



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE KION EN
POLVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2024”

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:

BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Presentado por:

Sandra Yulissa Acuña Becerra (0009-0005-4915-4785)

Sanely Martha Cuarez Asto (0009-0002-3181-3488)

Orlando Mavila Cruz (0000-0002-9841-4951)

Pamela Magerly Savero Caramantin (0009-0006-5448-2799)

Lima – Perú

2023

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6**ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO**

Fecha: 07/07/2023

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. MERCEDES OLGA JARA AVELLANEDA

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE KION EN POLVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2024

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071254	Acuña Becerra Sandra Yulissa
100071376	Cuarez Asto Sanely Martha
100075349	Mavila Cruz Orlando
100071556	Savero Caramantin Pamela Magerly

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	CALIFICACION
100071254	Acuña Becerra Sandra Yulissa	Aprobado (18)
100071376	Cuarez Asto Sanely Martha	Aprobado (18)
100075349	Mavila Cruz Orlando	Aprobado (18)
100071556	Savero Caramantin Pamela Magerly	Aprobado (18)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Mercedes Olga Jara Avellaneda

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN¹

Lima, 07 de julio del 2023

Señor,
Carlos Zavalaga Reyes

**Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación
Universidad Científica del Sur
Presente. –**

De nuestra consideración,

Yo: Acuña Becerra Sandra Yulissa; Cuarez Asto Sanely Martha; Mavila Cruz Orlando; Savero Caramantin Pamela Magerly, estudiante de la carrera de Administración De Negocios Internacionales de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con la asesora Mercedes Olga Jara Avellaneda, declaramos que este informe final de trabajo de investigación titulado: "Plan De Negocio Para La Exportación De Kion En Polvo Al Mercado De Estados Unidos 2024", sustentado para obtener el grado de Bachiller en Administración de Negocios Internacionales es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de nuestra investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos ², que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



Orlando Mavila Cruz
DNI: 71292836



Sanely Martha Cuarez Asto
DNI: 71387147



Sandra Yulissa Acuña Becerra
DNI: 76239376



Asesor de tesis
Mercedes Olga Jara Avellaneda
DNI:10168018



Pamela Magerly Savero Caramantin
DNI:74065109

¹ En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

² Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Plan de negocio para la exportación de kion en polvo al mercado de Estados Unidos 2024

Autores. Sandra Yulissa Acuña Becerra; Sanely Martha Cuarez Asto; Orlando Mavila Cruz; Pamela Magerly Saverio Caramantín.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 2157997466).

Resultado de la evaluación. 9%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

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



TABLA DE CONTENIDO

Lista De Tablas	4
Lista De Figuras.....	5
Resumen Ejecutivo.....	6
Introducción	7
Capítulo I: Plan Estratégico y Organización del Negocio.....	8
1.1. Análisis Del Entorno	8
1.2. Análisis de la Empresa.....	9
1.3. Visión.....	10
1.4. Misión.....	10
1.5. Objetivos Estratégicos.....	10
1.6. Estrategia del Negocio.....	10
1.7. Fuentes Generadoras de la Ventaja Competitiva.....	11
1.8. Diseño Organizacional	11
Capítulo II: Plan de Marketing Internacional.....	12
2.1. Descripción del Producto.....	12
2.2. Clasificación Arancelaria	12
2.3. Propuesta de Valor.....	13
2.4. Ficha Técnica Comercial.....	14
2.5. Exportaciones del Producto	15
2.6. Principales Exportadores del Producto	18
2.7. Requisitos de Acceso.....	19
2.7.1. Arancelario (derechos e impuestos).....	19
2.7.2. Restricciones y barreras de acceso.....	19
2.8. Tratamiento Arancelario.....	21
2.9. Estrategia de Precio.....	21
2.10. Estrategia de Distribución.....	22
2.11. Estrategia de Promoción.....	22
2.12. Estrategia de Segmentación.....	23
2.13. Estrategia de Posicionamiento	24
Capítulo III: Plan de Logística Internacional	25
3.1. Envases, Embalajes y Etiquetado.....	25
3.2. Unitarización y Cubicaje de la Carga	27
3.3. Cadena de Distribución Física Intemacional	28

3.4.	Modalidad de Transporte Internacional.....	30
3.5.	Seguro de la Carga	31
Capítulo IV: Plan de Comercio Internacional.....		32
4.1.	Régimen De Exportación Y Documentación Necesaria.....	32
4.2.	Elección del Incoterm.....	33
4.3.	Análisis de Precios de Exportación o Importación.....	34
4.4.	Medio de pago.....	36
4.5.	Gestión del Despacho Aduanero	36
Capítulo V: Plan Económico-Financiero.....		38
5.1.	Historia Financiera de la Empresa.....	38
5.2.	Datos, Supuestos y Políticas Económicas y Financieras	38
5.3.	Plan de Ventas de la Empresa	39
5.4.	Análisis de Costos.....	39
5.5.	Punto De Equilibrio De La Empresa.....	40
5.6.	Adquisición de Materiales e Insumos para la Producción	40
5.7.	Inversión inicial.....	41
5.8.	Capital de Trabajo	42
5.9.	Fuentes de Financiamiento.....	42
5.10.	Proyección de Flujo de Caja	43
5.11.	Análisis de Rentabilidad.....	44
5.12.	Estado de Resultados Proyectado de la Empresa.....	44
5.13.	Estado de Situación Financiera Proyectado de la Empresa.....	45
5.14.	Análisis de Sensibilidad y Riesgo de la Empresa.....	46
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones		47
6.1.	Conclusiones.....	47
6.2.	Recomendaciones.....	48
Referencias Bibliográficas		49

Lista De Tablas

Tabla 1	Análisis PESTEL.....	8
Tabla 2	Perfil de la empresa.....	9
Tabla 3	Análisis FODA.....	9
Tabla 4	Clasificación arancelaria del jengibre.....	12
Tabla 5	Ficha del producto a exportar.....	14
Tabla 6	Barreras de acceso.....	19
Tabla 7	Base de requerimientos.....	20
Tabla 8	Requisitos de importación aplicados a todas las mercancías.....	21
Tabla 9	Segmentación de mercado.....	24
Tabla 10	Costeo de producto.....	34
Tabla 11	Plan comercial.....	39
Tabla 12	Costos fijos.....	39
Tabla 13	Costos variables.....	40
Tabla 14	Productividad de la organización.....	40
Tabla 15	Costos de adquisición de materiales.....	41
Tabla 16	Presupuesto Total.....	41
Tabla 17	Bienes corriente.....	42
Tabla 18	Estructura para la realización de las actividades.....	42
Tabla 19	Fuentes de Financiamiento.....	43
Tabla 20	Flujo de caja financiero.....	43
Tabla 21	Análisis de rentabilidad.....	44
Tabla 22	Estado de resultados.....	44
Tabla 23	Situación financiera proyectado.....	45
Tabla 24	Sensibilidad económica bidimensional.....	46

Lista De Figuras

Figura 1 Organigrama de la empresa.....	11
Figura 2 Participación del Perú en las exportaciones de kion en sus diferentes presentaciones.....	15
Figura 3 Participación de Perú en las exportaciones de kion en polvo.....	16
Figura 4 Principales países importadores de kion en polvo según cantidad (kg).....	17
Figura 5 Principales países importadores de kion en polvo según valor FOB (monto extresado en dólares)	18
Figura 6 Principales empresas exportadoras.	18
Figura 7 Tratamiento arancelario para la partida 091012 jengibre, triturado o molido. 21	
Figura 8 Canal de distribución.....	22
Figura 9 Envase seleccionado	25
Figura 10 Embalaje seleccionado.....	26
Figura 11 Paletización de la carga.....	26
Figura 12 Dimensiones del pallet.....	27
Figura 13 Dimensiones y capacidad de un contenedor dry 20 pies.	28
Figura 14 Dimensiones y capacidad de un contenedor dry 40 pies.	28
Figura 15 Cadena de distribución.....	29
Figura 16 Ruta exportadora.....	30
Figura 17 Tarifa de flete marítimo.....	30
Figura 18 Container Seleccionada.....	31
Figura 19 Selección de incoterm	33
Figura 20 Forma de pago.	36

Resumen Ejecutivo

El propósito de este trabajo de investigación es determinar la viabilidad de la empresa exportadora Export Zingiber SAC de kion en polvo lanzado al mercado de California (EE. UU), donde se evalúa la demanda que existe en el país de destino; considerando las preferencias del consumidor que optan por productos saludables, nos da la factibilidad y la posibilidad de introducir con éxito al mercado California - Estados Unidos.

Frente a esta perspectiva, se analizó la situación actual del producto a exportar en el mercado seleccionado (California) y los beneficios que tiene el jengibre en polvo, como, por ejemplo: Es muy beneficioso para la nutrición compuesto de bioactivos con fuentes de oleoresina que le da el sabor dulce y a su vez es refrescante.

Se detecta la necesidad del producto a exportar en el mercado de destino, se da a conocer que el producto satisface las necesidades de aquellas personas que velan por el bienestar de su salud y que prefieren el consumo de productos naturales, así contribuir a que los clientes y/o consumidores mejoren su estilo de vida y al mismo tiempo promover el consumo de productos naturales.

Introducción

El presente documento se realizó con el propósito de investigar y evaluar de manera adecuada cada punto en específico. Esto servirá al final para evaluar si el plan de exportación de kion en polvo hacia el mercado estadounidense.

El kion es un tubérculo con alta demanda para el mercado estadounidense, ya que posee gran cantidad de beneficios y propiedades para la salud, así como; vitamina c, ácido fólico, hierro, magnesio y potasio. Estos beneficios sirven para disminuir dolores musculares, regular el metabolismo y tiene propiedades antiinflamatorias.

Por otro lado, esta investigación consta de 5 capítulos.

En el capítulo I, desarrollamos el plan estratégico tomando en cuenta los objetivos estratégicos, con respecto al análisis de entorno general, dentro de esto se tomará en cuenta los factores políticos, tecnológicos, competitivos, normativo y social; de igual manera se define la visión y misión.

En el capítulo II, se detalla todo lo referente al plan de marketing internacional, para detallar el análisis de producto, la clasificación arancelaria, propuesta de valor, tácticas de distribución, segmentación, promoción y posicionamiento. Con la finalidad de ganar reconocimiento y aumentar su consumo en el mercado objetivo.

En el capítulo III, se establece la selección de envases, etiquetado que permita la clasificación para exportar nuestro producto al mercado de EE. UU, donde conserve la mayor cantidad de carga de mercadería, contando con operadores logísticos, cadena de distribución, la modalidad de transporte y póliza de seguro.

De este modo en el capítulo IV, se pone en conocimiento los requerimientos que se emplearán para el régimen de exportación, con ello se determinará el incoterm a usar, determinando así; el análisis de precio, los medios de pago y clasificar la gestión aduanera.

Finalmente, en el capítulo V, se evalúa todo lo que es finanzas, plan comercial de la empresa, donde se establece el sistema de costos.

Capítulo I: Plan Estratégico y Organización del Negocio

1.1. Análisis Del Entorno

Tabla 1

Análisis PESTEL

Político	Inestabilidad política, medidas fiscales que afecten al consumo, acuerdos internacionales y cambios consecutivos de gobierno.
Económico	Actualmente vemos que nuestra economía se ve afectada por una inflación a nivel mundial, el costo elevado de los productos primordiales del hogar y el desarrollo tardío del país, así también la falta de empleo, sueldos bajos y el costo de vida. Un ejemplo en este punto es el dólar, en el 2020 tuvo un precio de S/ 4.25, pero para finales de 2022 hubo una baja a S/ 3.70 y se ha mantenido hasta ahora.
Socioculturales	La falta de oportunidades y el bienestar son puntos que están en progreso de manera lenta, ya que como resultado está los niveles de pobreza que siguen en aumento a causa del desempleo y de la crisis económica, que hace que todo sea inestable y una incertidumbre para la población, sobre preocupándonos y causando líos.
Tecnológico	El nivel de innovación en nuestro país va avanzando de manera muy limitada, debido a la crisis que afrontamos actualmente y la demora en adquirir nuevas tecnologías. Para el 2022 solo representó el 0.13% de PBI en nuestro país, sin embargo, en la mayoría de los países destinan más del 2% y en los más desarrollados puede llegar hasta un 4%, mejorando en la calidad de servicio y el tiempo de espera que destinan a cada consumidor, al emplear la tecnología dentro de las organizaciones.
Ecológico	Hasta el 2022, se ve un problema de actividad minera ilegal o excesiva, problemas de residuos y saneamiento, a consecuencia de ello la contaminación ambiental, ausencia del cumplimiento de acuerdo tanto por las empresas como del gobierno, la tala excesiva de árboles y el uso inadecuado de estos campos para realizar producciones alimentarias, que perjudican los ecosistemas y con esto el bienestar del ser humano.
Legal	Temas de corrupción de parte del gobierno y de algunas entidades, empresas con incumplimiento del horario de trabajo de sus colaboradores, no velan por su seguridad, incumplimiento de contrato, etc.

Fuente: Elaboración propia.

1.2. Análisis de la Empresa

Tabla 2

Perfil de la empresa

Aspectos técnicos de la empresa	
Nombre de la Empresa	Export Zingiber S.A.C
Nombre del producto	Ginger Power
Ubicación de la empresa	Lima - Metropolitana
Giro de negocio	Exportación de exportación de kion en polvo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Productos de buena calidad. ● Trabajo en equipo. ● Precios accesibles. ● Beneficiosos para la salud. ● Campañas de marketing y publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● No apto para público con cálculos biliarios o embarazadas o problemas de tensión. ● Poca publicidad. ● Productos sustitutos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Nuevos mercados internacionales. ● Aprovechar ventajas competitivas. ● Aprovechar tratados comerciales. ● Aliados estratégicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Competencia directa e indirecta. ● Inestabilidad económica. ● Riesgo medioambiental. ● Nuevas tecnologías.

Fuente: Elaboración propia.

1.3. Visión

Al 2025, lograr expandirnos a nivel mundial, proporcionando productos de alta calidad y que son de un origen natural, manteniendo la esencia tanto de la organización como del producto.

1.4. Misión

Brindar a nuestros clientes y consumidores finales un buen producto saludable mediante la originalidad, las prácticas sostenibles, compromiso y la innovación; garantizando así la calidad, la experiencia y los beneficios efectivos para la salud.

1.5. Objetivos Estratégicos

Export Zingiber SAC se plantea los siguientes objetivos:

- Incrementar anualmente la expedición de kion en polvo hasta en un 20% en los siguientes tres años.
- Aumentar hasta un 15% nuestra participación dentro de las importaciones de Estados Unidos en los siguientes cinco años.
- Desarrollar e implementar el proyecto de exportación estratégico, con esto mejorar hasta un 25% la productividad anualmente de la empresa Export Zingiber SAC durante los dos primeros años de exportaciones.

1.6. Estrategia del Negocio

La empresa Export Zingiber SAC dentro de las 4 variables de Michael Porter opta por aplicar; la diferenciación de acuerdo con la siguiente característica:

Calidad: La principal materia prima posee beneficios naturales para el ser humano, dentro de las principales son: Mejora la indigestión crónica, mejora la salud cardiovascular, contiene propiedades antiinflamatorias, mejora el riesgo sanguíneo y previene el cáncer de ovarios.

De acuerdo con World Bank (2020), el 21.8% de los gastos son vinculados a la salud, esto hace que nuestro producto tenga una acogida dentro de este mercado. Por otro lado, se puede apreciar que durante los últimos años la tendencia del cliente seleccionado es consumir alimentos saludables.

1.7. Fuentes Generadoras de la Ventaja Competitiva

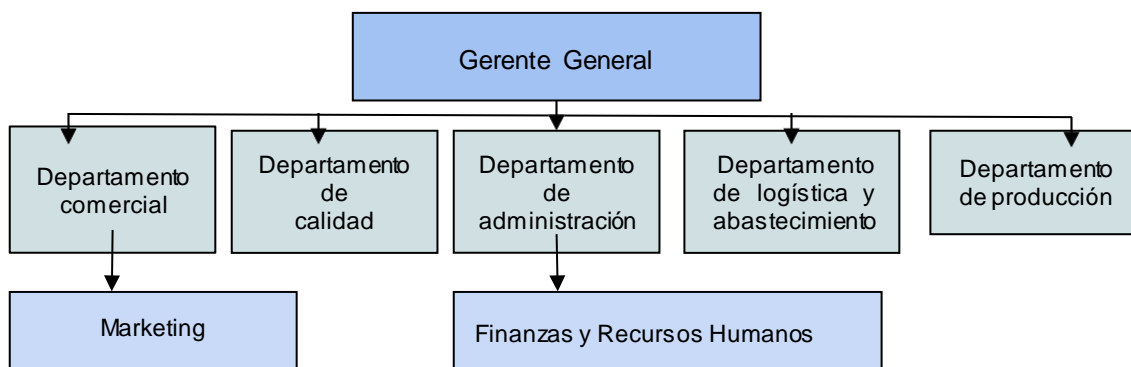
Export Zingiber S.A será diferenciado y reconocido por la presentación, características y precio, que brindara a sus clientes potenciales y al mercado principal que es Estados Unidos, esto favorece para la expansión de nuestro producto y a nuestros clientes potenciales para tener una mejor negociación en ventas.

La forma que se minimizará los costos va a ser en los sembríos con respecto a los fertilizantes que se usarán en cada cultivo de jengibre, con ello mantendremos el liderazgo en los precios, donde se establece el valor diferenciado, la calidad y un mejor segmento en el mercado objetivo.

De la misma manera, el vínculo con los clientes potenciales será basado con un trato directo donde se tomará en cuenta las necesidades, gustos y preferencias. Esto se hará, implementando los canales de atención que permitan tener una atención coherente, clara, consciente y segura. Con ello, la empresa tendrá a la orden y disponible diferentes plataformas digitales (páginas web, redes sociales, WhatsApp Business y redes sociales) donde puedan adquirir una información detallada de precios y ofertas del producto a ofrecer.

1.8. Diseño Organizacional

Figura 1
Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Nota. Diagrama Organizativo

Capítulo II: Plan de Marketing Internacional

2.1. Descripción del Producto

El kion como producto natural que tiene con una considerable y extraordinaria fuente de nutrición que se compone de muchas vitaminas y bioactivos con fuentes de oleorresina que le da el sabor dulce y a su vez es refrescante, su consumo otorga muchos beneficios para la salud (antiinflamatorio, disminuye problemas musculares, alivio de la gripe, reduce niveles de estrés). El kion en polvo desde su cultivo está libre de cualquier insumo químico ni pesticidas certificado por instituciones internacionales.

Cumple las siguientes funciones:

- Protector del sistema digestivo.
- Protege la circulación sanguínea.
- Prevención de resfriado.
- Disminuye el colesterol.
- Reduce el malestar de manera natural.
- Ayuda contra las úlceras gástricas.

2.2. Clasificación Arancelaria

Para el jengibre triturado o pulverizado:

Tabla 4
Clasificación arancelaria del jengibre

SECCIÓN II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO 09	Café, té, yerba mate y especias
PARTIDA 09.10	Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel, "curry" y demás especias
Subpartida Nacional 0910.12.00.00	Triturado o pulverizado

Fuente. Información conseguida de SUNAT (2023).


2.3. Propuesta de Valor

Export Zingiber SAC, es una empresa que está comprometida a brindarle un producto muy beneficioso, implementando creatividad e innovación.

- **Precio:** Brindamos una buena experiencia de compra del producto de calidad, beneficios y originalidad por lo que el precio es razonable.
- **Novedad:** Aprovecharemos las oportunidades de entrar en nuevos mercados para darles una nueva experiencia y aportar en la salud de nuestros consumidores.
- **Calidad:** El producto que ofrecemos promueve la salud, conserva su calidad y se da para comer o beber, el cual ha sido aprobado por certificados internacionales que confirman y garantizan que se vende jengibre.
- **Conveniencia:** Plan de comercialización eficaz facilitando el acceso a nuestro producto siendo más competente con el tiempo y disminuyendo los esfuerzos.
- **Marca y/o estatus:** Utilizar estrategias que sean ventajosas y positivas al momento de que los consumidores tomen su decisión de compra.
- **Desempeño:** Brindar el jengibre en polvo dejándole una buena experiencia al cliente.
- **Reducción de riesgo:** Sumo interés en disminuir alguna limitación para los consumidores con nuestro producto.
- **Reducción de costos:** Explotar al máximo las habilidades de nuestros colaboradores, para que se pueda cumplir beneficiosa y satisfactoriamente los objetivos de la organización como de cada uno de nuestros trabajadores.
- **Diseño:** conseguir una imagen imponente y atractiva para nuestro producto, así como nuestra producción que motive al consumidor a decidirse por nuestro producto.
- **Customización:** Cubrir y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

2.4. Ficha Técnica Comercial

Tabla 5
Ficha del producto a exportar.

Nombre del producto	Export Zingiber SAC
Subpartida nacional	0910.12.00.00
Presentación comercial	
Características físicas del producto	Polvo con un color blanquecino amarronado, es mucho más concentrado que la raíz, por lo que tiene más olor y sabor en menor cantidad.
Características sensoriales del producto	Sabor: picante o menos dependiendo de la cantidad se vuelve agradable. Textura: fina Aroma: perfumado y refrescante.
Composición	<ul style="list-style-type: none"> ● 40 - 45% de hidratos de carbono ● 6 - 8% de grasas (oleicas y linoleicas) ● Aminoácidos ● Minerales ● Vitamina C, Niacina ● Flavonoides ● Ácido Oxálico.
Aplicaciones	Se consume como condimento o como filtrante.
Modo de empleo	Se emplea en la comida o como bebida.
Presentación y almacenamiento	Se puede conservar en un lugar sin humedad y oscuro, y estará perfecto hasta seis meses después. Y también se puede congelar, para ello es mejor guardarlo en una bolsa apta para el congelador.
Precauciones	No tener al jengibre expuesto por mucho tiempo al sol, porque se seca y tampoco al aire libre, es mejor conservarlo en una bolsa adecuada o en un frasco con papel de aluminio.

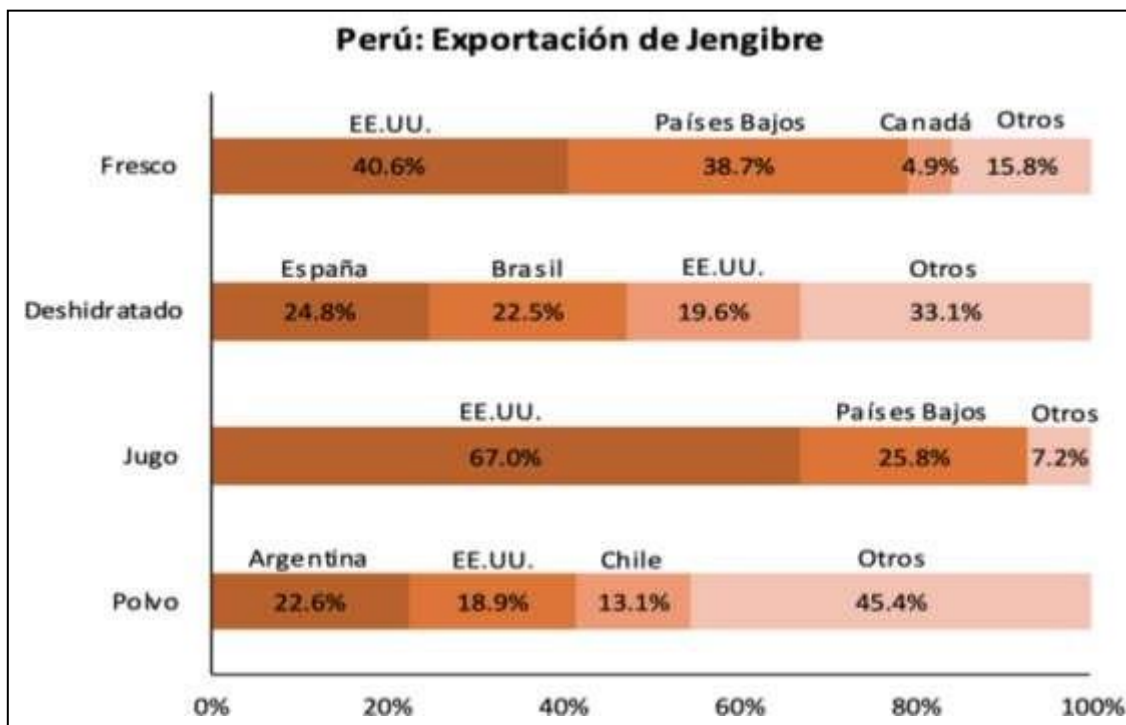
Fuente: Elaboración propia

2.5. Exportaciones del Producto

Las diferentes presentaciones del kion y los beneficios que tiene para la salud hicieron que las exportaciones se expandieron en un promedio anual de un 51.8% entre el año 2016 y 2021, resaltando así, mayoritariamente en el mercado estadounidense.

Figura 2

Participación del Perú en las exportaciones de kion en sus diferentes presentaciones.

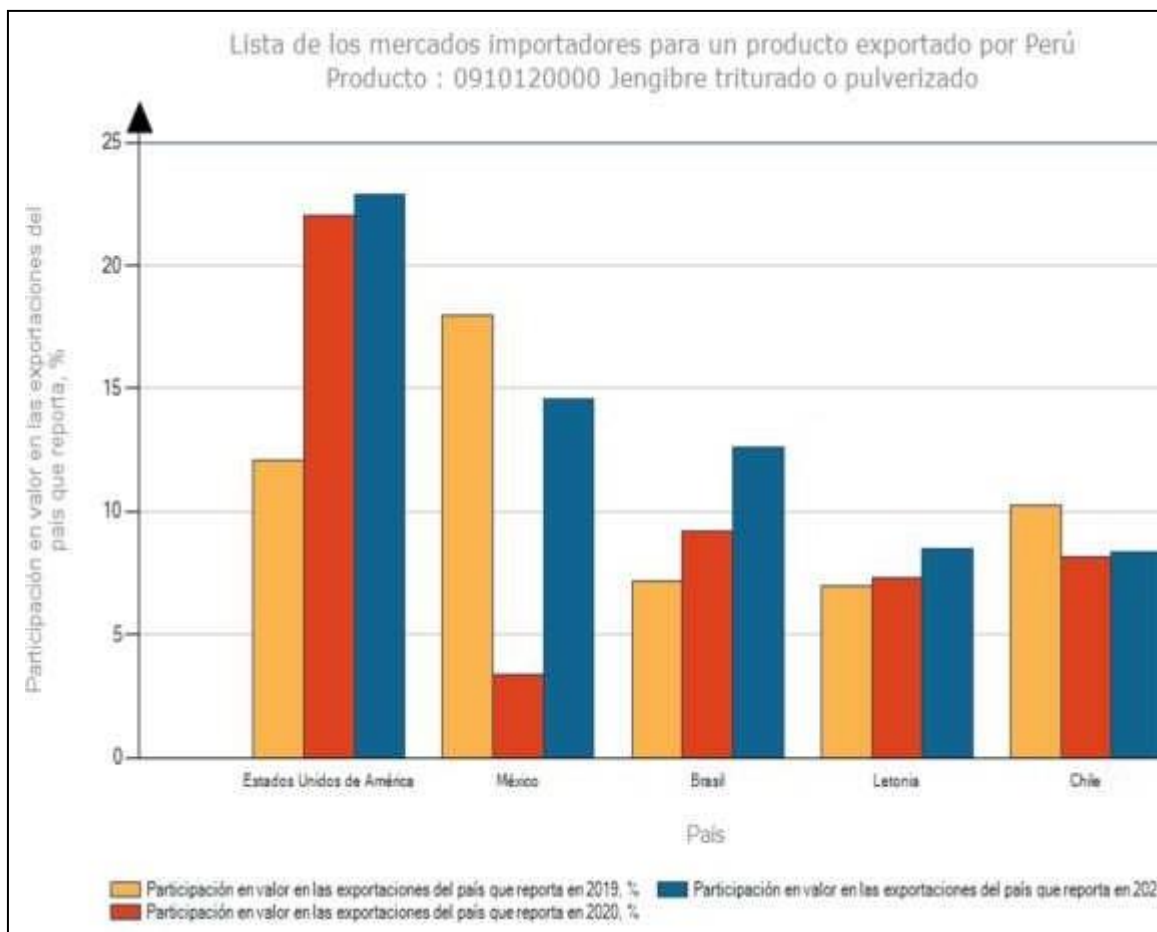


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados en la página de Sunat, Adex y Trade Map.

Nota. En el periodo del 2019-2021 la participación del Perú como exportador de kion en polvo esta aumentando de manera progresiva, pasando de un 12% en el 2019 a un 18.9% de participación en el 2021 en el mercado de Estados Unidos.

Figura 3

Participación de Perú en las exportaciones de kion en polvo

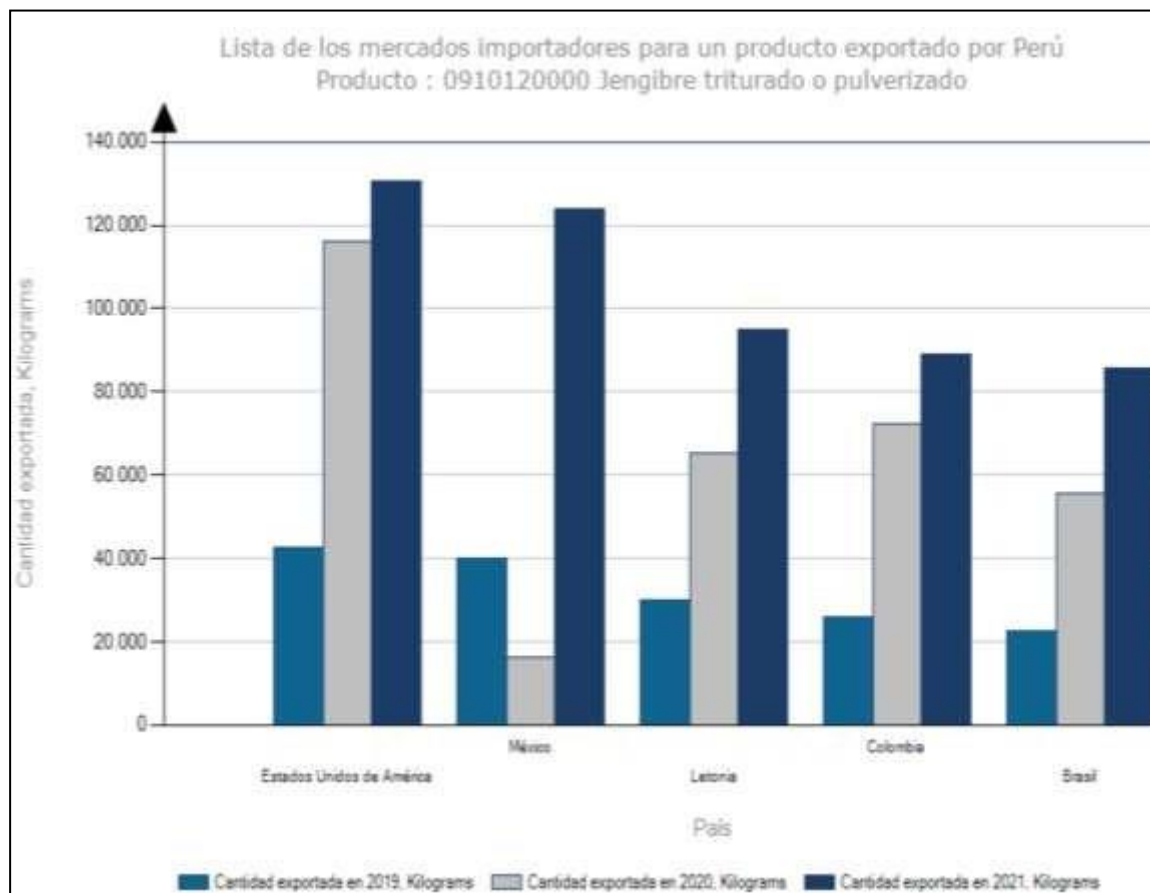


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados en la página UN COMTRADE.

En cantidad, de nuevo Estados Unidos tiene la mayor cantidad de kion en polvo importado, asimismo se registra un crecimiento leve en las cantidades exportadas anualmente.

Figura 4

Principales países importadores de kion en polvo según cantidad (kg)

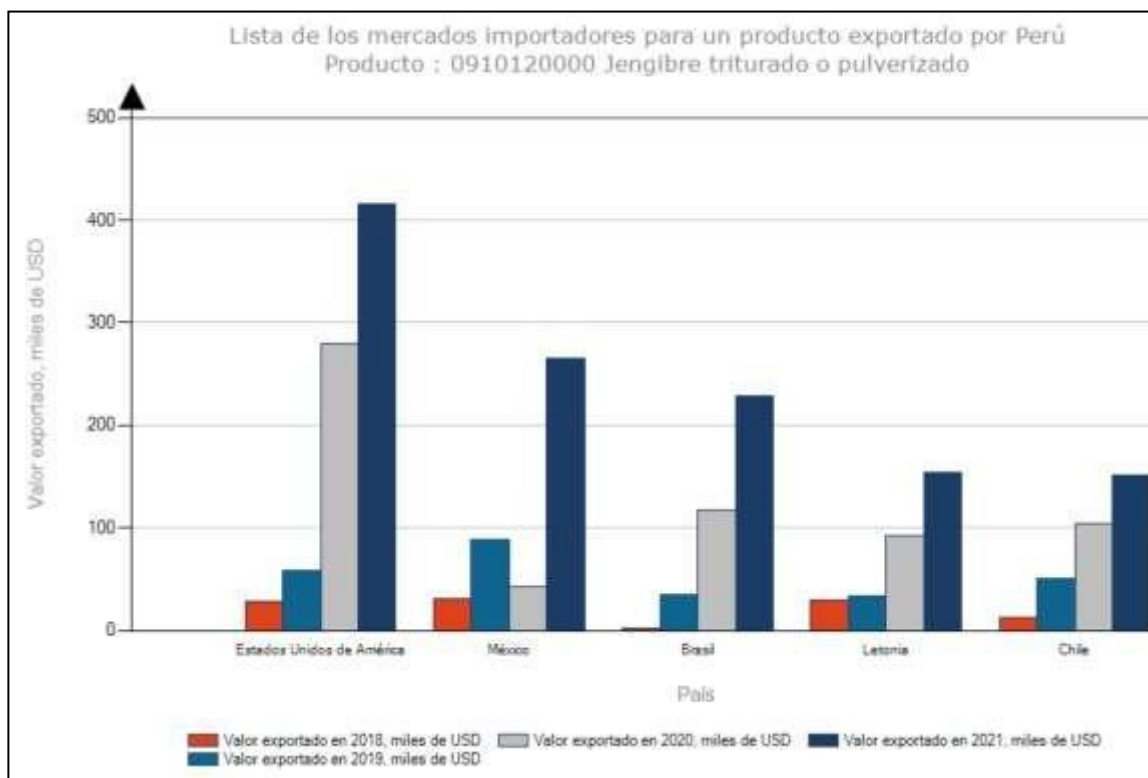


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados en la página UN COMTRADE

El importador mayoritario de kion en polvo es Estados Unidos; entre los años 2018 al 2021 alcanzaron un crecimiento de hasta (US\$ 400.9 miles).

Figura 5

Principales países importadores de kion en polvo según valor FOB (monto expresado en dólares)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados en la página UN COMTRADE.

2.6. Principales Exportadores del Producto

Al 2022, las empresas principales que lideraron las exportaciones de kion fueron: Agronegocios La Grama S.A.C, Fruitxchange S.A.C y JCH Organic S.A.C

Figura 6

Principales empresas exportadoras.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados en la página Trade Map

2.7. Requisitos de Acceso

2.7.1. Arancelario (derechos e impuestos)

El 12 de abril de 2006, se firmó en Washington el Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos (APC); y empezó a ejecutarse el 1 de febrero de 2009. Este acuerdo permite el ingreso libre exonerando el 95% de las P.A. del sector agropecuario.

Por otro lado, Estados Unidos es uno de los mercados más atractivos para la exportación de productos desde el Perú, como, por ejemplo: arándanos, palta, kion, etc.

2.7.2. Restricciones y barreras de acceso

Tabla 6
Barreras de acceso

Producto	09101200 - Jengibre triturado o molido
País de Origen	Perú
País Destino	Estados Unidos de América / California
Revisión del S.A.	SA Rev.2012
Clasificación de las MNA	NTM Rev. 2019
MNA año	2018

Fuente: Información recuperada de la página ITC (mapa de acceso al mercado).

Tabla 7
Base de requerimientos

Requisitos de importación aplicados a este producto	Cantidad de medidas
A130- Enfoque de sistemas	2
A150- Requisito de autorización para los importadores por razones sanitarias y fitosanitarias	1
A190- Prohibiciones/restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias, no especificadas en otra parte (nep)	1
A220- Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto	10
A310- Requisitos de etiquetado	5
A330- Requisitos de embalaje	3
A420- Prácticas higiénicas durante la producción relacionadas con las condiciones sanitarias y fitosanitarias	2
A640- Condiciones de almacenamiento y transporte	1
A820- Requisito de prueba	1
A840- Requisito de inspección	1
A850- Requisitos de trazabilidad	1
A851- Origen de materiales y piezas.	1
A852- Historial de procesamiento	2
A890- Evaluación de la conformidad relacionada con las condiciones SPS, nep	1
A900- Medidas sanitarias y fitosanitarias, nep	1
B210- Límites de tolerancia para residuos o contaminación por ciertas sustancias	1
B310 - Requisitos de etiquetado	5
B330 - Requisitos de embalaje	2
B600- Requisito de identidad del producto	1
B800- Evaluación de la conformidad relacionada con OTC	1
B820 - Requisito de prueba	1
C900- Otras formalidades, nep	1

Fuente: Información recuperada de ITC (mapa de acceso al mercado).

Tabla 8
Requisitos de importación aplicados a todas las mercancías.

Requisitos de importación aplicados a todas las mercancías	Cantidad de Medidas
A510- Tratamiento frío/calor	2
A530- Fumigación	4
E320- Prohibición por razones no económicas	1

Fuente: Información recuperada de ITC (mapa de acceso al mercado).

2.8. Tratamiento Arancelario

En la actualidad el Perú, mantiene un acuerdo en el cual se exonera el 100% de aranceles para los productos de origen peruano, demostrando originalidad.

Tabla 9
Tratamiento arancelario para la partida 091012 jengibre, triturado o molido.

For product: HS 09101200		Ginger, Grushed or ground	
Export from: Peru		Import to: United states of America	
FTA, Peru-United States			
United States - Peru Trade Promotion Agreement			
Import Duty			
0.19%	0%	In Force	01.02.2009
MFN	Preferential	Scope	Bilateral, Country-Contry
		TYPE	Free trade agreement
		Parties	Peru, United States of America

Fuente: Información recuperada Market Access Map y elaboración propia.

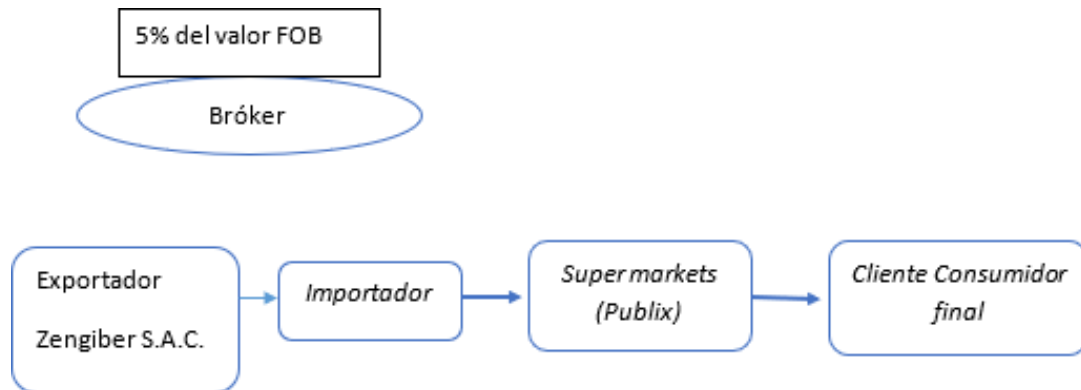
2.9. Estrategia de Precio

Export Zingiber S.A. Caplicará la estrategia de precios Frente a la competencia, debido a que los precios son cercanos al de la competencia, además de ello, nuestro producto es conocido (como materia prima) en el mercado de destino, por otro lado, la empresa buscará mantener los precios para de esta manera lograr fidelizar a nuestros clientes así mismo evitar imprevistos ante una posible subida de precios.

2.10. Estrategia de Distribución

El Kion en polvo se distribuyen dentro establecimientos minoristas para ello la empresa Export Zingiber S.A.C se apoyará por medio de un sistema de distribución indirecta. En el siguiente grafico se muestra la distribución que se realizara a través de un bróker ya que este sirve para el contacto con los clientes en el país de destino

Figura 7
Canal de distribución.



Fuente: Elaboración propia a partir de la información recuperada de la página de Midagri.

2.11. Estrategia de Promoción

Export Zingiber S.A.C, con el propósito de dar a conocer nuestro producto, utilizará diferentes herramientas publicitarias, que otorguen promociones para obtener un posicionamiento exitoso. Con el objetivo de promover e incrementar las ventas en nuestro mercado objetivo EE. UU, con ello tener la oportunidad de fidelizar a nuestros clientes y generar nuevos contactos.

La empresa implementa las siguientes estrategias:

- Asistencia a ferias (nacionales / internacionales) es una herramienta que nos permite crear relación con todo el mundo para tener acceso a contactos con clientes internacionales y con ello expandir nuestro mercado.
- Según Mincetur, (2021), el marketing digital con el objetivo de continuar desarrollando y estableciendo un marco de estrategias impulsa el crecimiento digital en las empresas en el cual puedan lograr, expansión y posicionamiento en el mercado. En la actualidad los clientes potenciales se encuentran continuamente en los medios digitales intercambiando o solicitando información, por tal motivo, el marketing digital es una plataforma estratégica potencial que las empresas deben aprovechar para hacer

publicidad en las cuales se encuentra las páginas web, Facebook, Instagram, Google AdWords, LinkedIn, donde se les ofrece un contenido relevante a los clientes.

- Ofrecer material claro e informativo detallando los beneficios de nuestro producto, facilitando al consumidor tener una idea más clara sobre el producto a comprar.
- Emplear un costo que sea competitivo y de misma forma sea accesible para los consumidores potenciales.

2.12. Estrategia de Segmentación

Para definir nuestros clientes potenciales en el mercado de EE. UU, se consideró herramienta de segmentación a los individuos del NSE que cuenten con un nivel alto y asimismo a los individuos de NSE medio.

- Demográficamente: De acuerdo con las investigaciones nuestro producto se comercializará en los rangos de edades de 18 a 65 años, tanto para mujeres y hombres.
- Psicográficamente: Al consumir nuestro producto brindará distintos beneficios para el incremento y desarrollo de una vida saludable, debido al impacto que genera en la salud humana y los diversos usos que atribuye a los clientes y consumidores finales.
- Conductualmente: En el mercado de los Estados Unidos; los clientes finales del mercado poseen una preferencia mayormente por los productos orgánicos, es por eso por lo que el kion en polvo cuenta con las características que ellos requieren.
- Geográficamente: el polvo en kion va dirigido a los clientes potenciales del mercado de EE. UU.

Tabla 9
Segmentación de mercado.

Variables Geográficas	Estados Unidos - California
Variables Demográficas	Rango de edad entre los 18 - 65 (mujeres y hombres)
Variables Psicográficas	Incrementar a la salud humana los beneficios de consumir sano y tener vida saludable.
Variables de Conducta	Los consumidores eligen alimentos saludables teniendo en cuenta los nutrientes para el consumo saludable con ello la empresa Export Zingiber S.A.C, brinda un producto con un alto valor nutricional para su salud, "kion en polvo".

Nota: Información obtenida de Promperú

2.13. Estrategia de Posicionamiento

En primer lugar, la estrategia de posicionamiento tiene como propósito establecer con qué características queremos que nos reconozcan e identifiquen en la mente del cliente, esto implica que se pueda diferenciar los beneficios y propiedades frente a la competencia (Olamendi, 2009).

La empresa Export Zingiber S.A.C, busca expandir productos que ofrecen beneficios para la salud y un gran porcentaje nutricional, desarrollando estrategias innovadoras para complacer los requerimientos del consumidor destacando las propiedades que aporta y ofrece el kion en polvo. Con el propósito de incrementar publicidad mediante anuncios, asistencia a ferias nacionales e internacionales para generar alianzas estratégicas que nos permitan aumentar las ventas, expandir nuestro mercado y ampliar nuestra cartera de clientes.

Capítulo III: Plan de Logística Internacional

3.1. Envases, Embalajes y Etiquetado

Guiándonos con información que indica MINCETUR, el envase es estratégicamente “vendedor silencioso”.

Las características son:

- Protege e identifica al producto
- Satisface la necesidad del consumidor a simple vista de un modo adecuado
- Va de acuerdo con carga y distribución
- Se adapta a los parámetros que se usan para fabricar y envasar el producto a exportar.
- Es necesario que siga cumplimiento de las legislaciones que se encuentran vigentes.
- Resistencia.
- Debe tener un precio adecuado.

Export Zingiber SAC tomará como envase el doypack ya que otorga estabilidad, permite que lo personalizemos con zipper, perforaciones para colgar, facilidad de abrir, visualizar el interior, etc. Tendrá la capacidad de almacenar 100g.

Figura 8

Envase seleccionado



Fuente: Figura recopilada de *Enases flexibles.es*

Es importante contar con la aceptación de la Food and Drug Administration, para aquellos insumos que forman parte del producto considerado como un aditivo, para la etapa de producción, etc. Estarán en contacto con los alimentos.

En cuanto al embalaje, buscamos el adecuado para proteger la mercancía y mantener su conservación, protegerla de las distancias alejadas de Perú a Estados Unidos y evitar riesgo de transporte, bacteriológicos, mermas, carga y descarga.

Según ello, nosotros utilizaremos cajas de cartón corrugado, para que llegue en buenas condiciones y directo a la comercialización, estará dividido por casilleros para un orden y mejor cuidado, facilitando también el retirar los productos sin algún inconveniente. Se colocarán 90 unds por caja, divididas por los casilleros en dos bases de 45 unds cada una.

Figura 7

Embalaje seleccionado.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

Paletización de la carga.



Fuente: Figura recuperada de Grupo IFS SAC PERÚ

3.2. Unitarización y Cubicaje de la Carga

Organizar la mercadería en container espaciosos, así también pallets, sacos, etc.; a eso se refiere Unitarización. Esto con el objetivo de preservar la mercancía exportada. Actualmente se usan estas 2 maneras de unitarización las cuales son: mediante palets y contenedores (PROMPERÚ, 2022).

Export Zingiber SAC utilizará el palets americano o también conocido como isopalet, se llama así porque está fabricado según la norma ISO 3676. Este palets posee las dimensiones de 1000 x 1200, como se evidencia en la figura 9. Asimismo, este pallet se puede identificar por el sello de EUR y EPAL, las cuales llevan en la esquina izquierda y derecha respectivamente.

Figura 11
Dimensiones del pallet.



Dimensiones

- **Largo:** 1000mm
- **Ancho:**1200 mm
- **Alto:** 144 mm
- **Peso:** 30 kg
- **Límite de carga segura:** 1500 kg
- **Carga adicional máxima:** 4500 kg cuando se apilan(cargas estáticas).

Fuente: Cabeza, Tipos, tamaños en el transporte de mercancías.

Con respecto al contenedor se usará el dry container ya que son los más utilizados en el mundo.

Figura 12

Dimensiones y capacidad de un contenedor dry 20 pies.



Fuente: Información recopilada de Siicex.

Figura 13

Dimensiones y capacidad de un contenedor dry 40 pies.

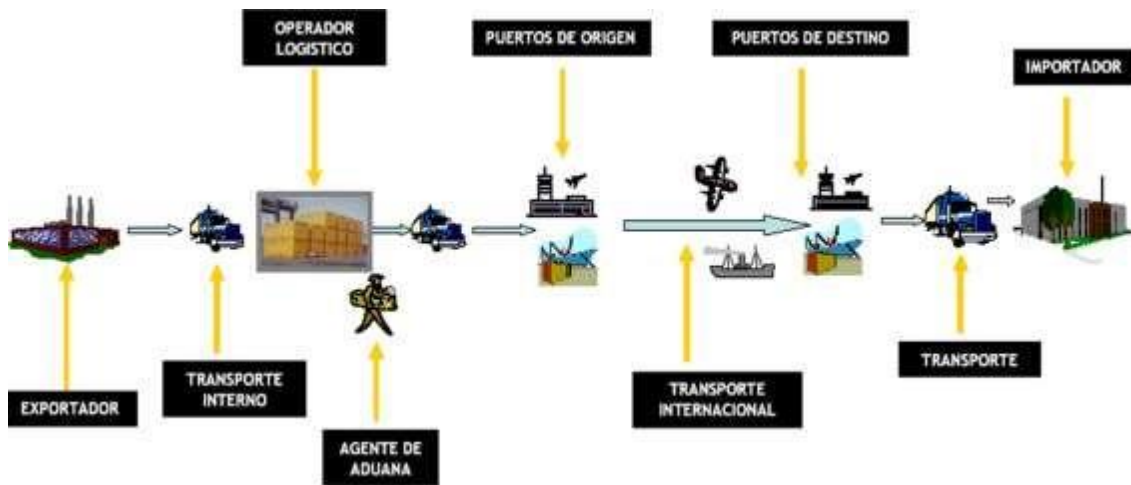


Fuente: Información recopilada de Siicex.

3.3. Cadena de Distribución Física Internacional

Se tiene como objetivo determinar la manera más segura para trasladar la cantidad adecuada de mercadería, desde la productividad de campo, el desarrollo e industrialización de la presentación Kion en Polvo para la exportación desde el puerto del Callao, Perú hasta California, EE. UU.

Figura 14
Cadena de distribución.



Nota: Información obtenida de Export.Promperu infografía

Empresa Exportadora

Export Zingiber S.A.C, acopiara el Kion de las comunidades y corporaciones agricultoras del producto seleccionado a exportar. Asimismo, checa la negociación de compra, el producto es trasladado al lugar donde comenzaremos con el proceso de desinfectar, secado, cortado, molido, procesado, medida, envasado y embalaje. El objetivo más importante de Export Zingiber S.A.C., es seleccionar la forma que sea más segura, y con esto empezar a trasladar el producto a exportar con la cantidad y periodo escogido desde el terminal portuario Callao rumbo al mercado estadounidense.

Operador Logístico

Asimismo, existen diferentes procesos despues del abastecimiento de los suministros de las materias primas, envasado, sellado y el empaque del producto, este será desplazado al operario logístico, en el cual se encargará de mantenerse en constante comunicación con el cliente para mantener el desarrollo correcto de los procesos de manera segura que consideren el embarque y desembarque, de las msma forma con la transferencia de carga.

La elección de los operadores logísticos, estará a cargo de la compañía Export Zingiber S.A.C.

Transporte internacional

El responsable principal de los gastos correspondientes de la mercadería es el vendedor: Con el incoterm CFR, (Cost and freight) se comercializará y se estimula que el exportador es responsable de entregar la mercancía lista para el envío, esto es el puerto elegido por el importador, así como la reserva y pago de transporte de mercancía hasta que llegue al puerto

de destino. Asimismo, el importador tiene la opción de conseguir un mejor seguro o que sea más económico que ofrece el vendedor. (Export.Promperu,2020).

3.4. Modalidad de Transporte Internacional

Figura 8
Ruta exportadora.



Fuente: Figura recuperada de Siicex

Figura 9
Tarifa de flete marítimo.

Puerto de origen (PE)	Puerto de destino (USA)	US \$ Tarifa promedio de flete por contenedor				Días de tránsito	Frecuencia de salida
		Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³		
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerado			
Callao	Manzanillo (México)	2400	3700	5500	80	7	SEMANTAL
Callao	San Diego (EE. UU)	2500	3700	5500	80	20	SEMANTAL
Callao	Long Beach (EE. UU)	2600	3750	5600	80	22	SEMANTAL
Callao	Los Ángeles (EE. UU)	2650	3750	5650	80	20	SEMANTAL

Fuente: Información recopilada de Siicex

El medio de transporte seleccionado para el embarque es el marítimo, debido a que nuestro producto no es perecible puede soportar los días de tránsito, si bien es cierto el tiempo de tránsito es largo, pero en cuanto a costos es el más económico dicho factor fue determinante para la elección de este medio de transporte, el embarque se realizará desde el puerto del Callao con destino al puerto de Los Ángeles, California Estados Unidos, los días de tránsito en total son 29 aproximadamente.

3.5. Seguro de la Carga

Figura 10

Container Seleccionada



Fuente: Figura recuperada Siicex

La empresa Zingiber S.A.C. utilizará el contenedor Dry-Van 40 pies debidos a sus dimensiones y capacidad de carga son ideales para contener nuestro ya que nos permite optimizar al máximo el espacio y el volumen de la carga, debido a las cualidades organolépticas de nuestro producto no requerimos condiciones especiales como usar un contenedor refrigerante el mismo que sería un gasto.

La empresa Zingiber S.A.C. Utilizará la modalidad de carga FCL Full Container Load (carga completa del contenedor, bajo esta modalidad la exportación se realiza considerando que la carga pertenece a un solo consignatario.

Capítulo IV: Plan de Comercio Internacional

4.1. Régimen De Exportación Y Documentación Necesaria

Se opta por el régimen de exportación definitiva permite el despacho de la mercadería para la circulación en el mercado internacional con fines de uso y distribución definitiva de kion en polvo. En el cual se utilizará la documentación siguiente.

- **Contrato de compraventa internacional**

Este paso es importante para ambos, con ello se comprometen y acuerdan la fijación de costos, cantidad y en este caso el producto kion en polvo. De esta manera el vendedor procede hacer la cotización de precios a la empresa cliente donde puede estar añadida una oferta, con el fin de concretar la venta y finalizar la orden de pedido en el cual esté aprobado por las partes involucradas.

- **Documentos comerciales o de información**

Permitir la inclusión de facturas comerciales, proforma y documentos requeridos para el envío de mercancías, con la finalidad de preparar al cliente para que pueda proporcionar información relevante sobre el producto de exportación y con ello, los compradores comiencen el control operativo de los envíos del país que procesan.

Asimismo, de ser aprobada la venta por el cliente, se determina un precio y se suministra la mercadería del lote vendido. En cuanto se garantiza los comprobantes de servicios, certificado de hidrobiológicos, certificados sanitarios (DIGESA, DIGEMID), certificado fitosanitario- zoosanitario (SENASA), certificado de origen (ADEX, CCL), y cámaras de comercio regionales.

- **Documentos de transporte**

Estos documentos se utilizan para cualquier tipo de contratos entre ambas partes donde el traslado de mercancía es desde punto de origen al punto de destino, con ello, se establece un acuerdo con el transportador seleccionado con el fin de realizar el sustento de flete. Considerando que el tránsito se realizará vía marítima, ya que posee título de propiedad.

- **Documento de seguro**

Se tomará en cuenta dos documentos, póliza de seguro individual del (contratante o asegurado) y el pacto de garantía globalizada. Con ello se cubren de extravíos y daños que puedan sufrir la mercadería durante la salida de traslado esta póliza será contratada por el comprador.

4.2. Elección del Incoterm

El incoterm que usará Export Zingiber S.A.C; es el Cost and Freight (CFR), este incoterm se basa en lo siguiente: Nuestra empresa como exportadora (vendedor) cubre los costos de traslado de la mercancía hasta el puerto de destino, que es establecido por el comprador.

El vendedor tiene la obligación de entregar los bienes en el puerto de embarque a bordo del buque, con ello, asume todos los gastos y riesgos.

A partir de esa acción; la responsabilidad y los riesgos pasan a ser del comprador. Por ende, la empresa exportadora tendrá menos responsabilidad, aunque el vendedor sigue siendo responsable del costo del transporte hasta el puerto de destino seleccionado por el comprador.

Asimismo, este no sería el único incoterm usado ya que en previa coordinación entre el comprador y vendedor se puede utilizar otro.

Figura 11
Selección de incoterm



Fuente: Figura CFR. Tomado de partida logistics.

4.3. Análisis de Precios de Exportación o Importación

Tabla 10
 Costeo de producto.

COSTO UNITARIO US/\$			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Total
Kion (Gr.)	120	S/. 0,0078	S/. 0,94
Tercerización (Maquila y transporte)	1	S/. 11,90	S/. 11,90
Envase (Bolsa)	1	S/. 0,70	S/. 0,70
Embalaje (Caja)	1	S/. 3,34	S/. 3,34
Costo unitario de producción			\$ 5,14
COSTO TOTAL (612 Kg)			\$ 18.518,16
MARGEN DE UTILIDAD 60%			\$ 11.110,90
Embalaje (Cajas de cartón)	75	\$0,49	\$36,59
Stretch Film	1	\$3,00	\$3,00
Zunchos	1	\$2,00	\$2,00
Marcado Cajas de cartón)	75	\$0,06	\$4,57
Costo de paleta(certificada)	1	\$9,00	\$9,00
Paletizado (incluye mano de obra y demás gastos)	1	\$26,00	\$26,00
EXW TOTAL			\$29.710,21
EXW UNITARIO			\$8,25
Transporte Interno	1	\$53,96	53,96
Cuadrilla	1	\$52,16	52,16
Embalaje	1	14,00	14,00
Docs	1	5,00	5,00
Comisión de agencia de aduanas 1.85% del EXW	1	549,28	549,28
Comisión del broker 5% del EXW	1	1485,51	1485,51
FAS TOTAL			\$31.870,13
FAS UNITARIO			\$8,85
Almacenamiento (mínimo 10 días)	1	\$65,00	\$65,00
Montacarga	1	\$52,88	\$52,88
Vistos buenos	1	\$200,00	\$200,00
Gastos operativos	1	\$50,00	\$50,00
Handling agencia de carga	1	\$38,00	\$38,00
FOB TOTAL			\$32.276,02
FOB UNITARIO			\$8,97
Manipuleo	1	\$100,00	\$100,00
Servicio de terminal	1	\$130,00	\$130,00
Ocean freight (Flete)		\$0,01	\$48,60
B/L	1	\$25,00	\$25,00

CFR TOTAL			\$32.579,62
CFR UNITARIO			\$9,05
Seguro de transporte internacional (mínimo \$75)	\$0,02		\$75,00
CIF TOTAL			\$32.654,62
CIF UNITARIO			\$9,07
Manipuleo en destino		\$0,03	\$95,00
Descarga puerto destino		\$0,02	\$85,00
Servicio de Montacarga		\$0,00	\$13,72
DAT TOTAL			\$32.848,34
DAT UNITARIO			\$9,12
Manipuleo en destino		\$0,03	\$95,00
Dest. Storage/Warehousing (almacen)		\$0,08	\$280,00
Transporte interno (delivery)		\$0,05	\$170,00
Comisión del agente de aduanas		\$0,13	\$450,00
Gastos operativos		\$0,07	\$250,00
Derechos de importación		\$0,00	\$0,00
IVA		\$0,54	\$1.959,28
Single Entry Bond		\$0,05	\$175,00
DDP TOTAL			\$36.227,61
DDP UNITARIO			\$10,06
Margen del Importador (33.30%)		\$3,18	\$11.433,43
Precio Unitario del Producto al Consumidor			13,24

Fuente:Elaboración propia.

Nota: Análisis de precios de kion en polvo y el proceso de exportación

4.4. Medio de pago

El medio de pago seleccionado por Export Zingiber SAC, es la carta de crédito de exportación (CDE); esta modalidad es muy fiable para el exportador ya que el banco del importador a solicitud de éste asume la responsabilidad de pagar la cantidad determinada. Asimismo, se determinó este medio tomando en cuenta que la empresa se está iniciando en las exportaciones.

Figura 12
Forma de pago.



Fuente: Recuperada de *Drip capital*.

Nota: La imagen detalla los pasos a seguir para efectuar la carta de crédito.

4.5. Gestión del Despacho Aduanero

Proceso que se lleva a cabo para cumplir con los requisitos legales y fiscales necesarios para exportar productos. En el caso del kion en polvo, se debe cumplir con los requisitos específicos del país de origen y del país de destino.

1. **Arribo de la mercadería:** Se realiza una gestión inicial, manifestando documentos de estiba, para realizar la exportación.
2. **Acta de recepción de almacén:** Es el documento del ingreso de la mercancía, al momento de llegada de esta, el Tarja (depósito) será entregado. Se debe tener en cuenta la numeración del certificado de vuelo y manifiesto. Así también solicitar el volante donde sugiere el peso adecuado de carga para realizar una declaración de

- destino asignado por aduana.
3. **Mandato del importador a la agencia de aduanas:** Acceso virtual generado por el comprador, desde el portal de SUNAT (Perú) por medio de la oficina aduanera, en la que se le solicita datos de la organización que valide su identificación y de respaldo frente aduanas.
 4. **Declaración virtual, de datos acordados:** La notificación electrónica remitida por el importador es el único medio con el que se puede retirar la mercancía, notificando que está arribó y según eso Aduanas enumera y plantea el manifiesto de tributos según la partida correspondiente.
 5. **Cancelar declaración de aduana:** Hecho el testimonio tributario por aduanas, manifiestan dos certificados de amortización.
 6. **Designar Canal:** Después de pagar el impuesto, el profesional de impuestos aprueba o rechaza la propiedad de acuerdo con tres canales.
 - Canal verde: retiro de la mercadería, levante automático.
 - Canal naranja: Revisión de documentos hasta obtener la conformidad de levante autorizado.
 - Canal rojo: Examen físico de la carga antes de recibir respuesta a la solicitud en los días determinados.
 7. **Entrega de información:** Sea canal naranja o rojo, se estipula una información detallada.
 8. **Informe de respuesta:** de ser canal naranja o rojo se notificará al usuario.
 9. **Levante autorizado por el especialista:** Permiso para retirar propiedad.
 10. **Coordinación preliquidación de costos:** Se da en una oficina aduanal, con la finalidad de asegurarse de que los costos sean precisos y estén completos, según el conocimiento de dichas liquidaciones por parte de la agencia de aduana, antes de que se realice la liquidación final, un día antes del aislamiento de la mercadería.

Capítulo V: Plan Económico-Financiero

5.1. Historia Financiera de la Empresa

Export Zingiber SAC, no tiene un historial crediticio por ser una empresa nueva en el mercado.

5.2. Datos, Supuestos y Políticas Económicas y Financieras

Datos

- Se proyecta que la cantidad exportada es de trescientos noventa y seis mil bolsas de kion de 120gr para el primer año (2024).
- En cuanto al precio de la bolsita sería US \$1.7.
- Se tiene proyectado firmar contrato y asociarnos con 5 empresas importadoras para el 2024.

Supuestos

- Según el BCR del Perú se estima que la UIT aumentará aproximadamente trescientos cincuenta nuevos soles para el próximo año.
- En las máquinas se prevé que tendrán una vida útil de aproximadamente 15 a 20 años.
- Se presume que se realizarán acuerdos estratégicos con los productores y proveedores de insumos que se requiere para la producción y packing de nuestro producto.
- Se espera un incremento de un 10% en las exportaciones para el año 2025.
- Los gastos operativos van a ser determinados como indicadores por cada exportación realizada.

Políticas económicas y financieras

Los salarios de los productores se llevarán a cabo de manera mensual y nuestros proveedores de manera quincenal, se planea trabajar con el pago a crédito con un tiempo de 15 días a 30 días.

Se crearán cláusulas con nuestros clientes potenciales y recurrentes para que puedan tener beneficios como el pago a crédito, tarifarios según cantidad.

5.3. Plan de Ventas de la Empresa

Para el 2021 las exportaciones peruanas de kion en polvo alcanzaron las 50,000 toneladas por US \$104 millones. Teniendo en cuenta que en los primeros meses de este año hubo una caída de precio. (AgroNegociosPerú).

Tabla 11
Plan comercial

Plan de ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	396,000	435,000	479,160	479,160	554.634
Precio	\$3,04	\$3,04	\$3,04	\$3,04	\$3,04
TOTAL	1,202,298.59	1,322,528.45	1,454,781.3	1,454,781.30	1,683,928.48
		10%	10%	0%	16%

Fuente. Elaboración propia

5.4. Análisis de Costos

Export Zingiber ZAC desarrolla el costo promedio de lo que es parte y esencial, para llevar a cabo la exportación de nuestro producto, por ello lo detallamos de la siguiente manera:

Tabla 12
Costos fijos.

Producto	Cantidad para consumir por unidad	Unidad de medida	Costo por unidad de medida	Costo unitario de conserva	Tipo de costo
Kion (Gr.)	120	Gr.	S/. 0.0078	S/. 0.9360	Costo variable
Tercerización (Máquina y transporte)	120	Gr.	S/. 0.0119	S/. 1,4280	Costo variable
Envase (Bolsa)	1	unidades	S/. 0.7000	S/. 0,7000	Costo variable
Embalaje (Caja)	1	unidades	S/. 3.3361	S/. 3.3361	Costo variable
TOTAL				S/. 6.40	Costo variable

Fuente. Elaboración propia

Tabla 13
 Costos variables.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planilla	\$24,181.08	\$24,900.68	\$25,641.86	\$31,620.57	\$32,569.18
Depreciación	\$471.71	\$471.71	\$471.71	\$0.00	\$0.00
luz, agua, telf	\$583.78	\$583.78	\$583.78	\$583.78	\$583.78
Alquiler	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00
Otros	\$162.16	\$162.16	\$162.16	\$162.16	\$162.16
Amort. Intangible	\$108.68	\$108.68	\$108.68	\$108.68	\$108.68
TOTAL	\$27,907.41	\$28,627.01	\$29,368.19	\$34,875.19	\$35,823.80

Fuente. Elaboración Propia.

5.5. Punto De Equilibrio De La Empresa

Tabla 14
 Productividad de la organización.

Punto de Equilibrio					
Costos + gastos fijos	\$ 30,142.63	\$ 35,798.23	\$ 3,160.41	\$ 4,287.51	\$ 38,059.02
Margen contribución	\$ 1.24	\$ 1.24	\$ 1.24	\$ 1.24	\$ 1.24
Punto de Equilibrio	\$ 24,276.00	\$ 28,831.00	\$ 25,452.00	\$ 34,459.00	\$ 30,651.00

Fuente. Elaboración Propia

5.6. Adquisición de Materiales e Insumos para la Producción

Se detalla los costos unitarios, así como el costo total de 15,840.00 kg que se exportarán por contenedor, para una eficiente productividad del jengibre en polvo.

Tabla 15
 Costos de adquisición de materiales

COSTO UNITARIO US/\$			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Total
Kion (Gr.)	120	S/. 0,0078	S/. 0,9360
Tercerización (Maquila y transporte)	1	S/. 0,0119	S/. 1,4280
Envase (Bolsa)	1	S/. 0,7000	S/. 0,7000
Embalaje (Caja)	1	S/. 3,3361	S/. 3,3361
Costo unitario de producción			\$ 1,7298
COSTO TOTAL (15,840.00 Kg)			\$ 228,327.89

Fuente: Elaboración propia

5.7. Inversión inicial

Tabla 16
 Presupuesto Total

TANGIBLE

Activos Tangibles	
Elementos de Comunicación	\$ 62.43
Licencia	\$ 177.07
Gastos notariales	\$ 1,175.68
	\$ 1,415.180

INTANGIBLE

Activos Intangibles	
Inmuebles	\$ 0
Licencia	\$ 187.440
Gastos notariales	\$ 125.950
Libros contables, Legalizado	\$ 118.920
Otros gastos preoperativos	\$ 48.650
	\$ 480.960

Fuente: Elaboración propia.

5.8. Capital de Trabajo

Tabla 17

Bienes corriente

Capital de Trabajo	
Caja y Bancos	\$14,410.13
Inventario	\$228,327.89
Total	\$242,738.02

Fuente: Elaboración propia

5.9. Fuentes de Financiamiento

Tabla 18

Estructura para la realización de las actividades

Capital de trabajo	
Caja y bancos	\$14,410.13
Inventario	\$228,327.89
	\$242,738.02
Activos tangibles	
Equipos de comunicación	\$62.43
Muebles	\$177.03
Computadoras	\$1.175.65
	\$1.415.14
Activos intangibles	
Inmuebles	\$0,00
Licencias	\$187.44
Gastos notariales	\$125.95
Libros contables	\$118.92
Otros gastos pre- operativos	\$48.65
	480.95
Total	\$244.634.11

Fuente: Elaboración propia

FUENTES DE FINANCIAMIENTO
Tabla 19
Fuentes de Financiamiento

Es necesario contar con un crédito de \$270,270.27 por un periodo de tres años con una tasa del 29% anual.					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	\$78,378.38	\$58,556.33	\$32,985.88		
Amortización	\$68,351.91	\$88,173.96	\$113,744.41		
Cuota	\$146,730.28	\$146,730.28	\$146,730.28		

Fuente: Elaboración propia
5.10. Proyección de Flujo de Caja
Tabla 20
Flujo de caja financiero

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO - FINANCIERO AÑO 1 - 5						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso ventas		1,202,298.59	1,322,528.45	1,454,781.30	1,454,781.30	1,683,928.48
Crédito fiscal		128,875.60	142,554.78	155,736.07	156,757.95	180,113.98
Drawback			52,901.14	58,191.25	58,191.25	67,357.14
Valor residual						242,738.02
TOTAL INGRESOS	0.00	1,331,174.19	1,517,984.37	1,668,708.62	1,669,730.49	2,174,137.62
Inversión	244,634.11					
Compras		808,280.74	889,108.81	978,019.69	978,019.69	1,132,070.65
Gasto Administ		27,893.30	28,612.89	29,354.07	35,332.78	36,281.40
Gasto ventas		32,858.20	41,704.75	39,204.54	45,903.52	44,964.32
IR (sin deuda)		124,621.62	136,370.63	146,473.26	143,565.39	169,160.53
TOTAL EGRESOS	244,634.11	993,653.86	1,095,797.07	1,193,051.56	1,202,821.38	1,382,476.90
FLUJO ECONÓMICO	244,634.11	337,520.33	422,187.29	475,657.06	466,909.11	791,660.72
Préstamo	270,270.27					
Cuota		146,730.28	146,730.28	146,730.28	0.00	0.00
Escudo fiscal		21,162.16	15,810.21	8,576.33	0.00	0.00
FLUJO FINANCIERO	25,636.16	211,952.21	291,267.22	337,503.10	466,909.11	791,660.72
VARIACION PORCENTUAL			37%	16%	38%	70%

Fuente: Elaboración propia

5.11. Análisis de Rentabilidad

Export Zingiber SAC, considera el VAN y la TIR para determinar la tasación del flujo de caja donde precisa la viabilidad de la exportación.

Tabla 21
Análisis de rentabilidad

Evaluación Económica		
VA	\$1,412,387.77	
Inversión	-244,634.11	
VAN =	\$1,167,753.67	>0
TIR =	155%	>wacc
B/C =	\$5.77	

Fuente: Elaboración propia

5.12. Estado de Resultados Proyectado de la Empresa

Tabla 22
Estado de resultados

	ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1- 5				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	1,202,298.59	1,322,528.45	1,454,781.30	1,454,781.30	1,683,928.48
COSTO DE VENTAS	684,983.68	753,482.04	828,830.25	828,830.25	959,381.91
UTILIDAD BRUTA	517,314.92	569,046.41	625,951.05	625,951.05	724,546.57
MARGEN BRUTO	43%	43%	43%	43%	43%
GASTOS ADMINIST	27,907.41	28,627.01	29,368.19	34,875.19	35,823.81
GASTOS VENTAS	27,845.93	35,343.00	33,224.18	38,901.29	38,105.35
UTILIDAD OPERATIVA	461,561.57	505,076.39	563,358.67	552,174.57	650,617.41
MARGEN OPERATIVO	38%	38%	39%	38%	39%
INTERESES	\$78,378.38	\$58,556.33	\$32,985.88	\$0.00	\$0.00
DRAWBACK		\$52,901.14	\$58,191.25	\$58,191.25	\$67,357.14
UTILIDAD ANTES DE IR	383,183.19	499,421.21	588,564.05	610,365.83	717,974.55
IMPUESTO RENTA	103,459.46	120,560.42	137,896.93	143,565.39	169,160.53
UTILIDAD NETA	279,723.73	378,860.79	450,667.12	466,800.44	548,814.02
MARGEN DE LOS ACCIONISTAS	23%	29%	31%	32%	33%
	27%	27%	26%	26%	26%
VARIACION PORCENTUAL		35%	19%	4%	18%

Fuente: Elaboración propia

5.13. Estado de Situación Financiera Proyectado de la Empresa
Tabla 23
Situación financiera proyectado

Activo	Importe	Pasivo	Importe
Caja y bancos	S/. 383,763.58	Pasivo corriente	
Inventario	\$ 228,327.89		
Total Activo Corriente	\$ 612,091.47	Total pasivo corriente	
Equipos de comunicación	\$ 62.43	Pasivo no corriente	
Muebles	\$ 177.03	Prestamo bancario	270270.2703
Computadoras	\$ 1,175.68		
Activo no Corriente	\$ 1,415.14	Total Pasivo no Corriente	\$ 270,270.27
		Patrimonio	
		Resultado neto del periodo	\$279,723.73
		Capital social	\$ 63,512.61
Total activo	\$ 613,506.60	Total Activo más Patrimonio	\$ 613,506.61

Fuente: Elaboración propia

5.14. Análisis de Sensibilidad y Riesgo de la Empresa

La organización Export Zingiber SAC, investiga el análisis de sensibilidad y determina los riesgos que pueda afectar a la empresa, cabe recalcar que este estudio se realizó de acuerdo con el costo, es por ello por lo que la empresa determinó el precio de kion en polvo será de \$1.73.

Tabla 24
Sensibilidad económica bidimensional

		Precio						
1,167,753.67		\$1.20	\$1.50	\$2.60	\$3.01	\$3.15	\$3.30	\$3.40
Costo	\$1.73	-783,570	-440,307	702,551.16	1,135,408.65	1,288,453	1,447,424	1,553,409
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA (BIDIMENSIONAL)								
		Precio						
1,167,753.87		\$1.20	\$1.50	\$2.60	\$3.01	\$3.15	\$3.30	\$3.40
Costo	\$0.85	175,858.96	501,704.68	1,665,335.34	2,098,443.14	2,251,548.56	2,410,574.33	2,516,590.84
	\$0.90	182,759.88	446,978.43	1,610,599.35	2,043,699.76	2,196,803.16	2,355,827.07	2,461,842.45
	\$1.73	-783,569.81	-440,307.48	702,551.16	1,135,408.65	1,288,452.55	1,447,424.07	1,553,408.82
	\$2.47	-1,594,326.51	-1,278,879.95	-107,056.87	324,732.85	477,607.87	636,446.55	742,359.54
	\$2.30	-1,407,247.08	-1,092,876.97	79,269.01	511,550.16	664,486.48	823,370.99	929,307.91

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

- Se determina como principal mercado objetivo a Estados Unidos, por ser uno de los países en el que se concentran las mayores exportaciones de la partida arancelaria 0910.12.00.00, además de ello, identificamos que el nicho de mercado será el estado de California; por ser los estados que cuentan con mayor número de habitantes y por las mayores importaciones que realizan en cuanto a la partida arancelaria.
- Se estableció que el modo de transporte más apropiado es marítimo, ya que este medio es el más común y los costos del flete, son más económicos que el transporte aéreo y en casos que el producto sea requerido con mayor urgencia por el importador, estos serán enviados por el transporte aéreo, considerando que este es el medio más rápido.
- Es fundamental dejar en la mente y en el paladar de los consumidores estadounidenses la calidad de nuestro producto, para darles una percepción positiva con el objetivo de generar mayores ventas, de esta manera expandirnos.

6.2. Recomendaciones

- En base a nuestros resultados, se sugiere realizar una buena inversión, que nos permita satisfacer a nuestro público objetivo y también alcanzar otros estados dentro de Estados Unidos, para poder tener una expansión positiva desde el país de destino.
- Se sugiere aprovechar al máximo las habilidades creativas e innovadoras, para ampliar la cartera de productos, de esa manera poder competir con empresas reconocidas dentro del mercado y posicionarnos con una experiencia nueva a diferencia de la competencia, tanto para el público como para nuestro mercado objetivo.
- Se sugiere obtener las autorizaciones y licencias para llevar a cabo el proyecto y poder identificarse a nivel internacional y ser diferenciado de la competencia. Posteriormente hacer seguimiento en el tema financiero para disminuir riesgos y prevenirnos ante posibles eventos.

Referencias Bibliográficas

- Agraria. (2017) *importadores de Estados Unidos prefieren el kion peruano*. Gestión. [Importadores de Estados Unidos prefieren el kion peruano \(agraria.pe\)](http://importadores.de Estados Unidos prefieren el kion peruano (agraria.pe))
- Promperu. (2020) *by the international chamber of commerce (ICC)*. [Presentación de PowerPoint\(promperu.gob.pe\)](http://presentacion.de PowerPoint(promperu.gob.pe))
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat). "Tratamiento arancelario por subpartida nacional". En: *aduanet.gob.pe. [Sistema de información público]*. Fecha de consulta: 10/05/2023. Disponible en: [SUNAT - Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional :: \(aduanet.gob.pe\)](http://SUNAT - Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional :: (aduanet.gob.pe))
- Mitzi Rios (2021) *EXPORTACIÓN DE JENGIBRE ORGÁNICO EN POLVO EN DOYPACKS AL MERCADO DE NUEVA YORK - ESTADOS UNIDOS*
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7692/rios_mmg.pdf?sequen.ce=1&isAllowed=n
- UTEC (2022) *¿Cómo avanza el Perú en el desarrollo de tecnología?* Recuperado De <https://utec.edu.pe/blog-de-carreras/utec/como-avanza-el-peru-en-el-desarrollo-de-tecnologia>
- Gestión (2023) *Precio del dólar sigue retrocediendo y se acerca a S/ 3.70, ¿en cuánto cerró la semana?* | Gestión.pe | <https://gestion.pe/economia/mercados/precio-del-dolar-hoy-en-peru-cuanto-esta-el-dolar-tipo-de-cambio-revisa-en-cuanto-esta-el-tipo-de-cambio-este-viernes-28-de-abril-dolares-a-soles-dolar-de-hoy-compra-y-venta-bcr-ocona-compra-venta-noticia/>
- Santander Trade Markets. (2020). Santander Trade Markets. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados>
- Santander Trade Markets. (2020). Santander Trade Markets. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques>
- (S/f). Trademap.org. Recuperado el 29 de junio de 2023, de <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Veritrade. (s/f). Veritrade.com. Recuperado el 29 de junio de 2023, de <https://www.veritrade.com/>
- MINCETUR. (2020). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/norteamerica/ohou-fichamercado-estados-unidos-producto-jengibre-2020.pdf>
- Mapa de acceso al mercado. (s/f). Macmap.org. Recuperado el 29 de junio de 2023, de <https://www.macmap.org/>
- SUNAT. (s/f). Gob.pe. Recuperado el 29 de junio de 2023, de <https://www.sunat.gob.pe/>

Ortiz, A. (s/f). Qué es una Carta de Crédito. Dripcapital.com. Recuperado el 1 de julio de 2023, de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/que-es-carta-de-credito>

Market access map. (s/f). Macmap.org. Recuperado el 1 de julio de 2023, de <https://www.macmap.org/es>

Acuerdos comerciales del Perú. (s/f). Gob.Pe. Recuperado el 1 de julio de 2023, de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/EEUU/inicio.html

Salgado, F. (2011). El jengibre (Zingiber officinale). Revista internacional de acupuntura, 5(4),167–173. [https://doi.org/10.1016/s1887-8369\(11\)70041-2](https://doi.org/10.1016/s1887-8369(11)70041-2)

iContainers. (2013, noviembre 14). Incoterm CFR (Cost and Freight) - Uso y Significado. iContainers. <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/cfr/>

INFOGRAFIA SOBRE LA DFI - infogram. (s/f). Infogram.com. Recuperado el 1 de julio de 2023, de <https://infogram.com/infografia-sobre-la-dfi-1hkv2nopgprep4x3>

Koo, W. (s/f). Jengibre - Kión archivos. Agrodataberu; Wilfredo Koo. Recuperado el 1 de julio de 2023, de <https://www.agrodataberu.com/category/exportaciones/jengibre-kion-exportacion>

Economía, L. R. (2021, junio 30). Kion integrará por primera vez el top 10 de las agroexportaciones peruanas. La República.pe. <https://larepublica.pe/economia/2021/06/30/kion-integrara-por-primera-vez-el-top-10-de-las-agroexportaciones-peruanas>

El Comercio Perú, N. (2022, enero 31). Exportación de kion peruano cae 13,4% a noviembre 2021. El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/economia/exportacion-de-kion-peruano-cae-134-a-noviembre-2021-jengibre-estados-unidos-china-paises-bajos-nndc-noticia/>

Perú duplicó exportaciones de kión en 2020 al alcanzar los US\$ 106 millones. (s/f). Andina.pe. Recuperado el 1 de julio de 2023, de <https://andina.pe/ingles/noticia-peru-duplico-exportaciones-kion-2020-al-alcanzar-los-106-millones-837079.aspx>

Exportemos.pe. (s/f). Exportemos.pe. Recuperado el 1 de julio de 2023, de <https://exportemos.pe/>

Importadores de Estados Unidos prefieren el kion peruano. (s/f). Agraria.pe Agencia Agraria de Noticias. Recuperado el 1 de julio de 2023, de <https://agraria.pe/noticias/importadores-de-estados-unidos-prefieren-el-kion-13878>