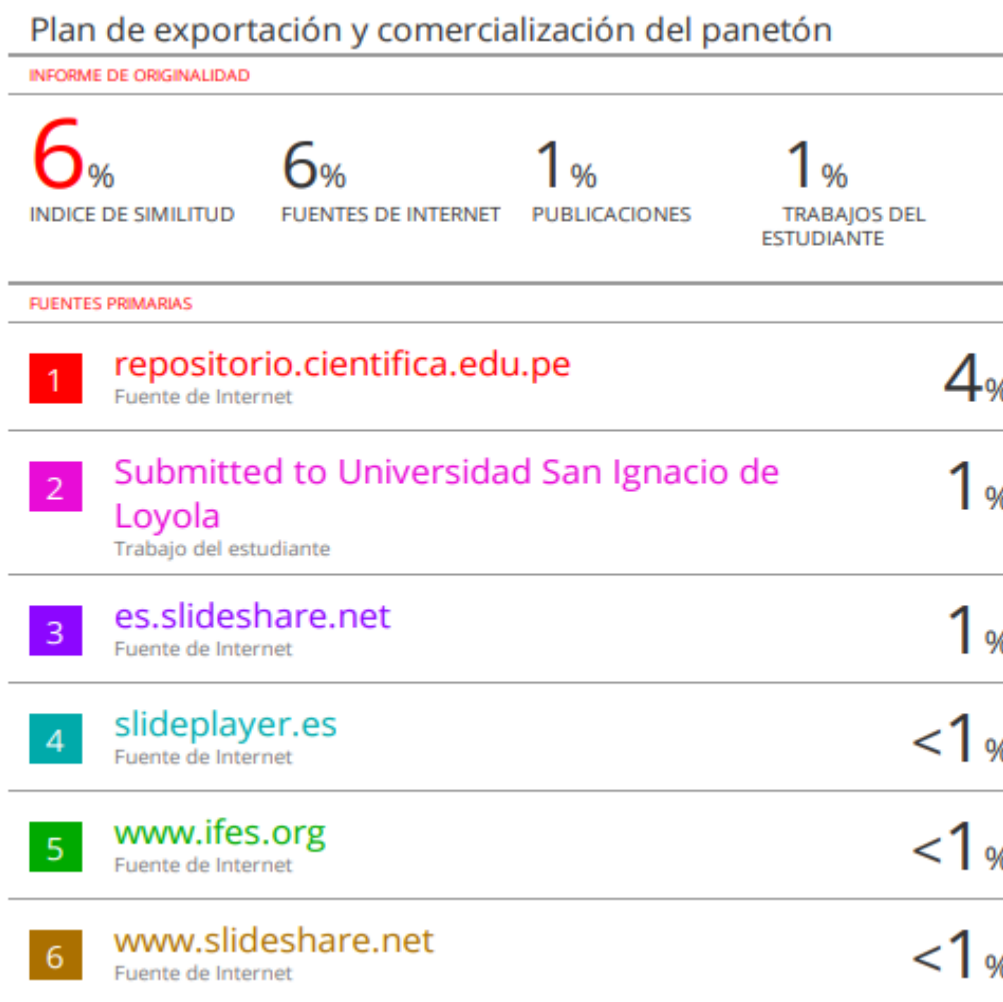
Autores. Nataly Anguee Pariona Leon; Miriam Edith Gamarra Timoteo; Kenjhon Josep Noreña Lopez; Guisela Lisenda Torres Martinez; Ruth Catherine Cerron Balcon.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 1985088615).

Resultado de la evaluación. 6%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.



INDICE

LISTA DE TABLAS	5
LISTA DE FIGURAS	6
LISTA DE ANEXOS	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO I: PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	11
1.1. Análisis del entorno	11
1.2. Análisis de la empresa.....	12
1.3. Misión	12
1.4. Objetivos estratégicos.....	12
1.5. Estrategia del negocio	15
1.6. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva	15
1.7. Diseño organizacional - Vertical.....	15
CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	19
2.1. Descripción del producto - Panetón de chocomaca	19
2.2. Propuesta de valor	20
2.3. Ficha técnica comercial	21
2.4. Exportaciones del producto.....	22
2.5. Principales empresas exportadores del producto.....	25
2.6. Requisitos de acceso	28
2.6.1. Arancelario (derechos e impuestos).....	31
2.6.2. Restricciones y barreras de acceso	32
2.7. Tratamiento arancelario.....	32
2.8. Estrategia de precio	33
2.9. Estrategia de distribución.....	34
2.10. Estrategia de promoción	34
2.11. Estrategia de segmentación.....	35
2.12. Estrategia de posicionamiento	36

CAPÍTULO III: PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	37
3.1. Envases, embalajes y etiquetado	37
3.2. Unitarización y cubicaje de la carga	38
3.3. Cadena de distribución física internacional	38
3.4. Modalidad de traslado internacional	38
3.5. Seguro de la carga	39
4.1. Régimen de exportación y documentos necesaria	40
4.2. Elección del Incoterm.....	41
4.3. Análisis de precios de exportación	41
4.4. Medio de pago.....	42
4.5. Gestión del despacho aduanero	43
CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO	44
5.1. Historia financiera de la empresa	44
5.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras	45
5.3. Plan de ventas de la empresa	46
5.4. Análisis de costos	46
5.5. Punto de equilibrio de la empresa	47
5.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción	48
5.7. Inversión inicial.....	49
5.8. Capital de trabajo.....	49
5.9. Fuentes de financiamiento	50
5.10. Proyección de flujo de caja	50
5.11. Análisis de rentabilidad.....	51
5.12. Estado de resultados con alcance de la empresa	52
5.13. Estado de situación económica proyectada de la empresa	53
5.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la compañía	54
Conclusiones	57
Recomendaciones	58
Referencias	59
ANEXOS.....	60

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Matriz estrategico – FODA de la empresa Kallisaya S.A.C	14
Tabla 2 Tecnica Paneton Chocomaca	21
Tabla 3 Principales empresas exportadores del producto	25
Tabla 4 Datos de partida arancelaria Perú	31
Tabla 5 Datos de partida arancelaria EE.UU	31
Tabla 6 Tarifas de paneton	32
Tabla 7 Estrategia de precio para la venta en el mercado de EE.UU	34
Tabla 8 Analisis de precios de exportacion.....	42
Tabla 9 Origen economico de la empresa Kallisaya S.A.C del 2017 al 2020.....	44
Tabla 10 Antecedente economico de la empresa Kallisaya S.A.C	44
Tabla 11 Proposicion planificada de la empresa en años posteriores	45
Tabla 12 Plan de ventas de la empresa Kallisaya S.A.C del año 2024 al 2028.....	46
Tabla 13 Analisis de costos fijos de la empresa Kallisaya S.A.C.....	47
Tabla 14 Costo variable de la demanda en el mercado objetivo	47
Tabla 15 Punto de equilibrio del paneton chocomaca	48
Tabla 16 Recursos tangibles e intangibles para la productividad de la empresa	48
Tabla 17 Inversiion inicial.....	49
Tabla 18 Capital de trabajo	49
Tabla 19 Origen de financiamiento de la empresa Kallisaya S.A.C.....	50
Tabla 20 Proyeccion de flujo caja	50
Tabla 21 Analisis de rentabilidad	51
Tabla 22 Estado de resultados de la empresa	52
Tabla 23 Analisis del 2016 y 2017	52
Tabla 24 Analisis del año 2018.....	53
Tabla 25 Estado de situacion financiera proyectada de la empresa	54
Tabla 26 Estudio de susceptibilidad y riesgo de la empresa	55
Tabla 27 Flujo del proyecto en los años 2025 - 2017	55
Tabla 28 Tasa de ganancia requerida	55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama vertical.....	16
Figura 2 Clasificación arancelaria del producto Paneton Chocomaca.....	20
Figura 3 Exportación de pastelería del 2022	22
Figura 4 Top 10 de mercados de exportación en valor FOB/US\$ 2022	23
Figura 5 Precio promedio FOB (US\$/kg) principales mercados 2022.....	24
Figura 6 Precio promedio FOB (US\$/kg) principales empresas 2022	25
Figura 7 Elección del Incoterm.....	41

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Carta de Autorización	60
-------------------------------------	----

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de investigación denominado Plan de exportación y comercialización del panetón chocomaca al mercado de california - EE. UU. de la empresa kallisaya S.A.C. Donde tiene como objetivos estratégicos; analizar la metodología FODA, señalando sus principales ventajas y desventajas que tiene la empresa. El Panetón Chocomaca es la estrategia de promoción que se implementará de acuerdo con las fechas festivas por diferentes medios con un precio adecuado.

Con el propósito de alcanzar un mejor posicionamiento en el mercado internacional, cuya finalidad es brindar un mejor servicio ofreciendo producto de calidad, debido a la exigencia de nuestros principales consumidores que hacen que nuestro cliente fidelice más con la marca por la variedad de productos ofrecidos por la empresa.

Dado que nuestra labor es realizar un plan de exportación que ayude a la empresa Kallisaya S.A.C a internacionalizarse y comercializarse en el mercado objetivo EE. UU. Asimismo, los retos más significativos hacia la empresa es implementar habilidades que le permitan ganar a las competencias, teniendo empresas exportadoras como Calsa Perú S.A.C, Corporación TDN S.A.C y Panexport S.A.C.

INTRODUCCIÓN

El panetón chocomaca tiene la forma de cúpula y tiene un color nogal claro, donde al consumir se siente esponjosa y su sabor a maca y chispa de chocolate. El panetón “Chocomaca” es un producto exclusivamente preparado por la empresa Kallisaya S.A.C ubicado en el departamento Junín y provincia Junín, que tiene el potencial de encontrar una rápida aceptación del comercio peruano e internacional.

Para explorar en el mundo global nos preguntamos por qué elegimos panetón de chocomaca para el mercado americano, y la respuesta es que la mayoría de ellos son exportados a China, Japón y Estados Unidos de enero a octubre.

En la actualidad los mercados consumidores del panetón, prefieren que sean nutritivos y funcionales por lo tanto para la elaboración del producto se propone mezclar la harina de maca con chispas de chocolate con el objetivo de mejorar las características del panetón de forma artesanal en la que se ha venido elaborando para poder tener un menor precio para el consumidor.

En el Perú el panetón tiene una alta demanda ya que es muy consumido, la cual es fundamental para la exportación.

El Capítulo I analiza el proyecto estratégico y de la organización de la empresa, el entorno de consumo de Maca y el crecimiento continuo en los Estados Unidos, que presenta las mayores oportunidades para los exportadores de Maca como país en desarrollo, también se va a implementar convenios con socios a nivel internacional para poder fortalecer lazos de comercio en el mundo.

Así mismo atreves del análisis de la empresa Matriz estratégica FODA donde nos va a permitir elaborar bien nuestro plan de exportación analizando estrategias y oportunidades.

Donde a su vez el panetón está en constante crecimiento que nos va a permitir elaborar una buena estrategia de negocio al realizar una investigación de mercado, fortaleciendo que nuestros productos peruanos sean de calidad.

En el Capítulo II plan de marketing internacional, se especifica la descripción del producto “Panetón de Chocomaca”, teniendo un valor nutricional importante de vitaminas A, B y C con proteínas y alto hierro, con una presentación de caja biodegradable y bolas Doy Pack ambos de 900 gr, se caracteriza por saber seleccionar a sus proveedores al contar con una óptima calidad y precio competitivo en el mercado ello permite que llegue al consumidor final en las mejores condiciones.

Teniendo a Perú como principal exportador de productos de panadería al mercado estadounidense, Chile, China, Bolivia, Japón y Colombia, se implementará estrategia de promoción de acuerdo con las fechas festivas. La empresa brinda algo novedoso y a la vez en el tema de calidad se menciona que es un producto que no tiene tanto colorante porque puede dañar la salud del consumidor final.

En el capítulo III Plan de logística internacional, en cuanto a la presentación de los envases, embalaje y etiquetado se personalizo las bolsas según las necesidades del fabricante, El envase debe ser en buenas condiciones, para que pueda evitar la contaminación del producto. El embalaje se llega a realizar según el producto de la empresa Kallisaya S.A.C que es el Panetón de Chocomaca. Donde la cadena de distribución se va a utilizar el transporte marítimo.

En el capítulo IV Plan de comercio internacional, se menciona los regímenes de exportación y documentación necesaria que va a facilitar el ingreso del producto al mercado objetivo. La negociación de ambas partes tanto del exportador e importador para la elección del Incoterm.

En el capítulo V Plan económico financiero, cómo su antecedente financiero proyectada en la organización Kallisaya S.A.C y se realizó una propuesta donde se pudo determinar una mejor rentabilidad en la empresa ya que sus estados de resultados proyectado en la empresa ayudan a tener una proyección a corto y largo plazo, del año 2024 al 2028 a través de este informe se podrá visualizar el panorama a futuro, conociendo finalmente la Utilidad Neta de cada uno de los años de este intervalo de tiempo.

CAPÍTULO I: PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

1.1. Análisis del entorno

Según estudios del crecimiento sostenido del alimento de la maca aumentara en 25% de sus exportaciones en el tiempo pronosticado del 2021 – 2025, este crecimiento constante se debe a que la empresa de suplementos para la dieta en Estados Unidos, ser una de las principales razones por las que la maca tiene demanda.

Actualmente, el mercado estadounidense ofrece oportunidades para los que exportan maca hacia países en desarrollo, ya que es uno de los productos agrícolas cuya producción y exportación está mostrando un crecimiento impresionante.

Es imprescindible implementar convenios con socios comerciales a nivel internacional de manera diversificada en diferentes productos, es importante la conjunta unión económica con otros países como Estados Unidos para fortalecer lazos de comercio en el mundo. Debido a la crisis sanitaria del Covid-19 se sigan impulsando los negocios, además reducir los costos logísticos, así como el transporte internacional a fin de reducir la brecha de las exportaciones con la finalidad de fortalecer la integración regional.

Asimismo, los consumidores buscan valores agregados para ver si el producto puede satisfacerlos por temas de gustos, actualmente han salido diferentes tipos de panetones, el ultimo que salió al mercado es el paneton sin pasas y sin frutos que lo saco la empresa de Winters, al igual que esta empresa Kallisaya pensó en la implementación de un paneton que tenga un sabor originario de Perú como es la maca y a la vez que tenga chispas de chocolate para que sea más gustativo, dándole un valor agregado para que no solo los adultos disfruten si no también los niños.

1.2. Análisis de la empresa

A la actualidad KALLISAYA S.A.C. está mercantilizando productos con marca especial que han sido admitidos por la asociación, KALLISAYA S.A.C. busca una colocación como una marca clara y leal acomodándose a comercializar productos de calidad que brindan beneficios y bienestar a los clientes. Los mayores retos que enfrentan las organizaciones es poder implementar estrategias que les permitan superar a sus competidores. Para lograr este objetivo, los capitalistas deben examinar la exportación como un plan interno de la empresa.

Visión

Ser una empresa con productos 100% naturales para el mercado y hacerse reconocida por su ética y valores

1.3. Misión

Satisfacer a los clientes atreves de nuestros productos y ser el mejor proveedor de servicios nos enfocamos más en mejorar la salud y localidad de producto que tenemos para hacernos más conocidos.

1.4. Objetivos estratégicos

Para el desarrollo de los objetivos estratégico se realizará un análisis por medio de la metodología FODA.

a) Fortalezas

- La empresa produce su propia materia prima
- La compañía posee conocimientos de las ventajas y desventajas beneficios del producto que brinda.
- La empresa tiene un buen posicionamiento en la ciudad de Junín

- La empresa cuenta con su propia marca de productos muy aparte del panetón

b) Debilidades

- Solo comercializa en la ciudad de Junín
- No cuenta con una buena estrategia de marketing
- No cuenta con un espacio de exportación carecen de conocimiento sobre los procesos de comercialización mundial
- Alta competencia en el sector de maca

c) Oportunidades

- Poca competencia en la exportación de panetón de chocomaca
- Implementar nuevas innovaciones para el proceso de los productos tradicionales y no tradicionales
- Comercializar el panetón de chocomaca a diferentes partes del mundo.
- Nuevos productos que satisfagan al consumidor

d) Amenazas

- Nuevos competidores
- Situación económica de la empresa
- Crecimiento lento en el mercado
- Cambios en la política comercial de los gobiernos extranjero

Tabla 1

Matriz estratégica-FODA de la empresa Kallisaya S.A.C

MATRIZ ESTRATEGICO-FODA	FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F.1 Produce su propia materia prima		D.1 Solo comercializa en la ciudad de Junín
		F.2 Beneficios y calidad del producto		D.2 Estrategia de marketing
		F.3 Posicionamiento en Junín		D.3 Procesos de comercialización internacional.
		F.4 Propia marca de productos		D.4 Alta competencia en el sector de maca
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA - FO		ESTRATEGIA-DO	
O.1 Poca competencia en la exportación	E.1 Elaborar más productos innovadores F.1, O.1		E.1 Penetración en otros mercados con nuevos productos D.1, O.1	
O.2 Implementar nuevas innovaciones	E.2 Expansión en el mercado de manera nacional e internacional F.2, O.2		E.2 Implementación del marketing mix en la empresa D.2, O.2	
O.3 Comercializar el paneton a diferentes partes del mundo	E.3 Realizar una investigación de mercados F.3, O.3		E.3 Contratar profesionales para que capaciten sobre el tema de comercialización internacional y poder adaptarse D.3, O.3	
O.4 Nuevos productos que satisfagan al consumidor	E.4 Buscar nuevos métodos de satisfacer al consumidor F.4, O.4		E.4 elaboración de productos con diferentes materias primas D.4, O.4	
AMENAZAS	ESTRATEGIA - FA		ESTRATEGIA-DA	
A.1 Nuevos competidores	E.1 Generar un valor agregado aparte de la maca F.1, A.1		E.1 Estar siempre al tanto de las nuevas tecnologías D.1, A.1	
A.2 Situación económica de la empresa	E.2 Realizar un plan de ahorro y elaborar un presupuesto de gastos F.2, A.2		E.2 Utilizar paginas gratuitas como el Google Analytics D.2, A.2	
A.3 Crecimiento lento en el mercado	E.3 Realizar una inmersión en el mercado F.3, A.3		E.3 Realizar un análisis interno y afianzar la internacionalización de la empresa D.3, A.3	
A.4 Cambios en la política comercial de los gobiernos extranjeros	E.4 Estar en constante vigilancia en los cambios políticos para no tener inconvenientes F.4, A.4		E.4 Estimulación de la innovación para diferenciarse de los competidores D.4, A.4	

Nota. En la tabla se observa la matriz estrategica FODA de la empresa Kallisaya S.A.C

1.5. Estrategia del negocio

El periódico llamado “comercio” indica que los panetones está en constante crecimiento ya que en octubre del 2020 creció un 24% llegeo alrededor de 20 países entre ellas Perú exporto a EE. UU y Chile logrando que se totalizaran en 5.4 millones de dólares.

La empresa busca exportar panetones de chocomaca a EE. UU es una gran oportunidad de crecimiento a la vez de culturalizar con los productos peruanos, pero antes de realizar las exportaciones se debe de capacitar al personal para seguir el proceso correctamente, a la vez necesitaran profesionales que les oriente sobre el tema de las documentaciones y leyes al momento de la exportación, para así ser más eficientes y tener planes estratégicos. La estrategia de la empresa será la siguiente:

- Realizar una investigación de mercado para que el plan de exportación sea exitoso.
- Investigar los requisitos para exportar entre ellos el tema de SENASA
- Elegir la forma de envío por medio de una negociación de los INCOTERMS para llegar a un acuerdo mutuo.

1.6. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

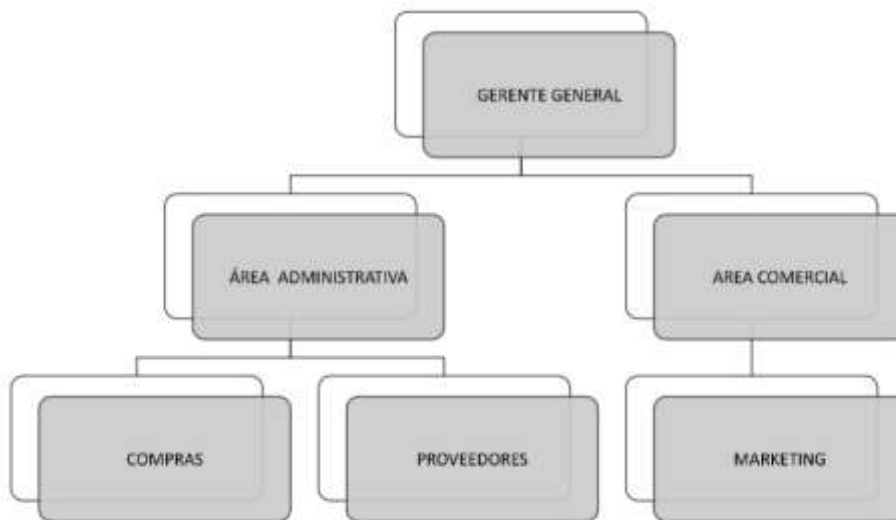
- Lograr un incremento económico
- Colaboradores capacitados
- Calidad del producto apropiado
- Mucha experiencia
- La marca debe sostener una buena reputación
- Los activos financieros están bien probados para operar de manera efectiva.

1.7. Diseño organizacional - Vertical.

Nuestra empresa Kallisaya SAC tiene como diseño organizacional – vertical, nos garantiza un mejor control con el gerente que maneja y apoya de muy cerca el nuestro equipo operativo que nos representa por ello garantiza que nuestra empresa tenga un sistema operativo mejor y más organizado.

Figura 1

Organigrama vertical



Nota. Organigrama de la empresa Kallisaya S.A.C.

a) Gerente General

- Planificar todas los movimientos y desarrollos en la empresa Kallisaya S.A.C.
- Repartir de una manera adecuada y activo total los recursos de la empresa.
- Garantiza que nuestra empresa tenga un sistema operativo mejor y más organizado

b) Área Administrativa

- Organizar y supervisar diversas funciones en las diferentes áreas de la compañía.
- Repartir el capital y los activos de la compañía de manera eficiente.
- Organizar con claridad todas las actividades como son los gastos, compras, así como inversiones y estado financieros de la compañía.

- Distinguir los peligros asociados a cada movimiento financiero para evitar pérdidas y daños.

- Dañinos usos de dinero dentro de la compañía.

c) Compras

- Distinguir un estudio de mercado según las prioridades de la compañía.
- Encontrar diferentes opciones en el mercado que ayuden a mejorar los precios de la compañía y formación de grupos con diferentes áreas de la empresa.
- Pretender el enlace contactos de manera efectiva con los proveedores y superar constantemente a los competidores.
- Conseguir y tramitar insumos de buena calidad
- Pretender el stock de la fábrica es baja y suficiente para que la falta de circulación no dañe la mercancía.

d) Proveedores

- Observar el monto efectivo diario para evitar fluctuaciones en las mercancías entrantes y salientes.
- Verificar cada uno de los registros, observar y ejecutar completamente las transacciones financieras valiosos de la compañía.
- Revisar los préstamos de la compañía; asimismo, el cálculo de los créditos es imprescindible para los presupuestos de financiación en los proyectos.

e) Área Comercial

- Lograr los objetivos de crecimiento empresarial a través de estrategias centradas en el cliente.
- Observe la industria y el grupo de clientes que queremos adquirir en función de su perfil y preferencias principales.

- Proponer y mejorar las estrategias de venta para alcanzar los objetivos de la empresa.
- Edite el historial de ventas para ayudar a comprender las preventas y postventas.

f) Ventas

- Dirigir la búsqueda adecuada en las solicitudes de tráfico, mientras verificas comportamiento de la orden del mercado.
- Implementar publicidad de incentivos para varios productos con poca formación del cliente.
- Brindar una delicada atención a los consumidores evitando cualquier tipo de racismo.

g) Distribución

- Ver cuanta demanda tiene el producto y si satisface las necesidades del comprador, planifique con anticipación.
- Entregar la mercadería en el tiempo y sitio coordinado con el cliente, logrando obtener dicha satisfacción con su pedido.
- Tener un adecuado padrón de los productos con fecha de caducidad cercana para evitar obtener merma en el almacén y mejorar el despacho.
- Inspeccionar que el empaque de los productos sea el adecuado para una correcta entrega y que estos no sufran daños en el traslado y lleguen seguros a cada uno de nuestros clientes.
- Inmediatamente verifique al conductor que está realizando la ruta de entrega del producto, para que no haya dificultades en el camino y la entrega del producto se realice con éxito.

CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1. Descripción del producto - Panetón de chocomaca

- **Maca**

Sus raíces pueden tener una variedad de colores y se secan y comen en polvo, especialmente las que tienen raíces amarillas, rojas y negras, aunque también están disponibles en cápsulas y extractos líquidos. Además de sus usos culinarios, tiene propiedades medicinales contra muchas dolencias.

- **Chispas de chocolate**

Las chispas o trozos de chocolate son pequeños trozos de chocolate. Suelen venderse en formas redondas, planas o de lágrima.

- **Harina de maca**

La harina de maca se obtiene a partir de la maca molida, que posee todos los nutrientes característicos. La maca en polvo no ha pasado por un complicado proceso de transformación, simplemente está cruda y tiene un rico sabor. Se recomienda el consumo directo para todos, solo se muele grueso y tiene un sabor rico, se recomienda el consumo directo para todos.

a) Valor nutricional

- Aporta un importante complejo de vitaminas A, B y C
- Es abundante en proteínas y minerales principalmente hierro, magnesio, zinc y calcio.
- Contiene aminoácidos esenciales y ácidos grasos libres.

b) Presentación:

- 900 gr. caja biodegradable.
- Las bolsas Doy pack vienen en 900gr. y 1kg.

2.2. Clasificación arancelaria

Clasificación arancelaria que corresponde del Panetón Chocomaca:

Figura 2

Clasificación arancelaria del Panetón chocomaca

Sección: IV	Productos de las industrias alimentarias, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, tabaco y sucedáneos del tabaco, elaborados
Capítulo 19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, decula o leche, productos de pastelería
11.06	Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao, hostias, sellos vacíos del tipo de los utilizados para medicamentos, obleas para sellas, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas y productos similares
1905.9	Subpartida armonizada
1905.90.90.00	Subpartida nacional-los demás

Nota. La tabla representa la clasificación arancelaria de productos de las industrias alimentarias Panetón Chocomaca. Tomado del Arancel de aduanas 2022.

2.2. Propuesta de valor


La compañía Kallisaya S.A.C. con su producto panetón de chocomaca, en poco tiempo ha sabido posicionarse en el mercado por ser natural y muy beneficioso para la salud de los consumidores, se caracteriza por saber seleccionar a sus proveedores al contar con una óptima calidad y precio competitivo en el mercado ello permite que llegue al consumidor final en las mejores condiciones, con un precio accesible (Producto a base de harina de maca el cual contiene muchos nutrientes beneficiosos para la salud de las personas). La presentación es una caja biodegradable amigable con el medio ambiente, además tiene el tamaño de 1 kilo y 900 gramos según la preferencia del cliente, esto hace que sea diferente en comparación, con otras marcas fácil y practico.


2.3. Ficha técnica comercial

Conocer las características del producto como su composición, físicas y/o técnicas, recomendaciones, formas de usar y otros datos importantes.

Tabla 2

Ficha Técnica Panetón Chocomaca

	<p>Ficha técnica de producto terminado Panetón de Chocomaca 1 kg. Perú</p>	<p>REF-FT-25 Emisión: 18/11/2021 N° de Revisión: 05 Formato: 1 kg. Página 1 de 2</p>
<p>1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:</p>		
<p>Descripción:</p>	<p>Panetón Chocomaca, según Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) es el producto alimenticio contenido en envase en bolsas Doy pack que garantice su esterilidad comercial.</p>	
<p>Marca Comercial:</p>	<p>Kallisaya S.A.C.</p>	
<p>Subpartida Nacional:</p>	<p>1905.90.90.00</p>	
<p>Composición:</p>	<p>Harina de maca, chispas de chocolate y maca</p>	
<p>Comercializado por:</p>	<p>Kallisaya S.A.C.</p>	
<p>Vida útil:</p>	<p>6 meses</p>	
<p>Octágono Ley 20606:</p>	<p>No aplica</p>	
<p>Presentación del producto acabado:</p>	<p>Panetón de Chocomaca con presentación 1 kl.</p>	
<p>Envasado y embalaje:</p>	<p>Bolsas Doy pack de 1 kl.</p>	

Lote:	Se asigna el estampado sobre la etiqueta y se consigue de forma automática del sistema de gestión, se mantendrá el siguiente formato: Lote -RP-2021/21785462
Responsable de elaborar la ficha técnica: Ruth Cerron Balcon	La fecha de elaboración inicial del producto: 16-05-2020 Fecha de revisión: 16-05-2021
2. MODO DE PREPARACIÓN	
Producto listo para consumir	
3. CONDICIONES DE ALMACENAJE	
Lugar seco y fresco. Ya abierto el producto conservar bajo condiciones ambientales y mantenerlo sellado.	
4. FOTO DE PRODUCTO TERMINADO	
	

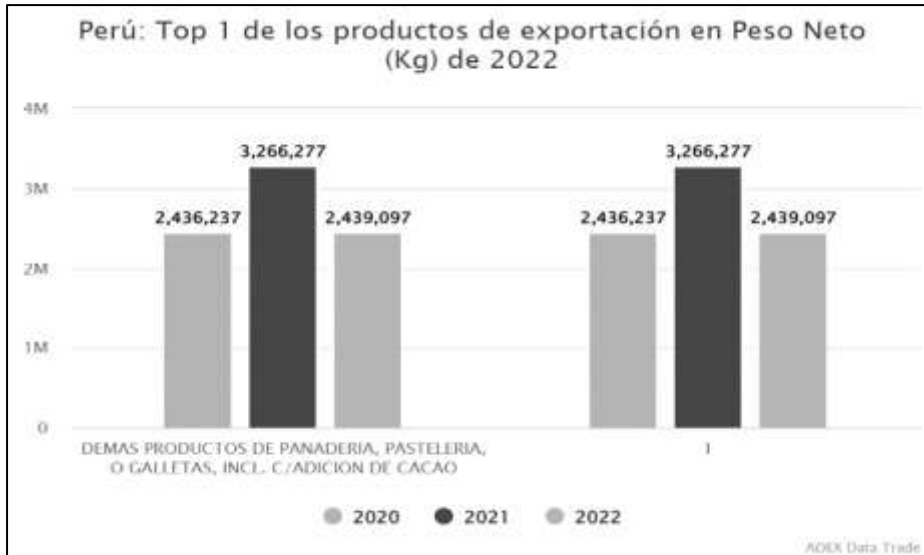
Nota. Descripción de la ficha técnica del Panetón Chocomaca

2.4. Exportaciones del producto

La exportación de panetones se centran entre dos fechas en particulares en enero y octubre a lugares como EE. UU y Chile, en el 2020 se llegó a un total de \$ 4.4 millones según la Cámara de Comercio de Lima (CCL). Asimismo, se incrementó un 24% con un total de \$ 5,4 millones comparados con el 2020 llegaron a un total de 21 países a unos más que a otros como a los países bajos, Canadá, Puerto rico (El Comercio, 2021).

Figura 3

Exportación de pastelería del 2022



Nota. El gráfico representa al Perú como top 1 en productos de exportación en peso neto (kg) de 2022. Tomado de Adex Data Trade.

Se observa en la figura 3 la variedad de productos de panadería, pastelería o galletas con cacao, dentro de esta subpartida se encuentra el panetón, en la gráfica nos indican los porcentajes de tres años en específicos del 2020 al 2022 nos menciona que el Perú está en el top 1 como exportador, pero a la vez nos muestra que el 2021 hubo mayores exportaciones en estos productos.

Figura 4

Top 10 de mercados de exportación en valor FOB/ USS 2022

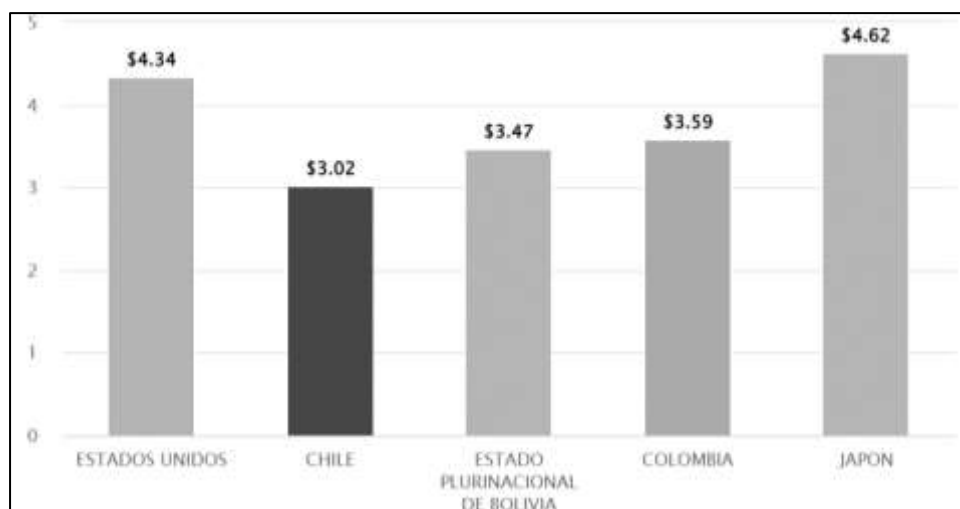


Nota. El gráfico representa el top 10 de exportaciones en valor FOB 2022. Tomado de Adex Data Trade.

Se observa en la figura 4 los 10 mercados de exportación en valor FOB en dólares todo relacionado al 2022, uno de los primeros países es EE.UU con una participación de 40.41% con un valor de FOB US\$ 3,836,126, como segundo puesto tenemos a Chile con una participación 16.34% con un valor de FOB US\$ 1,550,852, como tercer puesto esta Bolivia con una participación de 15.14% con un valor de FOB US\$ 1,437,351, en cuarto puesto esta Colombia con una participación de 12.22% con un valor de FOB US\$ 1,159,960, en quinto puesto esta Japón con una participación de 3.07% con un valor de FOB de US\$ 291,580, en sexto puesto esta Países Bajos con una participación de 2.65% con un valor de FOB de US\$ 251,327, en sexto puesto es Bélgica con una participación de 2.38% con un valor de FOB US\$ 225,714, en octavo puesta esta México con una participación de 1.68% con un valor de FOB US\$ 159,355, en noveno puesto esta España con una participación de 1.02% con un valor de FOB US\$ 97,248.

Figura 5

Precio promedio FOB (US\$/kg) principales mercados 2022

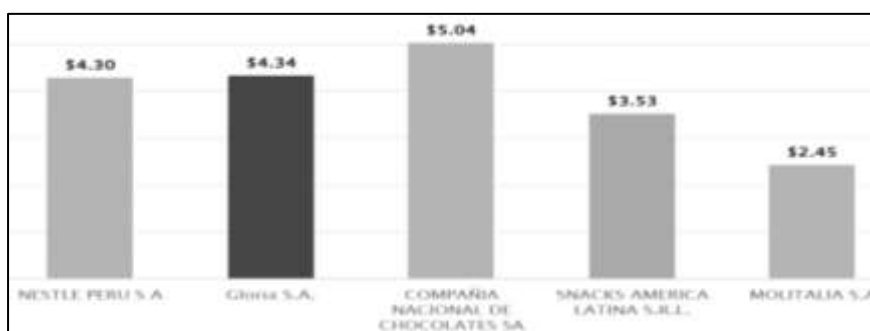


Nota. El grafico representa el precio promedio FOB (US\$ /kg) 2022. Tomado de Adex Data Trade.

En la figura 5 se observa el precio del FOB en US\$ / Kg de los 5 principales países, el primero EE. UU con valor de (\$4.34 kg), en segundo esta Chile con un valor de (\$3.47 Kg), en cuarto puesto esta Colombia con un valor de (\$ 3.59 Kg) y en quinto puesto esta Japón con un valor de (\$ 4.62 Kg).

Figura 6

Precio promedio FOB (US\$/kg) principales empresas 2022



Nota. El grafico representa el precio promedio FOB de las empresas peruanas (US\$ /kg). Tomado de Adex Data Trade.

En la figura 6 se observa las principales empresas que exportan en promedio FOB (US\$/Kg), la primera empresa es Nestlé Perú S.A con un valor de (\$4.30 Kg), la segunda empresa es Gloria S.A con un valor de (\$4.34 Kg), la tercera empresa es la Compañía Nacional de Chocolate S.A con un valor de (\$5.04 Kg), la quinta empresa es Snacks América Latina S.R.L con un valor de (\$3.53 Kg) y la quinta empresa es Molitalia S.A con un valor de (\$2.45 Kg).

2.5. Principales empresas exportadores del producto

Tabla 3

Principales empresas exportadores del producto

Empresa	Calidad de exportación	Calidad de entrega	Variedad de productos	FOB 2021	Tecnología
CALSA PERU S.A.C	Alta	Alta	Alta (panetón con chispas de chocolate Y elaborado a base de algarrobina)	443.009	Esta empresa es importante porque que se preocupa de preparar productos de calidad y garantía por lo que siempre está en capacitación constante.
CORPORACION TDN S.A.C.	Alta	Alta	Alta (chocolate, almendra)	187.91	Trabaja con la idea de que las buenas tradiciones son aquellas que verdaderamente acercan a las personas. Piensan que la historia debe enseñarnos a ser mejores y aprender de quienes estuvieron antes e inspirarnos a crear nuevos caminos.
PANEXPORT SAC	Alta	Alta	Alta (Kiwicha frutas deshidratadas)	18.494	La empresa PanExport S.A.C. está ofreciendo un producto nuevo al mercado

internacional. Los clientes en esta industria tienen poder de negociación porque en el mercado existen muchos más productos tales como los sustitutos que cuentan con bajos precios y otras marcas con diferentes sabores de producto.

Nota. Descripción de las principales empresas competidoras de Kallisaya S.A.C.

Empresa para realizar el análisis competitivo

PANEXPORT S.A.C

Según datos de ADEX Data Trade Sistema de Inteligencia, EE. UU, se mantienen como el primer demandante de este tradicional producto de navidad para lograr el desarrollo económico sostenible de una de las principales compañías más importantes y reconocidas del Perú en el rubro del panetón, elaborado con ingredientes naturales y de buena calidad. Somos una empresa peruana comercializadora de Kiwicha Panetón con proyección internacional y nos enfocamos por complacer las necesidades y gustos de clientes y consumidores manteniendo altos estándares de innovación y calidad.

Factores de éxito de la empresa Panexport

- Las personas son muy importantes en una organización, su calidad, el compromiso y la contribución son claves para lograr la sostenibilidad.

KALLISAYA S.A.C

Empresa transparente y brinda confiabilidad que proporciona al mercado productos de calidad para brindar beneficios y satisfacción a los clientes. Uno de los retos más importantes para la compañía es implementar estratégicamente que le permitan superar a la competencia, los socios deben estimar a la exportación como clave principal para la internacionalización de ganancias corporativas.

Factores de éxito de la empresa Kallisaya

- Tener buenas relaciones a largo plazo con las tiendas de supermercados más grandes del mundo.

2.6. Requisitos de acceso

La empresa por tratar es “KALLISAYA S.A.C.” y queremos hablar del producto a base de panetón de maca, para ingresar al mercado de California, se debe ejecutar con los requisitos establecidos:

- **Inspección por parte de Food and Drug Administration (FDA)**

Se verifica los documentos o la forma física de alimentos, generalmente los productos de los nuevos exportadores están sujetos a retención e inspección física. Todas las importaciones de alimentos que buscan ingresar a través de los puertos de EE. UU. están sujetas a la inspección de la FDA. La FDA puede bloquear productos entrantes si identifica que no cumplen con el requisito mínimo para ingresar al país. La FDA también determina que el incumplimiento es de naturaleza de documentación, aclaración, etiquetado o empaque, y puede estar sujeto a regularización, reexportación voluntaria o destrucción si se considera que el producto representa un riesgo para la salud de los consumidores.

- **Cumplir con la *Ley Contra el Bioterrorismo***

El propósito del reglamento tiene como objetivo preservar los productos elaborados y distribuidos ya sean comercializado e importado en América del Norte por posibles ataques terroristas. La implementación de la ley se lleva a cabo en las posteriores etapas:

- **Registro de instalaciones alimenticias (*Food facility registration*):** El registro requiere la infraestructura que procesa empaqueta o almacena, producto comestible dirigido al consumidor final, personas y/o animal que son vendidos en los EE.UU. deben estar listados por la F.D.A. La instalación debe ser realizado por el propietario, operador o representante. Cada instalación individual solicita el registro de forma independiente, no una corporación o empresa conjunta. En otras palabras, las empresas deben registrar cada objetivo por separado.
- **Notificación previa de alimentos importados (*Prior notice*):** Este registro requiere que la FDA enumere todas las instalaciones en los Estados Unidos que es procesar, empaquetar o almacenar alimentos para consumo humano o animal para consumo comercial. el sistema debe ser registrado por el propietario operador o administrador del sistema. Cada instalación solicita el registro de forma independiente y no como una compañía conjunta. En otras palabras, las empresas deben registrar cada una de sus instalaciones por separado

Las notificaciones se pueden enviar hasta quince días antes de la llegada, el tiempo mínimo de anticipación depende del modo de transporte utilizado.

- **Norma de Origen**

Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos Reglas de origen con procedimientos de origen IV. Esta sección establece que los alimentos saludables y producidos permitan cumplir con los posteriores estándares para importarse al país importador con una preferencia arancelaria:

- ✓ Debe ser comprado y/o fabricado únicamente en Perú.
- ✓ Los productos fabricados con materiales no originales (materias primas) de esta manera el cumplimiento de origen APC decretado en el Apéndice de los Requisitos Especiales de Origen.
- ✓ Los productos deben estar hechos únicamente con productos peruanos.

El propósito de utilizar estas reglas es prevenir que terceras naciones que exportan al Perú se aprovechen de sus prioridades arancelarias únicas.

- **Requisitos sanitarios**

DIGESA no tiene requisitos obligatorios de exportación para productos manufacturados. Si un importador pide un certificado de libre comercio, debería pedir a DIGESA un certificado de libre comercio y los requisitos para obtener este certificado son los siguientes:

- ✓ Notificación de RUC y requisitos institucionales
- ✓ Una copia de su tarjeta de salud
- ✓ 5% UIT por comprobante de recibo de pago original
- ✓ Plazo de emisión del certificado: hasta 5 días

Aunque Perú tiene una amplia variedad de productos libres de impuestos que pueden ingresar al mercado estadounidense, aún se requiere prueba de origen peruano para aprovechar este beneficio. Si no cumple con uno de los tres criterios de origen indicados anteriormente, el productor debe entrar al arancel público. En el caso del paneton, es así. Según los EE. UU., estos son libres de impuestos de la Comisión de Comercio Internacional, según el gobierno o el pedido privado que estemos solicitando.

2.6.1. Arancelario (derechos e impuestos)

La partida arancelaria de Perú y Estados Unidos coincide en los primeros seis números.

PERÚ

Tabla 4

Datos arancelarios de aduanas del Perú

Partida arancelaria	Descripción
1905.90.90.00	Demás productos de panadería, pastelería, o galletas, incl. c/adición de cacao

Nota. Representa la partida arancelaria de productos de panadería, pastelería o galletas

Tabla 5

Datos de partida arancelaria EE. UU

Partida arancelaria	Descripción
1905.90.10.90	Others pastries, cakes and similar sweet baked products; puddings

Nota. En esta tabla se muestra los datos de partida arancelaria de EE. UU. Tomado por

El convenio de comercio entre EE. UU. y el Perú entró en vigencia el primero de febrero del 2009 y se estableció las tarifas para el panetón:

Tabla 6
Tarifas de panetón

HTS8*	Descripción	Unidad de Cantidad	Arancel Base	Categoría de Desgravación
1905.90.10	Bread, pastry, cake, biscuit and similar baked products nesi, and puddings whether or not containing chocolate, fruit, nuts or confectionery	Kg.	Free	F

Nota. La siguiente tabla se puede apreciar los datos de las tarifas del panetón.

2.6.2. Restricciones y barreras de acceso

Una de las restricciones es de INDECOPI por que se da a capacidad de las personas la guía para desarrollar el control supervisión de las barreras comerciales no arancelarias, publicidad a través de medios digitales y amigables con observaciones y ejemplos sencillos para cualquier persona natural o jurídica en el negocio. Hablaremos de las prevenciones higiénicas; a la vez, de plaguicidas en especial, aunque no se encuentran científicamente comprobadas que contiene cierto grado de ser discriminado la prevención ambiental que se refiere a cuando son condenadas por la OMC, otras normas técnicas es decir que cuando no se homologado internacionalmente también tenemos Trámites y procedimientos aduaneros es decir es por la intercepción de drogas lícitas y negación tradicional de EEUU a cumplir con las regulaciones internacionales de envío vigentes.

2.7. Tratamiento arancelario

Para la comercialización del panetón con Estados Unidos no existen verdaderas barreras arancelarias, pues es uno de los productos que se encuentra con un arancel

preferencial del 0% siempre y cuando se demuestre su origen de Perú. El proceso de certificación para acoplarse a este beneficio puede realizarse sin necesidad de una Entidad, pues es un proceso de auto certificación, la cual puede ser realizada por el productor, exportador o importador.

Los criterios de Origen son:

- Totalmente obtenido (Artículo 4.1 (a))
- Transformación sustancial (Artículo 4.1 (b))
- Explosivamente materiales originarios. (Artículo 4.1 (c))

En el caso del panetón se acogería al (Artículo 4.1 (b)), pues hay un cambio sustancial de aquellas materias primas que no son originarias del Perú.

En este caso, dentro del certificado es necesario indicar el cambio de clasificación o el método de cálculo del VCR y el valor que cumple la mercancía. De no presentar este certificado de origen, se tendría que acoplar al arancel normal para el producto el cual es del 30%.

2.8. Estrategia de precio

En este proyecto consideramos la elección del precio diferente a la competencia dentro del mercado, siendo un margen gradual de la ganancia. Comparando las cifras del valor de los productos con características similares a las exportaciones anteriores hacia EE. UU.

Tabla 7

Estrategia de precio para el despacho en el mercado de EE. UU.

Concepto	Cantidad	Costo	Costo unitario en \$.
		unitario en s/.	(3.96)
Panetón chocomaca	6 unidades		
900g x bolsa	x caja	19.77	78.29
margen 30%		5.77	23.49
valor de venta		25	101.777
IGV 18%		4.5	18.32
precio de venta		29.5	120.097

Nota: En la tabla podemos observar el costo de fabricación del producto, el margen, el IGV y el costo final del producto a la venta.

2.9. Estrategia de distribución

El tipo de venta y distribución de nuestro producto el panetón chocomaca elaborado por la empresa Kallisaya S.A.C será de una manera indirecta, porque no podremos llegar directamente al cliente final será mediante intermedios que nos ayudan como son los mayoristas y centros comerciales del mercado de EE. UU.

El tipo de cliente objetivo es B2B, por lo cual, la distribución será de forma indirecta, ya que se hará la importación del Panetón Chocomaca por los intermediarios y no al usuario final con el fin de que pueda ser comercializado a clientes B2B como distribuidores, mercados mayoristas, supermercados, minimarket, bodegas y tiendas.

2.10. Estrategia de promoción

Una forma adecuada de mejorar aspectos positivos y oportunidades de que la compañía comercialice a gran escala y eficientemente el Panetón Chocomaca es la estrategia de promoción que se implementará de acuerdo con las fechas festivas por diferentes medios

con un precio adecuado y excelente calidad. Cabe mencionar, que el plan estratégico será agresivo para posicionar el producto como el más comprado y que resalte a nivel nacional, por ende, se consideran puntos importantes para lograr los objetivos de la compañía.

Una mirada minuciosa y detallada concerniente a todos los beneficios del Panetón Chocomaca, empezando por el reconocimiento en la línea de productos relacionados al panetón para ello se hará uso variado de medios de comunicación para la difusión como: exteriores, digital y estampado.

2.11. Estrategia de segmentación

El desarrollo de la mercadotecnia del Panetón Chocomaca, es importante conocer y delimitar al público objetivo según las características que posea para así, tener un mayor alcance que beneficie a la aceptación del producto.

- Segmentación geográfica de los futuros consumidores del Panetón Chocomaca a nivel nacional.
- Segmentación por beneficios del Panetón Chocomaca por calidad y precio de los posibles clientes.
- Segmentación por frecuencia de compra o uso del Panetón Chocomaca será clasificada por: Clientes frecuentes, ocasionales, proximidad y medios.
- Género: Hombres, mujeres y público en general.
- Edad: Clientes a partir de 1 año.
- Interés: Se ofrecerá un producto con variedad de beneficios principalmente en alta calidad y precio competitivo brindando satisfacción al consumirlo y con ello cumplir con los objetivos del Panetón Chocomaca.

2.12. Estrategia de posicionamiento

La empresa Kallisaya S.A.C. establece un posicionamiento de calidad para el producto llamado “Panetón Chocomaca”, teniendo en cuenta que la empresa brinda algo novedoso y a la vez en el tema de calidad indicamos que es un producto que no tiene tanto colorante, así evita ser dañino para la salud del comprador como también tiene una textura esponjosa y blanda.

CAPÍTULO III: PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

3.1. Envases, embalajes y etiquetado

En cuanto al envase del Panetón de Chocomaca son bolsas llamadas "doy pack o estand" esto permite que se adapte la personalización de la bolsa según las necesidades del fabricante, pero para cubrir el paneton utilizan el polipropileno con densidades de dos micras así son envasadas en bolsas o cartón, estas bolsas son adaptables a cualquier tamaño y al momento de imprimirlo se realiza con el flexográfica que realiza un brillo en las bolsas y para poder sujetar la bolsa se realiza los recortes con láser así logran facilitar la apertura, Asimismo, este envase debe ser realizado en buenas condiciones sanitarias para evitar la posible contaminación en el producto.

La etiqueta dependerá del país donde se encuentre, en el Perú tiene el nombre de "Panetón Chocomaca", en EE. UU tendría el nombre de "Panettone Chocomaca", la figuración del registro Sanitario de la DIGESA, también tiene que estar vigente y legible, la fecha de vencimiento para tener en cuenta la caducación. Además, en este etiquetado están los datos del fabricante, listado de ingredientes y cantidades exactas con un peso neto código legible del lote.

EL embalaje se llega a realizar según el producto de la empresa Kallisaya S.A.C que es el Panetón de Chocomaca. Según mencionan el embalaje recomendado para el paneton es las cajas de cartón por ser productos agroindustriales, teniendo en cuenta que al momento de destinarlo de mera internacional se tiene que poner piezas de madera, fumigado y tratado térmicamente y sobre todo tener el sello de certificación de SENASA. (Ministerio de Comercio Exterior y Turístico, s.f.)

3.2. Unitarización y cubicaje de la carga

Con el propósito de exportar el Panetón de Maca tendrán que adaptarse reduciendo cualquier riesgo o manipulación del producto de igual manera se procura su conservación, por lo que el empaque se realiza en cajas de cartón, con el máximo cuidado y limpieza para un óptimo mantenimiento. Se realizará pallets en conjunto y apilados en una variedad de cajas sueltas, unidades de gravamen se empaca con cinta aislante con el fin de estar seguras para ayudar al traslado de estiba y almacenaje del producto.

El cubicaje de las cajas de panetón será identificado al mejor acomodo, eficiencia del volumen de carga del transporte logístico que se realizará por ruta marítima, mediante el cubicaje se llegará a establecer de manera más precisa el volumen del cargamento.

Por otro lado, el cubicaje facilitará la eficiencia en precios del transporte, el manejo, a la vez se usará la amplitud máxima que tiene el transporte y si es conveniente para el cubicaje de la carga.

3.3. Cadena de distribución física internacional

Autónomo de los términos que utilicen los Incoterms para la comercialización, Es necesario conocer el valor total del material, es decir su precio con gastos incluidos como el importe del panetón. Vale decir, que necesita un estudio completo de la mejora de la capacidad para convertir a costo.

3.4. Modalidad de traslado internacional

La modalidad para traslado el producto será vía marítima previa coordinación con el importador o el cliente, donde la entrega fuera de fecha indicada puede dañar la imagen de la empresa y por lo tanto su reputación con los clientes seria afectado.

La elección de transporte depende también los tipos productos porque algunos tienen que ser entregado lo más antes posibles, así como los medicamentos y otros que son delicados o por petición del cliente para su entrega del producto elegido.

3.5. Seguro de la carga

Un seguro de cargamento es primordial para proteger los riesgos que el producto puede sufrir durante el traslado de la mercadería. Por ende, las pólizas cubren dicho riesgo daños físicos como volcadura, caída del producto, hundimiento, rayos, malas maniobras al momento de carga y descarga del producto. Donde la póliza compensará con las partes vinculado en el conflicto y poder reparar. A continuación, se mencionan los tipos de protección disponibles en el mercado:

- Cobertura de seguro, todo riesgo a excepción del saqueo
- Cobertura Full, cubre el riesgo total
- Sin error especial, incluye cobertura total como defectos específicos
- Prohibición del saqueo

CAPÍTULO IV: PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

4.1. Régimen de exportación y documentos necesaria

Un sistema aduanero o de exportación que permite enviar mercancías a otras zonas sin pagar impuestos. Asimismo, como exportador debe asumir las tarifas que llegan a cobrar los servicios como el transporte logístico, traslados internos entre otros.

Según la SUNAT se llegará a aplicar los controles que mencionan para garantizar el cumplimiento de las normativas vigentes. (SUNAT, 2021)

a) Documentos necesarios

- Contar con un RUC con una condición habida y tener una identificación en caso de ser peruano el DNI, si es extranjero su pasaporte o carnet aún vigente.
- Contratar servicios de un agente de aduana
- Documentos de transportes como el conocimiento de embarques, carta según el medio de transporte, terrestre, aéreo, marítimo. Asimismo, la factura proforma, guía de remisión, factura comercial, certificados sanitarios,
- Documentos de control esto para las mercancías para que no sean restringidas tiene que estar conforme a lo establecido al control de mercancías prohibidas y restringidas. Dentro de este punto se conoce 3 canales conocidos como canal verde es cuando la entrega de las mercancías es forma inmediata, el canal naranja donde se sustenta la documentación de las mercancías y por último el canal rojo donde las mercancías y documentos son sometidos a una revisión a profundidad.
- Documentos de certificación de origen de las mercancías
- Documentos de declaración única aduanera

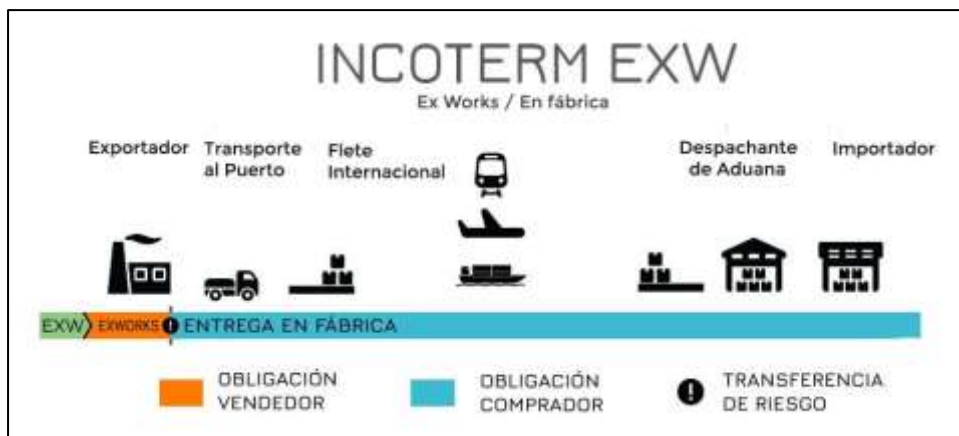
4.2. Elección del Incoterm

El Incoterms de elección es el EXW (Ex Works) es más ventajoso para los vendedores y a la vez ayudara a la empresa para que se adapte y familiarice a las operaciones internacionales.

Este incoterm implica en entregar las mercancías en la propia fabrica del vendedor para poder establecer que la entrega se llegó a realizar en el territorio nacional y a la vez grabado con el monto de IGV. (El Peruano, 2022)

Figura 7

Elección del Incoterm



Nota. La imagen representa el proceso del Incoterm EXW en el 2021. Tomado por Sudamerican export.

Asimismo, no sería el único incoterm utilizado también se puede utilizar otros esto se dará según el pacto de ambas partes que sería el importador (comprador) y exportador (vendedor).

4.3. Análisis de precios de exportación

Para el presente análisis, se debe tener en cuenta que cada caja contiene 6 bolsas de panetón Chocomaca de 900 gr, así mismo, que es el costo unitario de una caja es de S/ 105.

Además, es necesario precisar que la empresa pretende exportar 1000 cajas y se está considerando la elección del Incoterm EX WORK. El detalle de los costos a cargo de KALLISAYA S.A.C es el siguiente:

Tabla 8

Análisis de precios de exportación

Precios de Exportación			
Concepto	Cantidad	Costo unitario S/.	Costo unitario \$
			(3.962)
Panetón	Caja de 6 u	S/. 105,000.0	\$/ .26,515.2
Chocomaca 900 gr			
Margen 30%		S/. 31,500.0	\$/ .7,950.5
IGV 18%		S/. 24,570.0	\$/ .6,201.4
Embalaje		S/. 3,500.0	\$/ .883.4
Marcado		S/. 1,500.0	\$/ .378.6
Otros costos		S/. 1,200.0	\$/ .302.9
Costo total		S/. 167,270.0	\$/ .42,218.6

Nota. En esta tabla se analiza los precios de exportación del panetón Chocomaca.

4.4. Medio de pago

La empresa KALLISAYA S.A.C utilizará la carta de crédito, por ser el medio de pago más factible, tanto para el que realiza la importación y exportación.

Inicialmente, el importador contacta al banco para enviar el estado de cuenta, esto crea una credencial a favor de KALLISAYA S.A.C (exportadora), el banco evalúa y observa los riesgos, y si todo está en orden, el banco da luz verde para proceder. Luego se pondrán en contacto con el exportador para informarle que se ha emitido una carta de crédito a su nombre. Luego, el exportador envía la mercancía, recibe todos los documentos acordados en

la carta de crédito, el exportador los envía a su banco y el banco los transfiere al banco del importador sin cargo, en una carta de crédito. Finalmente, el importador paga al exportador la transacción a través del banco y el dinero se transfiere al banco del exportador.

4.5. Gestión del despacho aduanero

La compañía con RUC: 10199166561, Jr. San Martín N 331 Junín-Perú. Importar Panetón Chocomaca del Perú es primordial, por lo que el registro de la empresa debe ser claro y preciso. El sistema que utiliza la aduana valida toda la información proporcionada por la empresa si todo está correcto para generar un código de declaración. El canal de control asignado a la empresa bajo prueba es el canal verde, el canal rojo o naranja, dependiendo del panel Chocomaca, cada uno con características diferentes.

Una vez que el sistema de información de la SUNAT haya enviado una solicitud de documentos en respaldo de las declaraciones asignadas a los canales rojo y naranja al despachante de aduana e importador de origen, iniciará la notificación de los documentos enviados por la empresa de que se trate. A continuación, se le presentará un proceso de verificación, donde los funcionarios de aduanas registran el envío de panetón de Chocomaca en un sistema informático, para que todo se cumpla.

El siguiente paso, el pago de las obligaciones tributarias, comienza con la verificación de qué banco es el más adecuado para la empresa, con una garantía previa como se describe en el artículo 160 de la Ley General de Aduanas. Durante la consignación, la misma será realizada por el operador económico correspondiente desde la fecha señalada hasta el último día natural del mes siguiente al día en que se complete la descarga en el puerto marítimo o aeropuerto. Finalmente, la empresa puede retirar el panetón de Chocomaca de la aduana del Callao.

CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

5.1. Historia financiera de la empresa

El objetivo del suceso economista de la sociedad Kallisaya S.A.C. se desarrolló un estudio del acceso a la especulación novedosa de los años siguientes ayude a dividir la solicitud extendida y promesa lograda de la exportación del panetón de maca.

Tabla 9

Origen económico de la empresa Kallisaya S.A.C. del 2017 al 2020.

Año	Mensual	Anual
2017	S/. 1,250.00	S/. 12,000.00
2018	S/. 1,300.00	S/. 15,300.00
2019	S/. 1,350.00	S/. 16,200.00
2020	S/. 1,000.00	S/. 9,250.00

Nota. En esta tabla se muestra la historia financiera de la empresa Kallisaya S.A.C.

- **Oferta histórica**

Donde en el posterior recuadro podrá observar cada la proposición brindada por la compañía mensual y anualmente.

Tabla 10

Antecedente económico de la empresa kallisaya S.A.C. del año 2017 al 2020.

Año	Mensual	Anual
2017	S/.1,250.00	S/.12,000.00
2018	S/.1,300.00	S/.15,300.00
2019	S/.1,350.00	S/.16,200.00
2020	S/.1,000.00	S/.9,250.00

Nota. En esta tabla se muestra la referencia histórica de la empresa Kallisaya S.A.C.

- **Interpretación**

Correspondientes a las ventas del panetón de maca alcanza a observar la demanda planificada en las siguientes temporadas posteriores.

Tabla 11

Proposición planificada de la empresa en años posteriores del 2024 al 2028.

Año	Mensual	Anual	Proyección 50%	Participación del mercado
2024	S/.2,000.00	S/.24,250.00	S/.35,000.000	50%
2025	S/.2,250.00	S/.30,000.00	S/.45,830.000	50%
2026	S/.3,250.00	S/.35,000.00	S/.60,523.000	50%
2027	S/.3,150.00	S/.38,000.00	S/.75,623.000	50%
2028	S/.4,000.00	S/.85,000.00	S/.125,260.000	50%

Nota. En esta tabla se muestra la oferta proyectada para el paneton de choco maca de la empresa Kallisaya S.A.C.

5.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Su propósito para la empresa es poder exportar Panetón de Maca a E.E.U.U e aumentar la utilidad la cual pondrá en marcha una difusión de mercadeo de la producción para ello tenemos para aumentar y evaluar la magnitud de pedidos anuales, proyectado con la entrada de los últimos cinco años por eso se sostendrá una financiación de S/. 250000 en efectivo que se va a conseguir de accionistas, se requiere alcanzar un valor de ventas de 125260000 hasta el 2024.

El valor unitario se conservará en S/. 25.00 hasta el momento en que la marca sea más popular y reconocida y tenga una buena ubicación en el mercado E.E.U.U.

- **Las políticas de la Empresa se mencionarán a continuación:**

Reducción de precio a los proveedores: los que pasan del monto de 1000 cajas de panetón de maca se harán acreedores de 10% de descuento en la siguiente compra uso de la relación: listado quincenal.

5.3. Plan de ventas de la empresa

Dentro del proyecto de venta de la compañía consideraremos la demanda de nuestros clientes y una proyección que realizara la empresa para debido tiempo.

- **Proyección de ventas:**

Tabla 12

Plan de ventas de la empresa kallisaya S.A.C del año 2024 al 2028

Año	Mensual	Anual
2024	S/.2,000.00	S/.24,250.00
2025	S/.2,250.00	S/.30,000.00
2026	S/.3,250.00	S/.35,000.00
2027	S/.3,150.00	S/.38,000.00
2028	S/.4,000.00	S/.85,000.00

Nota. La tabla muestra resultados de su plan de ventas de la empresa proyectado del año 2024 al 2028 de manera mensual y también anual.

5.4. Análisis de costos

Dentro de la evaluación de costos de la compañía se tendrán en cuenta los gastos fijos y costos variables.

Tabla 13

Análisis de costos fijos de la empresa kallisaya S.A.C

Descripción	Mensual	Anual
Planilla	S/.24,000.00	S/.288,000.00
Gastos administrativos	S/.1,200.00	S/.14,400.00
Servicios (luz, agua)	S/.2,000.00	S/.24,000.00
Internet	S/.200.00	S/.2,400.00
Local	S/.15,000.00	S/.180,000.00
Marketing y publicidad	S/.7,000.00	S/.84,000.00
Total	S/.49,400.00	S/.592,800.00

Nota: la tabla muestra los gastos fijos que realizara la compañía mensual y a la vez anualmente.

Tabla 14

Costo variable de la demanda en el mercado objetivo

Descripción	Costo variable unitario	Cantidad	Costo total en S/.	Costo total en \$.
Panetón chocomaca	25	18600	465000	184140
Descuento x 6 u (30%)	139500		139500	22096.8
		Total	604.500	95.752.8

Nota. En la tabla se visualiza la demanda que se tendrá en el mercado objetivo y a la vez el descuento por la compra.

5.5. Punto de equilibrio de la empresa

Realizando un estudio de la compañía se determinó un punto de equilibrio que se presenta a continuación:

Tabla 15

Punto de equilibrio del panetón Chocomaca

Descripción	Costo variable unitario	Cantidad	Costo total en S/.	Costo total en \$.
Panetón chocomaca	25	950	23750	94.050
Descuento x 6 u (30%)	7.13		7.13	2.82
		Total	23,757.13	96.87

Nota. La tabla muestra la cantidad de unidades que se tiene que exportar para llegar a tener un punto de equidad.

5.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción

En caso de adquisición de materia directa o insumos para la producción hemos realizado un análisis determinando el precio unitario y el precio total.

Tabla 16

Recursos tangibles e intangibles para la productividad de la empresa

Insumos y Materiales	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Repisas	8	S/. 269.00	S/. 2,152.00
Paletas de madera	4	S/. 26.83	S/. 107.32
Computadoras	5	S/. 1,999.00	S/. 9,995.00
Software contable	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Impresora multifuncional	1	S/. 1,299.00	S/. 1,299.00
Teléfonos	8	S/. 700.00	S/. 5,600.00
Aire acondicionado	3	S/. 849.00	S/. 2,547.00
Sillas escritorios	8	S/. 199.00	S/. 1,592.00
Escritorios	8	S/. 269.00	S/. 2,152.00
Archivadores	10	S/. 1,179.00	S/. 11,790.00

Total	S/. 38,234.32
--------------	---------------

Nota. En esta tabla se muestra los materiales o insumos para la producción del paneton choco maca de la empresa Kallisaya S.A.C

5.7. Inversión inicial

La especulación inicial que va a realizar la empresa según los análisis que va realizando la empresa Kallisaya S.A.C es la siguiente.

Tabla 17

Inversión inicial

Inversión Inicial	
Concepto	En soles(S/.)
Capital de inversión	S/. 38,234.32
Capital de trabajo	S/. 5,750.00
Capital de inversión inicial	S/. 43,984.32

Nota. En esta tabla se muestra la inversión inicial del paneton choco maca de la empresa Kallisaya S.A.C

5.8. Capital de trabajo

El capital de trabajo que se está llegando a considerar para el proyecto es concurrente con los recursos que utiliza Kallisaya S.A.C. tales como el costo fijo, el costo variable, en la tabla 14 se llega a observar el monto de finanzas de trabajo, a la vez llega a ser importante para tener el capital principal.

Tabla 18

Gestión financiera en mano de obra

Capital de Trabajo		
Concepto	Mensual	Anual

	S/.		S/.	observación
Costo fijo	S/.	94,400.00	S/. 288,000.00	Todos los costos fijos
Costo variable total	S/.	23,757.13	S/. 285,085.56	Todos los costos variables
Total	S/.	118,157.13	S/. 573,085.56	

Nota. En esta tabla se muestra el capital de trabajo para el paneton choco maca de la empresa Kallisaya S.A.C.

5.9. Fuentes de financiamiento

El manejo se realizará por instituciones financieras evaluadas según los análisis realizados sobre las tasas de interés y gustos para obtener beneficios sobre los propósitos definidos de la compañía.

Tabla 19

Origen de financiamiento de la empresa Kallisaya S.A.C.

Origen de Financiamientos a Largo Plazo								
Año	Deuda inicial		CTA pago anual fijo		Intereses		Pago capital	Deuda
1	S/.	15 000.00	S/.	3 100.00	S/.	400.00	S/. 2 700.00	S/. 11 900.00
2	S/.	11 900.00	S/.	3 100.00	S/.	300.00	S/. 2 800.00	S/. 8 800.00
3	S/.	8 800.00	S/.	3 100.00	S/.	200.00	S/. 2 900.00	S/. 5 700.00
4	S/.	5 700.00	S/.	3 100.00	S/.	100.00	S/. 3 000.00	S/. 2 600.00
5	S/.	2 600.00	S/.	3 100.00	S/.	10.00	S/. 3 090.00	S/. -

Nota. En la tabla se observa el origen de financiamientos a largo plazo para la empresa Kallisaya S.A.C.

5.10. Proyección de flujo de caja

Tabla 20

Alcance de flujo caja

Conceptos	Mes 1	Mes 2	Mes 3
<i>Inversión inicial</i>	S/. 25, 130.00	S/. 93,692.00	S/. 173, 942.00
<i>Ingresos</i>	S/. 118,619.00	S/. 133,447.00	S/. 133, 447.00

Egresos	S/. 50,058.00	S/. 53,197.00	S/. 53,197.00
Saldo total	S/. 93,692.00	S/. 173,942.00	S/. 254,192.00
Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
S/. 254,192.00	S/. 322,754.00	S/. 391,316.00	S/. 471,566.00
S/. 118,619.00	S/. 118,119.00	S/. 133,447.00	S/. 133,447.00
S/. 50,058.00	S/. 50,058.00	S/. 53,197.00	S/. 53,197.00
S/. 322,754.00	S/. 391,316.00	S/. 471,566.00	S/. 551,817.00
Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11
S/. 551,817.00	S/. 620,378.00	S/. 688,940.00	S/. 757,502.00
S/. 118,619.00	S/. 118,619.00	S/. 118,619.00	S/. 118,619.00
S/. 50,058.00	S/. 50,058.00	S/. 50,058.00	S/. 50,056.00
S/. 620,378.00	S/. 688,940.00	S/. 757,502.00	S/. 826,045.00
Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año
S/. 688,940.00	S/. 757,502.00	S/. 826,064.00	S/. 5,127,301.00
S/. 118,619.00	S/. 118,619.00	S/. 118,619.00	S/. 1,432,748.00
S/. 50,058.00	S/. 50,056.00	S/. 50,058.00	S/. 613,232.00
S/. 757,502.00	S/. 826,045.00	S/. 894,626.00	

Nota. En esta tabla se muestra la proyección de caja para la empresa Kallisaya S.A.C

5.11. Análisis de rentabilidad

Muestra los precios; así como, ingresos de la utilidad y obtener la respuesta, ver que tan confiable es la idea de negocio del Panetón Chocomaca para la compañía que se encargará de la distribución.

Tabla 21

Cálculo de la rentabilidad

Análisis de Rentabilidad					
Año	Ingresos		Costos		Flujo de efectivo
Año 0	S/.	-	S/.	613,250.00	S/. 613,250.00
Año 1	S/.	1,482,748.00	S/.	613,250.00	S/. 869,496.00
Total					S/. 256,243.00

Nota. En esta tabla se observa el estudio de la utilidad de Kallisaya S.A.C.

5.12. Estado de resultados con alcance de la empresa

El presente análisis financiero proyectado es la declaración de ganancias y pérdidas de la empresa Kallisaya S.A.C durante los años comprendidos entre el 2024-2028. A través de este informe se podrá visualizar el panorama a futuro, conociendo finalmente la Utilidad Neta de cada uno de los años de este intervalo de tiempo.

Tabla 22

Estado de resultados de la empresa

	Año 2024	Año 2025
Ventas netas	S/. 2,425,000	S/. 3,000,000
Costo de producción	S/. -100,000	S/. -115,000
Utilidad bruta	S/. 2,325,000	S/. 2,885,000
Gastos adm. Y de ventas	S/. -275,000	S/. -275,000
Depreciación (10% C. producción)	S/. -10,000	S/. -11,500
Utilidad operativa	S/. 2,040,000	S/. 2,598,500
Intereses	S/. -20,000	S/. -18,000
Utilidad antes de impuesto	S/. 2,020,000	S/. 2,580,500
Impuestos a la renta (18%)	S/. -363,600	S/. -464,490
Utilidad neta	S/. 1,656,400	S/. 2,116,010

Nota. En esta tabla se identifica el estado de resultados de Kallisaya S.A.C

Tabla 23

Análisis del 2026 y 2027

	Año 2026	Año 2027
Ventas netas	S/. 3,500,000	S/. 3,800,000
Costo de producción	S/. -132,250	S/. -152,088
Utilidad bruta	S/. 3,367,750	S/. 3,647,913

Gastos adm. y de ventas	S/. -275,000	S/. -275,000
Depreciación (10% C. producción)	S/. -13,225	S/. -15,209
Utilidad operativa	S/.3,079,525	S/.3,357,704
Intereses	S/. -16,000	S/. -14,000
Utilidad antes de impuesto	S/.3,063,525	S/.3,343,704
Impuestos a la renta (18%)	S/. -551,435	S/. -601,867
Utilidad neta	S/.2,512,091	S/.2,741,837

Nota. En esta tabla se muestra el análisis del 2016 y 2017 de la empresa Kallisaya S.A.C

Tabla 24

Análisis del año 2018

	Año 2018
Ventas netas	S/.8,500,000
Costo de producción	S/. -304,175
Utilidad bruta	S/.8,195,825
Gastos adm. Y de ventas	S/. -275,000
Depreciación (10% C. producción)	S/. -17,490
Utilidad operativa	S/.7,903,335
Intereses	S/. -11,000
Utilidad antes de impuesto	S/.7,892,335
Impuestos a la renta (18%)	S/. -1,420,620
Utilidad neta	S/.6,471,715

Nota. En esta tabla se muestra el análisis del año 2018 de la empresa Kallisaya S.A.C

5.13. Estado de situación económica proyectada de la empresa

La circunstancia económica prevista brindará información acerca del equilibrio entre el activo y pasivo, así mismo, permite a la administración reflejar cuantitativamente los

resultados de la ejecución de sus planes y predecir posibles situaciones futuras, y aprovechar como base para la toma de decisiones.

Tabla 25

Estado de situación financiera proyectada de la empresa

Caja	S/.250,000	Proveedores	S/.345,000.00
Créditos	S/.58,000	Sueldos	S/.50,500.00
Productos terminados	S/.830,000	Impuestos a pagar	S/.250,000.00
Materias primas	S/.25,500	Pasivo corriente	S/.645,500.00
Activo corriente	S/.1,163,500		
		Prestamos	S/.150,000.00
		Pasivo no corriente	S/.150,000.00
		Total pasivo	S/.795,500
		Patrimonio Neto	S/.1,658,050
Bienes de uso	S/.963,050	Capital	S/.5,750
Amortización B. de U.	S/.327,000	Resultado	S/.1,652,300
Activo no corriente	S/.1,290,050		
Total de activo	S/.2,453,550	Total pasivo + PN	S/.2,453,550

Nota. En esta tabla se muestra el estado de situación financiera proyectada en la empresa Kallisaya S.A.C

5.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la compañía

El presente estudio de susceptibilidad y contingencia de la compañía pretende contribuir a tomar decisiones, puesto que, en el proyectado se pueden observar los flujos de caja del proyecto, en ese sentido, se podría prever escenarios negativos para la empresa y adaptar estrategias que beneficien el resultado económico.

Tabla 26

Estudió de susceptibilidad y contingencia en la compañía

Flujo del proyecto	del 2022	2023	2024
Ingresos por ventas		2,425,000	3,000,000
Egresos operativos		1,150,000	1,322,500
Inversión	-3,400,000		
Flujo del proyecto	-3,400,000	1,275,000	1,677,500

Nota. En esta tabla se muestra él estudió de susceptibilidad y contingencia de Kallisaya S.A.C.

Tabla 27

Flujo del proyecto en los años 2025-2027

Flujo del proyecto	del 2025	2026	2027
Ingresos por Ventas	3,500,000	3,800,000	8,500,000
Egresos operativos	1,520,875	1,749,006	3,498,013
Inversión			
Flujo del proyecto	1,979,125	2,050,994	5,001,988

Nota. En esta tabla se muestra el flujo del proyecto en los años 2025-2027 de la empresa

Kallisaya S.A.C.

Tabla 28

Tasa de ganancia requerida

Tasa de ganancia de requerida	5.25
Tasa interna de retorno	48%

Valor Actual Neto	5,139,097
Valor Residual	893,050

Nota. En esta tabla se muestra la tasa de ganancia requerida en la empresa Kallisaya S.A.C

Conclusiones

El estudio que se desarrolló en el primer capítulo, presenta que el ambiente es factible para invertir y generar crecimiento en los mercados internacionales. Además, la metodología FODA de la empresa muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que pueda impactar de manera interna, externa para posicionar el panetón Chocomaca por su alto valor nutricional y precio accesible para público en general, ello le permitirá situarse en el mercado.

El panetón Chocomaca posee un valor nutricional bastante alto, su consumo aumenta en fiestas navideñas y en ocasiones durante el año; posee 3 complementos la papa de maca, chispas de chocolate, la harina de maca. Además, aporta un importante complejo de vitaminas A, B, C; proteínas y minerales, indicando de esa forma que es un producto beneficioso y apropiado para el consumo familiar.

En caso del ambiente estadounidense exactamente en California, cuenta con las condiciones precisas para el ingreso del producto. Se manifiesta que el panetón tiene desarrolló del público consumidor por su gran cantidad de importación. Tiene una planta productora con ubicación estratégica en la provincia de Junín por ser un lugar que produce maca.

Se concluye que Perú tiene uno de los principales países que exporta y produce productos de panadería, pastelería y galletas los países consumidores son Estados Unidos, Chile, China, Japón, Bolivia y Colombia; ya que brinda productos de alta calidad. Ocupa una participación importante en la balanza comercial con 470 674 kl. en los meses de enero hacia abril del presente año en exportaciones panetones, galletas y turrone convirtiéndose en un socio principal en el mundo.

Recomendaciones

El panetón Chocomaca es un producto con gran valor agregado y nutricional que beneficia a la canasta familiar, está precedido para cubrir la necesidad del consumidor final, su éxito depende de la calidad y acogida del sector comercial.

Los expertos en salud deben de promover campañas presenciales y virtuales recomendando el consumo de productos naturales, así como el panetón Chocomaca por sus ingredientes saludables como la maca, ya que posee muchos beneficios y propiedades para la salud integral de las personas, prevención de diabetes, mejora la fertilidad, osteoporosis, previene la fatiga y próstata.

Se debería implementar el marketing mix utilizando las 4 Ps como producto, promoción, plaza reduciendo costos logísticos y precio accesible para así desarrollar los objetivos de la compañía. Además, aplicar el marketing digital en las diferentes plataformas (Página web, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp y Tik Tok) para poder llegar a más posibles.

Se recomienda la expansión de la empresa Kallisaya S.A.C. a nivel nacional para tener mayor reconocimiento de marca y ganancias es importante que el estado busque contar con más tratados de libre comercio para favorecer las exportaciones y evitar las barreras arancelarias o impuestos altos, que impidan el comercio del panetón en el mercado extranjero esto favorecería tanto a importadores como exportadores para facilitar la distribución de los productos.

Referencias

Andina. (2021). *El 85.7% de la exportación peruana de panetones se dirigió a EE.UU. y Chile.* <https://andina.pe/agencia/noticia-el-857-de-exportacion-peruana-panetones-se-dirigio-a-eeuu-y-chile-874553.aspx>

El Comercio. (2021). *Exportación de panetones creció 24% a octubre de 2021, y sumó US\$ 5,4 millones.* <https://elcomercio.pe/economia/peru/exportacion-de-panetones-crecio-24-a-octubre-de-2021-y-sumo-us-54-millones-nndc-noticia/>

El Peruano. (2022). SALA SUPREMA SE PRONUNCIA EN CASACIÓN. *Precisan alcances de la inafectación de las exportaciones al IGV.* <https://www.elperuano.pe/noticia/144553-precisan-alcances-de-la-inafectacion-de-las-exportaciones-al-igv>

Ministerio de Comercio Exterior y Turístico. (s.f.). *FICHA DE REQUISITOS TÉCNICOS DE ACCESO AL MERCADO DE EE.UU.* <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Panet%C3%B3n.pdf>

Sudamerican Export. (2021). *Incoterm Exworks (EX Works).* <https://despachante-aduana.com/incoterm-exw/>

SUNAT. (2021). *Exportación Definitiva.* <https://www.gob.pe/1190>

ANEXOS

Anexo 1

Carta de autorización

CARTA DE AUTORIZACION
KALLISAYAS.A.C

YO PARIONA LEON BANESA CHARO, DNI: 43281338 CON RUC: 10199166561 de persona natural de negocio de la empresa KALLISAYA S.A.C autorizo a los estudiantes de la carrera profesional de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Científica del Sur, hacer uso de los datos e información de la empresa (área comercial y finanzas), para el desarrollo de su tesis de grado, la cual lleva por título "PLAN DE EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PANETÓN DE CHOCOMACA AL MERCADO DE CALIFORNIA - EE. UU. DE LA EMPRESA KALLISAYA S.A.C".

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente pedagógicos.

Se expide la presente CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO, a solicitud del interesado (a) para los fines que estime conveniente.

Lima, 25 de octubre de 2022



Nataly Anguee Pariona León
DNI: 71590527



KALLISAYA S.A.C
RUC: 10199166561

Nota. En el anexo se muestra la carta de autorización de la empresa Kallisaya S.A.C