

Exportación de Tuna desde Ayacucho: Un Análisis del Mercado Internacional

Edison Achalma, Semnia Chocce, July Durand, Brenda Gamboa, y Alejandrina Galindo

Economía, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga

Economía internacional II

Econ. William Dante Canales Molina

07/13/2021

Nota del Autor

Edison Achalma  <https://orcid.org/0000-0001-6996-3364>

Los autores no tienen conflictos de intereses que revelar. Los roles de autor se clasificaron utilizando la taxonomía de roles de colaborador (CRediT; <https://credit.niso.org/>) de la siguiente manera: Edison Achalma: writing, conceptualization; Semnia Chocce: formal analysis, visualization, editing; July Durand: editing, funding acquisition; Brenda Gamboa: editing, funding acquisition; Alejandrina Galindo: editing, funding acquisition

La correspondencia relativa a este artículo debe dirigirse a Edison Achalma, Economía, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Portla Independencia N 57, Ayacucho, PE, Email: elmer.achalma.09@unsch.edu.pe

Resumen

This study explores the strategic and ethical considerations of exporting prickly pear (tuna) from Ayacucho, Peru, to international markets, with a focus on Beijing, China. It examines the operational framework of Ecotuna S.C.R.L., a Peruvian company established in 2020, aiming to penetrate global markets within a year. The analysis includes market demand in China, logistical processes, and economic viability, highlighting the fruit's nutritional value and its alignment with shifting consumer preferences toward healthier diets. Ethical implications, such as sustainable production and fair trade, are addressed in the context of contemporary societal needs. Drawing on trade data and consumer trends, the research underscores the potential for Ayacucho's tuna to compete with leading exporters like Mexico while fostering local development. The study concludes by outlining key challenges and opportunities for sustainable export growth.

Palabras Claves: prickly pear export, international trade, Ayacucho Peru, China market, sustainable agriculture

Exportación de Tuna desde Ayacucho: Un Análisis del Mercado Internacional

Tabla de contenidos

| | |
|---|-----------|
| Introduction | 5 |
| 1 Capítulo 1. Antecedentes de la Empresa | 5 |
| 1.1 Historia de la Empresa | 5 |
| 1.2 Descripción de Producto | 5 |
| 2 Capítulo 2. Plan Estratégico y Plan Organizacional | 6 |
| 2.1 Gestión Administrativa | 6 |
| 2.2 Gestión de los Mercados Internacionales y Logística Exportadora | 7 |
| 2.2.1 Proceso Logístico País Exportador | 7 |
| 2.2.2 Logística del Trayecto de Origen | 7 |
| 2.2.3 Gestión Económica y Financiera | 9 |
| 2.3 Plan Estratégico | 9 |
| 2.3.1 Misión | 9 |
| 2.3.2 Visión | 10 |
| 2.4 Plan de Marketing | 10 |
| 3 Capítulo 3. Estudio de Mercado Internacional y Plan de Marketing | 10 |
| 3.1 Análisis de la Oferta | 10 |
| 3.2 Mercado Objetivo | 11 |
| 3.3 Ficha País | 11 |
| 3.4 Exigencias del Producto | 11 |
| 3.4.1 Requisitos de Importación | 11 |
| 3.4.2 Barreras Arancelarias | 12 |
| 3.4.3 Barreras No Arancelarias | 12 |
| 3.5 Canales de Distribución | 14 |
| 3.6 Medio de Transporte | 15 |
| 3.7 Análisis de la Demanda | 15 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 3.7.1 | Tendencia General del Consumidor | 15 |
| 3.8 | Características Generales del Mercado | 16 |
| 3.9 | Análisis del Comportamiento del Consumidor | 18 |
| 4 | Capítulo 4. Plan de Operación | 19 |
| 4.1 | Ficha de Insumo Producto | 19 |
| 4.1.1 | Insumos | 19 |
| 4.1.2 | Personal | 19 |
| 4.1.3 | Costos de Producción | 19 |
| 4.2 | Cadena de Producción | 19 |
| 5 | Capítulo 5. Gestión Exportadora | 20 |
| 5.1 | Análisis de Costos y Precios de Exportación | 20 |
| 5.2 | Modalidades de Pago | 20 |
| 5.2.1 | Forma de Pago | 20 |
| 5.2.2 | Entrega de Mercancía | 20 |
| 5.2.3 | Cobro | 20 |
| 5.3 | Riesgos | 20 |
| 5.4 | Información Adicional | 21 |
| 5.4.1 | Datos de Importadores | 21 |
| 5.5 | Ferias | 21 |
| 5.5.1 | Fruit & Tech | 21 |
| 5.5.2 | Frutal | 21 |
| 5.5.3 | Expo Fruit | 21 |
| 6 | Capítulo 6. Análisis Comparativo de Precios de Brasil | 21 |
| 6.1 | Análisis Comparativo de Precios de Brasil | 21 |
| 7 | Publicaciones Similares | 22 |

Exportación de Tuna desde Ayacucho

1 Capítulo 1. Antecedentes de la Empresa

1.1 Historia de la Empresa

LA EMPRESA ECOTUNA S.C.R.L. es una empresa peruana dedicada a la exportación de tuna de la más alta calidad, saludable y buen sabor. Fue creada y fundada el 23 de enero del 2020, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una sociedad comercial de responsabilidad limitada.

Con miras a su expansión internacional, Ecotuna proyecta realizar sus primeras exportaciones en un plazo máximo de un año. Así, la empresa busca desarrollarse y crecer, tanto en el mercado nacional como internacional y generar valor a través de la innovación en el desarrollo. Mejorar los productos que ofrece, con una rápida capacidad de respuesta, flexibilidad a los requerimientos y necesidades de los clientes, para la mejora continua de los procesos.

Nuestro equipo está comprometido con la calidad del producto, proceso de mejora continua y en la construcción de lazos comerciales a largo plazo con nuestros clientes y stakeholders.

1.2 Descripción de Producto

La tuna, cuyo nombre científico es *Opuntia ficus-indica*, es una planta de la familia de las cactáceas la cual crece en los valles secos interandinos de Ayacucho.

Especialmente adaptada a la escasez de agua y cuya exportación no compite con las tierras agrícolas. Esta planta produce frutos comestibles que, con el tiempo, ha llegado a tener gran aceptación en el mercado. La partida arancelaria es 0810909000.

NOMBRE: Tuna, nopal, chumbera, penca

DESCRIPCIÓN: Tuna

PRESENTACIÓN: Principalmente como fresco, también puede industrializarse con la perspectiva de procesar agroindustrialmente a la elaboración de jugos y pulpas, fruta deshidratada, aceites y gomas, mermeladas y néctares.

ESPECIES Y VARIEDADES: En nuestro país, se conocen las siguientes variedades: tuna rosada.

Figura 1

Imagen Ilustrativa de la Tuna



ZONAS DE PRODUCCIÓN: La tuna en nuestro país es producida principalmente en los departamentos de Ayacucho, Huancavelica, Lima y Cusco.

ORIGEN: La tuna es originaria de los Andes del Perú, Bolivia y de las planicies de México.

USOS Y APLICACIONES: Proviene de una planta con 1.5 - 2.5 m. de altura, flores color amarillo claro, pencas de 20 - 25 cm de diámetro. Es una planta susceptible a plagas y enfermedades.

2 Capítulo 2. Plan Estratégico y Plan Organizacional

2.1 Gestión Administrativa

El objetivo de la administración es aumentar la productividad como medio para incrementar las posibilidades de competir con éxito en el mercado de Estados Unidos. La gerencia se encargará de manejar los aspectos no solo operacionales, sino también estratégicos, así como de definir el rumbo y las estrategias de la organización.

En el Organigrama de la empresa ECOTUNA, se deben destacar las siguientes instancias:

- Asamblea General de delegados.

- Consejo Directivo.
- Gerencia.
- Comités Consultivos.

2.2 Gestión de los Mercados Internacionales y Logística Exportadora

2.2.1 Proceso Logístico País Exportador

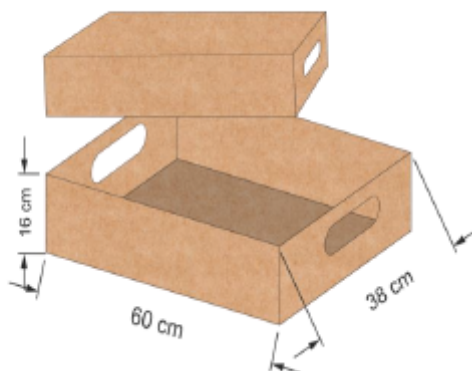
Se desarrollará la compra de tunas al por mayor de regiones estratégicas que producen la tuna con lo cual tendremos la capacidad necesaria para abastecer el mercado internacional.

Protocolo del Producto.. Después se realiza la cadena de embalaje del producto Tuna, el cual va a hacer embalado en cajas para frutas con ranura de ventilación y circulación a frío.

Protocolo de Embalaje.. El embalado de tuna será en cajas para frutas, que llevara una ranura de ventilación y circulación a frío.

Figura 2

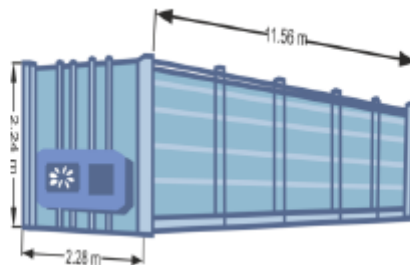
Protocolo de Embalaje



Protocolo de Embarque.. La mercancía será cargada en el almacén de nuestra empresa ECOTUNA en el departamento de Ayacucho, que luego será llevado en camiones con destino al aeropuerto internacional del Perú donde será la carga de la mercancía de 1500 cajas a un contenedor.

2.2.2 Logística del Trayecto de Origen

Para la exportación de Tuna, el vendedor debe entregarle al agente de aduanas la siguiente información previamente diligenciada:

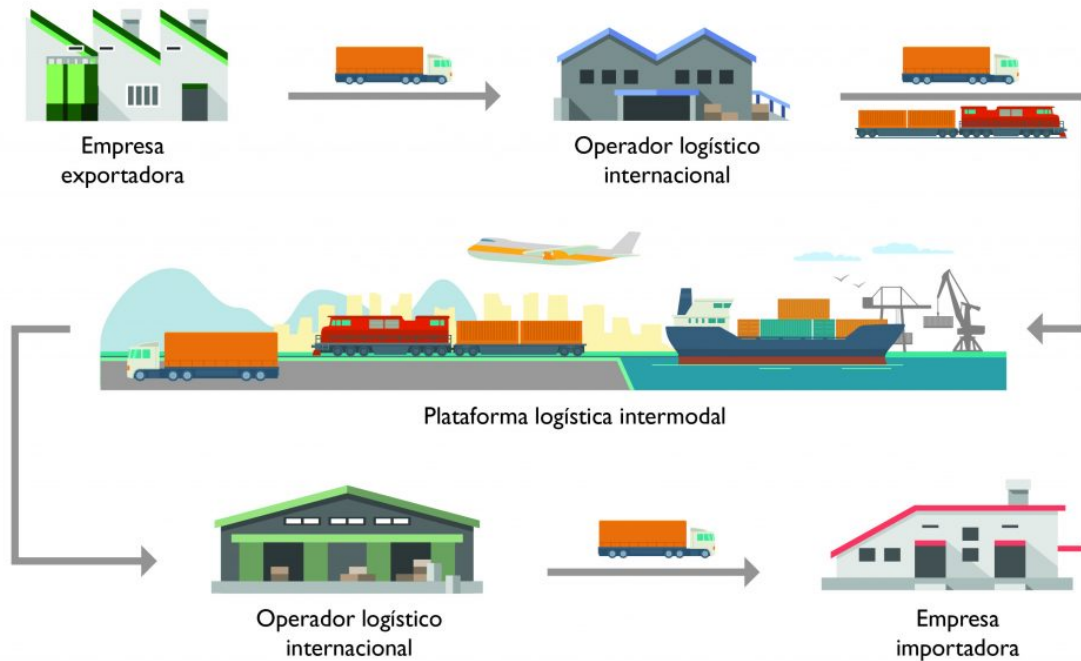
Figura 3*Protocolo de Embarque - Vista 1***Figura 4***Protocolo de Embarque - Vista 2*

- Factura de venta
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Mandato aduanero

Trayecto Internacional..

1. Obtención de la fecha del zarpe del avión desde el aeropuerto internacional y certificación de la fecha del ETA (Estimated Time of Arrival) del avión a Beijing.
2. Reclamación de los documentos originales en la línea aérea.
3. Contratación de flete aéreo internacional.
4. La contratación de seguro internacional será pagada por el importador de acuerdo con nuestro INCOTERM.

Trayecto Destino.. El destino es Beijing.

Figura 5*Trayecto Destino*

2.2.3 Gestión Económica y Financiera

Como base para cualquier negocio, es necesario disponer de una fuente de capital que ayude en el inicio y posterior comienzo de la actividad. Se podrá exportar con la ayuda de las siguientes fuentes:

- Fuentes ajenas: Préstamos financieros, del banco Interbank.
- Fuentes propias: Aportación de los socios.
- Ayudas públicas: Financiación por parte de los organismos públicos.

2.3 Plan Estratégico

2.3.1 Misión

Exportación de Tuna a los mercados internacionales como China y la comunidad europea, superando las expectativas de nuestros clientes internacionales, en cuanto a sabor, frescura e inocuidad alimentaria.

2.3.2 Visión

Para el año 2023, ser reconocidos internacionalmente, como una empresa exportadora de tuna de la mejor calidad; ampliando la cartera de productos rentables y diversificados, propietarios de terrenos debidamente manejados e ingresando a los mercados más exigentes del mundo, caracterizándonos por la alta calidad y frescura de nuestros productos, generando valor y bienestar a nuestros colaboradores, a nuestros proveedores y a nuestros clientes.

2.4 Plan de Marketing

3 Capítulo 3. Estudio de Mercado Internacional y Plan de Marketing

3.1 Análisis de la Oferta

Tabla 1

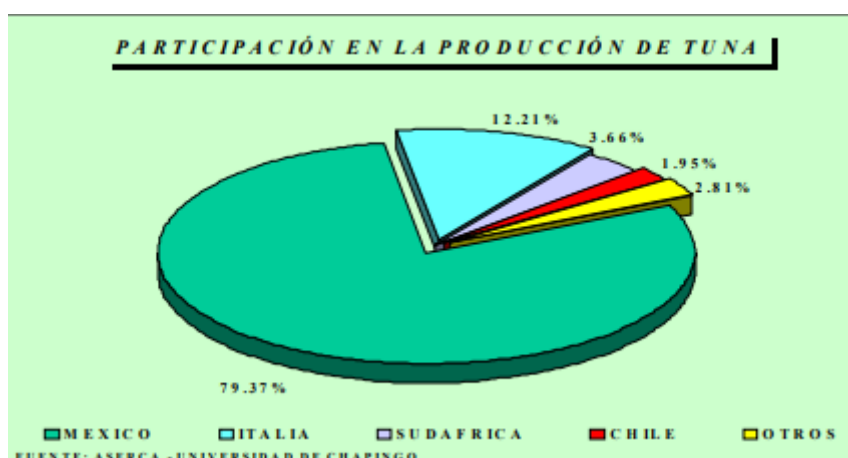
Principales Países Exportadores

| Nº | País | %Var 18-17 | %Part 18 | Total Exp. 2018 (millon US\$) |
|----|--------|------------|----------|-------------------------------|
| 1 | México | 106% | 79% | 200.22 |
| 2 | Italia | 29% | 12% | 272.47 |

Nota. COMTRADE

Figura 6

Participación en la Producción de Tuna



México al ser el país de origen de este fruto cuenta con la ventaja de tener un

depositario nacional con más de 400 variedades de tuna. De un total de 40,000 toneladas de tuna que se exportan aproximadamente, Puebla aporta 8,000. Por tanto, se considera como una competencia para nuestra empresa.

Tabla 2

Principales Empresas Exportadoras

| Empresa | %Var 20-19 | %Part. 20 |
|--------------------------------------|------------|-----------|
| Empresa Mexbest Mexico | 20% | 17% |
| Empresa TunaMex | | |
| Pomica Perú sociedad anónima cerrada | 7% | 7% |

3.2 Mercado Objetivo

Nuestro mercado de destino será China específicamente su capital Beijing, este país es uno de los principales importadores de tuna (partida frutas frescas), pues importa el 41% de tuna a nivel mundial, dicha ciudad cuenta con un estimado de 18,827,069 de habitantes al 2020 de acuerdo con los datos de la CEPAL con un aumento de 0.47% promedio anual.

3.3 Ficha País

3.4 Exigencias del Producto

3.4.1 Requisitos de Importación

Para las exportaciones realizadas desde/a China se deben presentar los siguientes documentos:

- Declaración de aduanas, contrato original (con sello), factura comercial original (con sello), lista de empaque original (con sello), certificado de salida y certificación de cuarentena, documentos de transporte, documentos de seguro, documentos legales.
- Código de Registro de Aduanas (Código CR): Para todos los envíos (excepto documento y efectos personales) deben estar identificados con dicho código.
- Código Armonizado (Código HS): El código HS ayuda a clasificar las mercancías y acelerar el despacho de aduanas.

Todas las empresas de los países autorizados para exportar a China deben registrarse ante AQSIQ. Los documentos de recomendación incluyen:

- Información de la compañía: Nombre/dirección/nº aprobación
- Información del producto: Nombre/materias primas/aplicación
- Certificado de libre venta emitido por el organismo nacional del país de origen

Los productos que arriben a China podrán ser destruidos o devueltos si se encuentra cualquiera de las siguientes condiciones:

- El país de origen se encuentra prohibido de exportar a China
- Los proveedores (exportadores) no cuentan con aún con la licencia china
- El producto del proveedor (exportador) no se encuentra registrado
- La mercancía no corresponde con el documento/licencia china
- Etiquetado inapropiado del empaque de forma que no puede ser corregido
- La fecha expiración ha vencido y la calidad ha sido afectada
- La mercancía ha sido contaminada con excremento animal, organismos patógenos

3.4.2 Barreras Arancelarias

3.4.3 Barreras No Arancelarias

Regulaciones Sanitarias y Fitosanitarias.. Los requisitos fitosanitarios para la república popular China en cuanto a los cítricos son:

- Certificación sanitaria de lugar de producción
- Certificación de plantas de empaque
- Certificación del inicio del tratamiento cuarentenario en frío
- Etiquetado de envases. La caja debe ser limpia y sin uso, marcada obligatoriamente en inglés.

Inspección.. El Departamento de Inspección y Cuarentena llevará a cabo las inspecciones de acuerdo con las disposiciones siguientes:

- Verificación de Documentos

- Verificación de Etiqueta
- Comprobación Sensorial

Plaguicidas.. La norma estipula 322 límites máximos de residuos de pesticidas.

Micotoxinas.. La norma GB2761-2011 “Niveles máximos de micotoxinas en alimentos” estipula los niveles máximos de Aflatoxina B1, Aflatoxina M1, Deoxynivalenol, Patulina, Ochratoxina A y zearalenona en alimentos.

Figura 7

Clases (Nombres) de los Alimentos

| Clases (nombres) de los Alimentos | Límite Máximo (Pb) Mg/kg |
|--|-----------------------------|
| Frutas y sus productos | |
| Frutas frescas (excepto bayas y frutas en granos pequeños) | 0,1 |
| Bayas y otras frutas en granos pequeños | 0,2 |
| Productos de frutas | 1,0 |

Niveles Máximos de Contaminantes..

Químicos.. Esta norma establece los límites máximos en alimentos de plomo, cadmio, mercurio, arsénico, estaño, níquel, cromo, nitrito, nitrato, benzo (a) pireno, N-dimetilnitrosamina, Policlorobifenilos y 3-cloro-1, 2-propanodiol.

Normas de Etiquetado.. El etiquetado de alimentos preenvasados (todo alimento envuelto, empaquetado o embalado previamente, listo para ofrecerlo al consumidor) se rige en China por la norma GB 7718-2011 “Norma General para Etiquetado de Alimentos Preenvasados”.

- Deberá ser de conformidad con los requisitos de las leyes estatales y reglamentos, así como con las normas de seguridad alimentaria.
- Tendrá que ser claro, llamativo y duradero. Debe ser fácilmente legible e identificable por los consumidores al comprarlo.
- Deberá ser verdadero, exacto, y no deberá presentar alimentos de manera falsa, exagerada, confundir a los consumidores ni con palabras o imágenes engañosas.

- No deberá describirse ni presentarse con palabras, imágenes o símbolos que se refieran o se sugieran, directa o indirectamente, a cualquier otro producto.
- Deberá utilizar los caracteres chinos estándares (salvo en la marca). Todas las lenguas extranjeras no pueden ser mayores que los caracteres chinos correspondientes (salvo la marca).

Normas de Envases y Embalajes.. En China, los envases y embalajes están regulados por la ley de Seguridad Alimentaria publicada en el 2009. Los artículos N° 32 y N° 62 prohíben la importación, uso o compra de aditivos, materiales de envases que no cumplan con los estándares chinos de seguridad alimentaria.

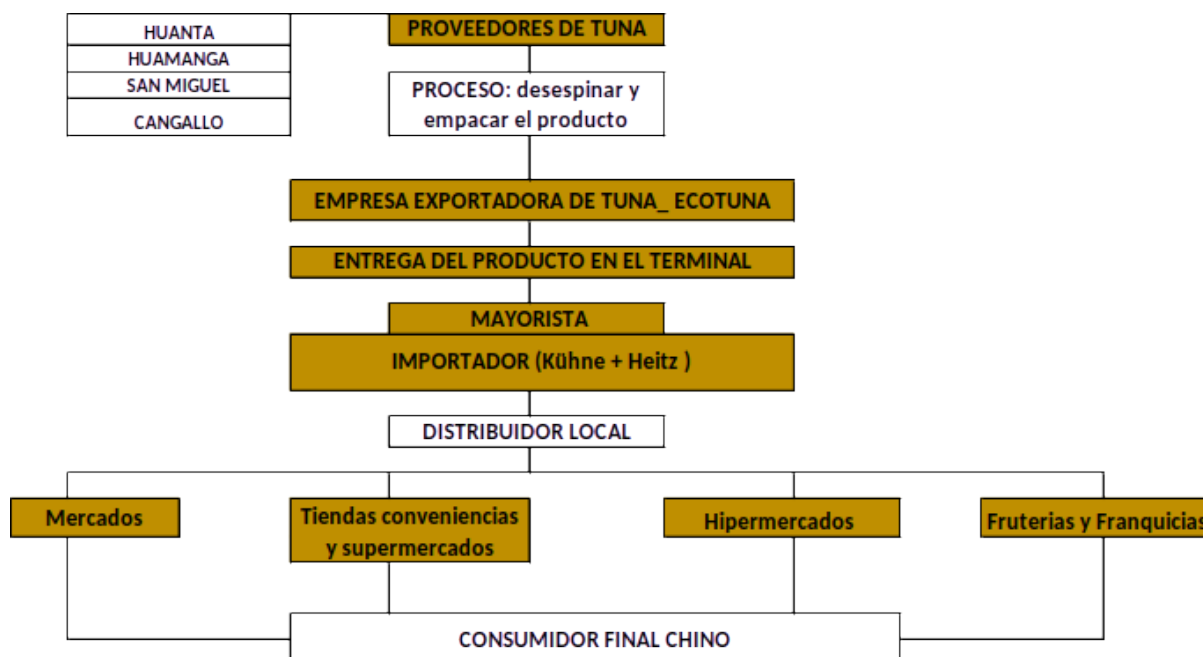
Normas Ambientales.. Dentro de las Normas que actualmente están funcionando en China en el ámbito ambiental (clima y biodiversidad) para frutas y verduras frescas y fabricación de productos alimentarios (procesados) está:

IFOAM Basic Standard / GB 2760-2011

3.5 Canales de Distribución

Figura 8

Canales de Distribución



El canal de distribución de la empresa exportadora ECOTUNA será por medio del canal mayorista. El producto ira del exportador a manos del mayorista o distribuidor general,

luego pasará por un minorista o distribuidor local para llegar al consumidor final, de la siguiente forma:

Exportador → Mayorista → Minoristas → Usuario

3.6 Medio de Transporte

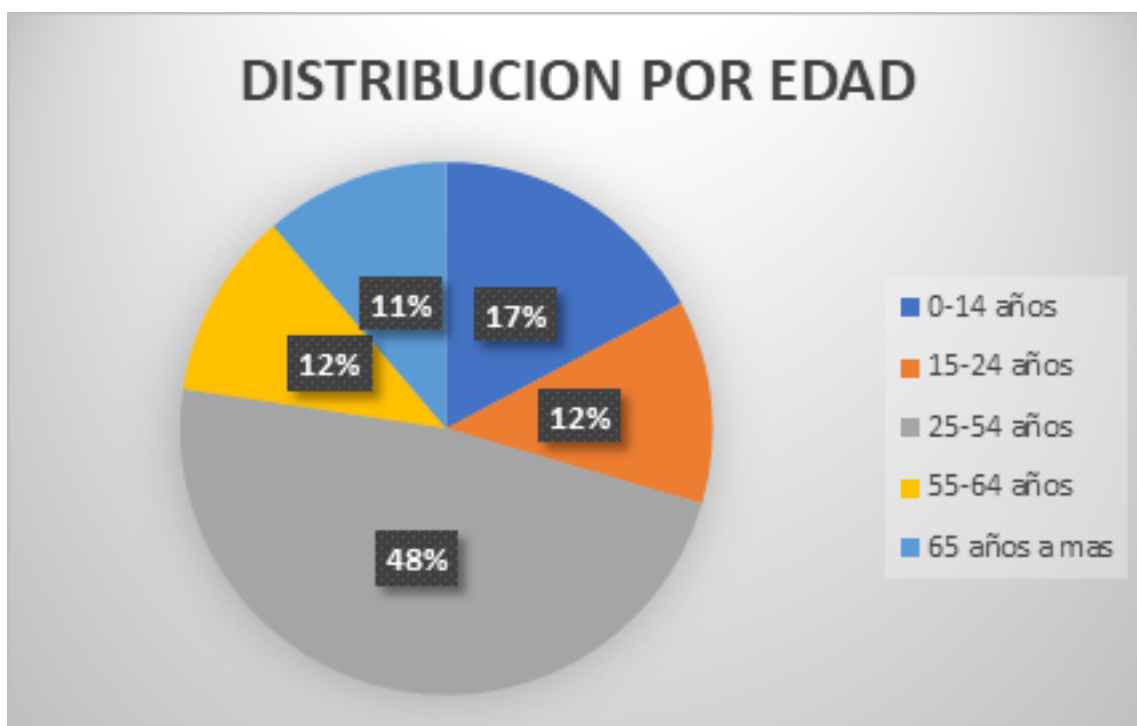
El medio de transporte para la exportación de Tuna blanca y naranja se realiza a través del Transporte aéreo, se llevará el producto vía aérea porque es un transporte rápido, ideal para productos perecibles y con alto grado de fragilidad como la tuna.

3.7 Análisis de la Demanda

3.7.1 Tendencia General del Consumidor

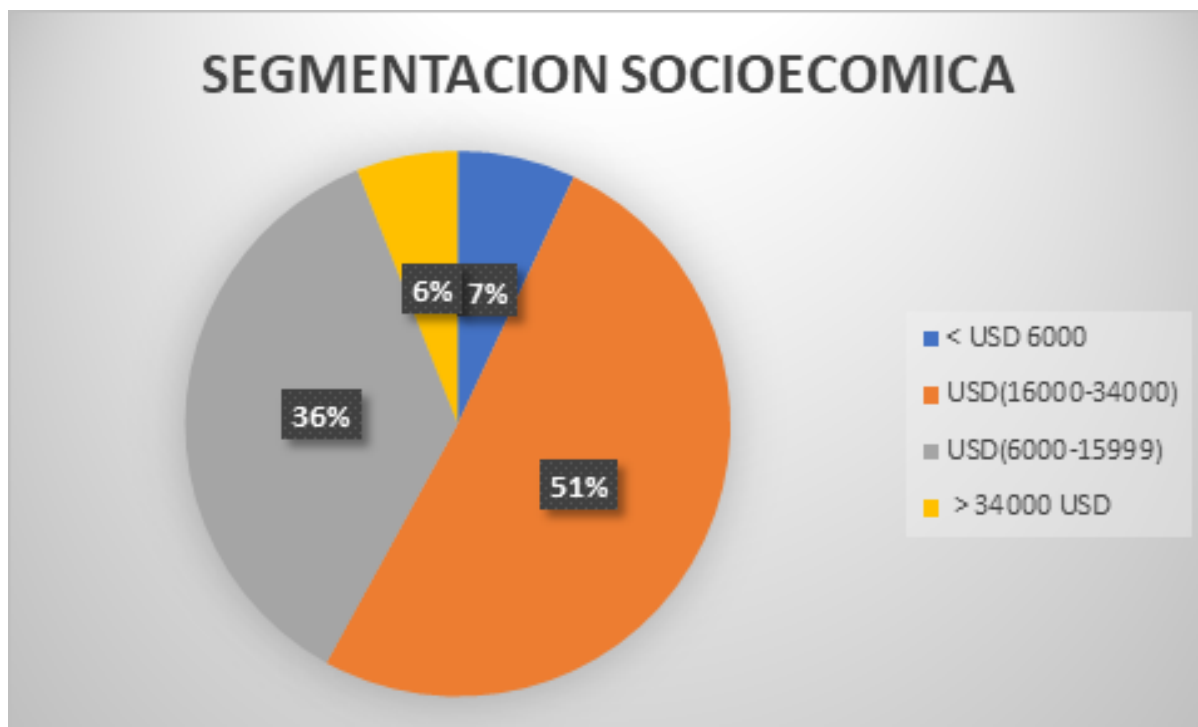
Figura 9

Segmentación Demográfica



Si bien es cierto que nuestro producto puede ser consumido por todos los rangos de edades, nuestra población objetivo será la de 25-54 años ya que conforman el mayor porcentaje de la población y a su vez consideramos que dentro de estos rangos de edades se encuentran las personas con más independencia económica o con familias para adquirir nuestro producto.

Nuestro producto irá dirigido a personas con ingresos de entre 16,000-34,000 USD

Figura 10*Segmentación Socioeconómica*

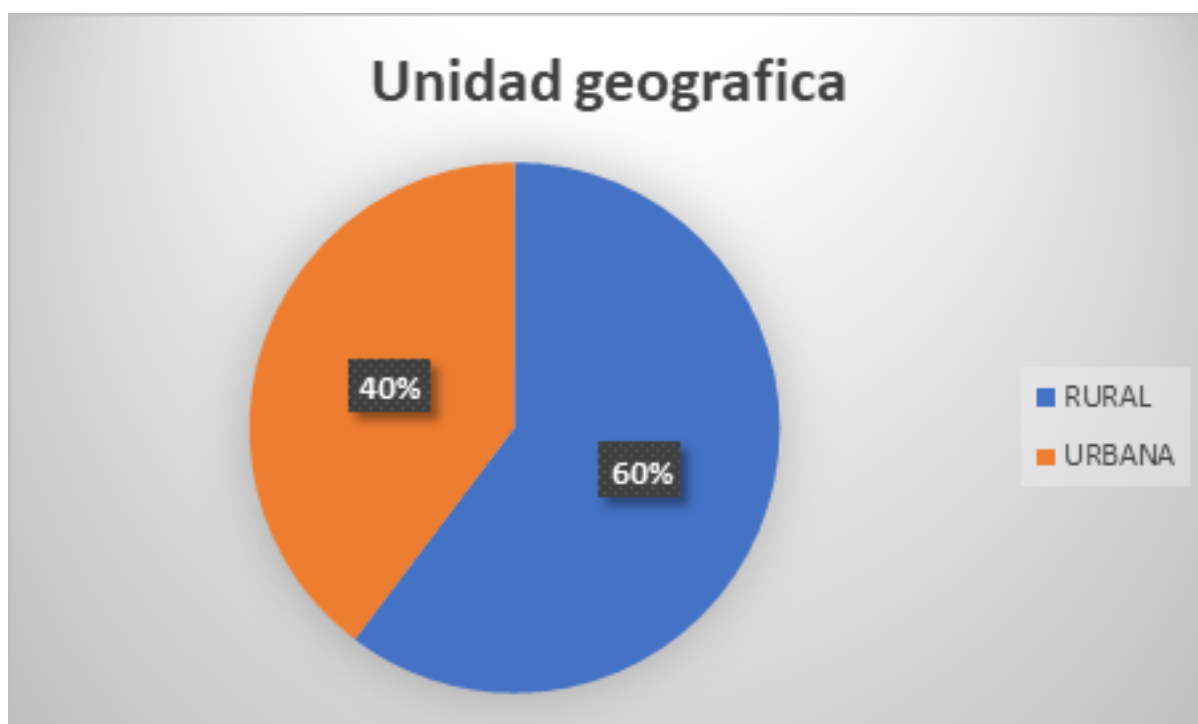
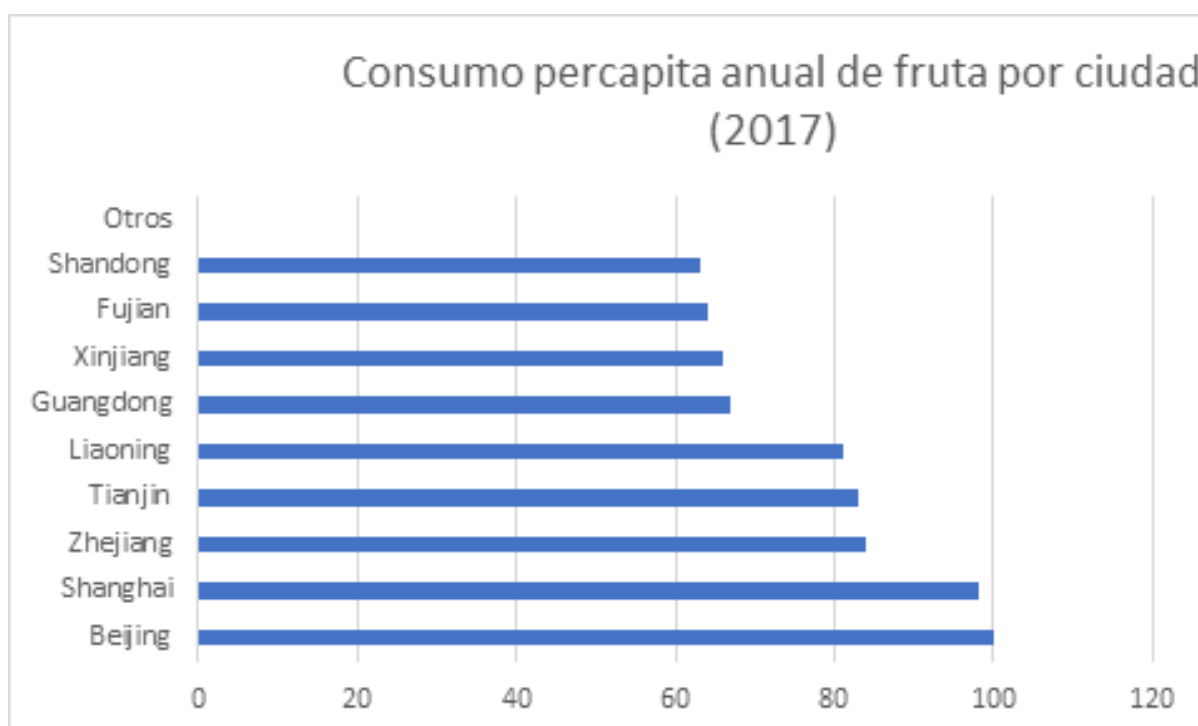
pues conforman el mayor porcentaje de la población.

Nuestro mercado objetivo será la población urbana centrada en la ciudad de Beijing ya que tiene el consumo per cápita anual más grande de fruta en China.

3.8 Características Generales del Mercado

FACTOR DEMOGRÁFICO: China cuenta con una población de 1,400,050,000 de habitantes, siendo el país más poblado del mundo, tiene una densidad de población media, de 146 habitantes por Km². La conformación de la población no es diversa, tan solo un 0.07% de la población de China son inmigrantes, según los últimos datos de inmigración publicados por la ONU.

FACTOR ECONÓMICO: China es la segunda economía del mundo por volumen de PIB (15,255,791.88 mill USD). Además es el segundo país con mayor volumen de importaciones del ranking mundial, los compradores chinos están interesados en importar fruta de todo el mundo fundamentalmente del hemisferio sur, las que distribuye en el mercado mayorista, en tiendas de frutas como Gogo Fruits comercializada través de una plataforma de e-commerce, así también como la italiana RK Growers que busca posicionarse en China con

Figura 11*Segmentación Geográfica***Figura 12***Consumo Per Cápita Anual de Fruta por Ciudad (2017)*

un amplio catálogo de productos, producidos en Italia, pero también en países del hemisferio sur.

FACTOR ESTILO DE VIDA: Este es un factor clave pues a medida que mejoran las condiciones de vida en China, el número de pacientes de alta presión arterial, alto nivel de glucemia y alta grasa sanguínea se incrementa cada día más, por lo que se espera que los ciudadanos cambien y reajusten sus hábitos alimenticios, así como aumenten la variedad de frutas que consumen. La Tuna podría satisfacer esta demanda ya que esta posee un alto valor nutricional, es considerado un alimento funcional ya que su consumo proporciona beneficios que fortalecen la salud, es alto en fibra, poder antioxidante y rica en vitamina C por lo que su consumo evita el envejecimiento de los tejidos, ayuda a la prevención de la obesidad diabetes y al control del colesterol.

FACTOR TECNOLÓGICO: Debido a que el día a día de la población China transcurre de una forma muy rápida, éstos buscan opciones que se acoplen a su velocidad, no dejando de lado la calidad de lo que desean adquirir. Por tal razón, las ventas por internet y aplicaciones móviles se han incrementado ya que esta forma de compra les garantiza el consumo instantáneo.

3.9 Análisis del Comportamiento del Consumidor

Los consumidores chinos están cada vez más concienciados hacia hábitos de vida más saludables, por el aumento de enfermedades vinculadas a los estilos de vida, actualmente se observa una preocupación entre la población por incluir en sus dietas alimentos más saludables, entre los que destacan los productos vegetales frescos y, en especial, las frutas. La Tuna podría satisfacer esta demanda ya que la tuna posee un alto valor en fibra, poder antioxidante y es rica en vitamina C por lo que su consumo evita el envejecimiento de los tejidos, ayuda a la prevención de la obesidad diabetes y al control del colesterol. Por otro lado, es preciso indicar que el consumidor Chino está dispuesto a probar productos novedosos y de sabores regionales, ya que éstos les otorgan una mayor variedad al momento de elegir un alimento pero sin embargo es necesario que cuando una fruta es desconocida para el grueso de la población, hay que facilitarle la tarea de comerla. Y si viene bien presentada, mucho mejor. Por otro lado de acuerdo a Bain & Company, cerca del 70% de los compradores online escribe

reviews sobre los productos que ha comprado, mientras que el 90% de los compradores lee reviews antes de realizar una compra. El consumidor chino es cada día más exigente y cada vez pide más calidad, tiene predilección por frutas lustrosas, con colores vivos y uniformes.

Además, existe una demanda de fruta fresca fuertemente relacionado con el mercado del regalo, ya que las frutas se usan como obsequio en las principales fiestas del país, en bodas y celebraciones, para pacientes en hospitales y en ocasiones especiales. Por este motivo, la mejor época para la venta de fruta importada es la celebración del Año Nuevo Chino, entre los meses de enero y febrero; y el Festival de Otoño entre septiembre y octubre. Durante estas fiestas se comercializa un gran volumen de fruta importada.

4 Capítulo 4. Plan de Operación

4.1 Ficha de Insumo Producto

4.1.1 Insumos

Materia prima: Tuna que es alto en fibra, tiene antioxidante y rica en vitamina C por lo que su consumo evita el envejecimiento de los tejidos, ayuda a la prevención de la obesidad diabetes y control del colesterol.

4.1.2 Personal

Mano de obra indirecta

- 1 gerente
- 1 secretaria, recepcionista

Mano de obra directa

- 5 encargados del área de empaque

En conclusión, para el normal funcionamiento de la empresa se requerirán 7 personas en su totalidad, para administración, operación, seguridad y limpieza.

4.1.3 Costos de Producción

4.2 Cadena de Producción

Flujo del proceso productivo de la tuna:

1. Recepción de la tuna cosechada
2. Limpieza y cepillado
3. Inspección y selección
4. Clasificación
5. Colocación del papel enserado
6. Colocación en cubetas
7. Colocación cajas
8. Carga al camión
9. Entrega en el aeropuerto

5 Capítulo 5. Gestión Exportadora

5.1 Análisis de Costos y Precios de Exportación

5.2 Modalidades de Pago

5.2.1 *Forma de Pago*

La empresa ECOTUNA tendrá la modalidad de pago por adelantado del 50% y como institución intermediaria será INTERBANK, en vista de que esta forma de pago es la más segura teniendo en cuenta aspectos de riesgo.

5.2.2 *Entrega de Mercancía*

Según el ministerio de desarrollo agrario y riego con el incoterm FCA, Free Carrier (Libre Transportista) el exportador entrega la mercancía en el lugar acordado por ello la empresa se compromete a cumplir sus obligaciones como exportador.

5.2.3 *Cobro*

La modalidad de cobro de la empresa ECOTUNA que corresponde al 50% se realizara de forma efectiva después de la transferencia de la mercancía a nuestro cliente y en el mismo lugar.

5.3 Riesgos

El Seguro de Crédito a la Exportación es un mecanismo de coberturas que protege a los exportadores contra los Riesgos Ordinarios y Extraordinarios del Comercio Internacional permitiendo a los mismos resarcirse de los daños ocasionados por determinados

acontecimientos que pudieren impedir el cobro o recuperación de los créditos acordados a sus compradores en el exterior. En este sentido la empresa Ecotuna S.C.R.L contrata a COFACE for trade una compañía Aseguradora para obtener un seguro de crédito a la exportación, el cual cubrirá los riesgos de rescisión o resolución del contrato y el riesgo de impago.

5.4 Información Adicional

5.4.1 Datos de Importadores

5.5 Ferias

5.5.1 Fruit & Tech

Fruit & Tech brinda al mercado productor de frutas, verduras y derivados, tecnología y logística todas las condiciones para la generación de negocios, ampliación de contactos comerciales, apertura al mercado externo y aumento de ventas.

Con amplia presencia de compradores internacionales, el evento destaca las rondas de negocios, seminarios, lanzamiento de productos, difusión de técnicas y nuevas tecnologías, entre otras atracciones.

5.5.2 Frutal

Frutal se celebra anualmente en diciembre y atrae a visitantes de todo Brasil y de otros países, que asisten al evento para conocer las últimas novedades del sector de las frutas, las flores y la agroindustria. El evento reúne productores, importadores y proveedores de servicios para el sector, además de técnicos, entidades públicas, maquinaria y demás profesionales de la cadena de suministro.

5.5.3 Expo Fruit

El Exprofruit es una de las ferias más importantes en el sector de las frutas que está sucediendo en Brasil. Pretende reunir a los productores de frutas de regadío y de otros eslabones de la cadena, como importadores, exportadores, distribuidores, proveedores, y las delegaciones de países como Francia, Italia, Alemania, España, Países Bajos, República Checa, Bélgica, Noruega, EE.UU., Rusia, entre otros para realizar negocios.

6 Capítulo 6. Análisis Comparativo de Precios de Brasil

6.1 Análisis Comparativo de Precios de Brasil

Si sería rentable pues nuestro precio promedio es 10.43 dólares el cual es menor al precio del mercado internacional de 11.72 dólares, por lo que somos competitivos en el exterior con un margen de ganancia de 100%.

7 Publicaciones Similares

Si te interesó este artículo, te recomendamos que explores otros blogs y recursos relacionados que pueden ampliar tus conocimientos. Aquí te dejo algunas sugerencias:

1.  [Plan De Negocio Exportacion De Trucha Arcoires](#)
2.  [Plan De Negocio Exportacion De Tuna](#)
3.  [Cadena De Suministros](#)

Esperamos que encuentres estas publicaciones igualmente interesantes y útiles.
¡Disfruta de la lectura!

Tabla 3*Información General del País Objetivo*

| País Objetivo | CHINA |
|-------------------|---|
| Área | 9,562,910 Km ² |
| Capital | Beijing - Pekín |
| Población | 1,400,050,000 |
| Idioma Oficial | Mandarín |
| Ubicación | Asia |
| Geográfica | |
| Moneda | Yuanes chinos |
| Tipo de Cambio | 0.15 USD - 0.61 PEN |
| PIB | 12,901,904 M.€ - 15,255,791.88 Mill USD |
| PIB per Cápita | 9,215€ - 10.89 USD |
| Tasa de | 18.3% |
| Crecimiento Anual | |
| Clima | En China, los veranos son largos, tórridos, opresivos y ventosos; los inviernos son cortos, frescos y secos y está parcialmente nublado durante todo el año. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 10 °C a 37 °C y rara vez baja a menos de 4 °C o sube a más de 39 °C. |
| Pesos y Medidas | Jin |
| Días Festivos | 01 de enero, El día de año nuevo 12-17 de febrero, Año nuevo chino 3-5 de abril, Festival Qing Ming 14 al 16 de junio, Festival del barco del dragón El 21 de septiembre, Festival de mediados de otoño De 1-7 de octubre, Día nacional de la semana dorada |

Tabla 4*Estructura de Costos de Producción*

| Costo Variable | Soles |
|-----------------------------|---------------|
| Materia prima e insumos | 12,672 |
| Mano de obra | 100 |
| Total costo variable | 12,772 |
| Costo total | 12,772.00 |
| Unidades | 1,500 |
| Costo variable unitario | 8.51 |
| Costo total unitario | 8.515 |
| Margen de ganancia 80% | 6.8117 |
| Precio | 15.33 |
| Precio exportador | 22,989.6 |

Tabla 5*Plan para la Internacionalización del Nopal*

| Detalles | I | Producto: nombre técnico | |
|---------------------------------|------|--|------------------------------|
| | | o comercial | TUNA O NOPAL |
| Información básica del producto | II | Posición arancelaria del país exportador | 810909000 |
| | | Posición arancelaria del país importador | 81340 |
| | III | Unidad comercial de venta | KILO |
| | IV | Valor por unidad comercial | \$0.63 |
| | V | Empaque | CAJAS |
| Información básica del embarque | | Dimensiones de cajas | 0.60×0.38×0.16 |
| | VI | Origen/país punto de carga | Ayacucho/Callao |
| | VII | Destino /país punto de desembarque | Beijing/China |
| | VIII | Peso total | 55,000 |
| | IX | Unidad de carga | CAJAS |
| | X | Unitarización | UNITARIZADO 1 CONT.X40”RF |
| | XI | Cantidad total de cajas | 2,500 |
| Otra información de importancia | XII | Unidades comerciales | 52,500 |
| | XIII | Valor total mercancía | \$33,011.36 |
| | XIV | Forma de pago y tiempo | Anticipado giro directo |
| | XV | Tipo de cambio actualizado | 3.96 |

Tabla 6*Cotización FCA*

| | FCA |
|--|-----------|
| Total exportador | 167,704 |
| Total importador | 1,401,434 |
| Costo unitario exportador | 67.082 |
| Precio unitario al importador | 134.163 |
| Precio total al importador (Valor Factura) | 335,408 |

Tabla 7*Evaluación de Riesgos por Modalidad de Pago*

| Medio/forma de pago | Riesgo exportador |
|-----------------------|-----------------------------|
| Pago por adelantado | Ninguno |
| Carta de crédito | Discrepancias documentarias |
| Cobranza documentaria | No pago /no aceptación |
| Cobranza simple | Solvencia del importador |
| Cuenta | Máximo |

Tabla 8*Perfil Importador 1*

| | |
|-------------------------|--|
| Empresa | SOUSA RIBEIRO AGRAO TRADE EXPORT |
| Representante | CORREA MIRANDA SOUSA ALFREDO EDUARDO |
| Industria | Comercio de frutas y plantas medicinales |
| Escala comercial | Empresas líderes de alto potencial |
| Dirección | Av. Stanislas Pryl, 11145435-000 Ituberá / BA Brasil |
| Productos | Guaraná, cacao, pimentón brasileño, pasiflora, secula de topioca, pupunha, nuez de Brasil y aceites esenciales |
| Código HS | 020714SUDU817722700 |
| Cantidad de empleados | 1,001 |
| Teléfono fax | +55 73 3256-2705 |
| Sitio web | atendimento@sousaribeiroy.com.br |
| Ranking de mercados top | Estados Unidos, Argentina, Reino Unido |
| Volumen de importación | USD \$125 millones |

Tabla 9*Perfil Importador 2*

| Empresa | Maripa Importacao e Exportacao |
|----------------------------|---|
| Representante | Tatiana amaral torrinha balducci 22-sócio |
| Industria | Conservas de frutas y frutas |
| Escala comercial | Líderes de alto potencial |
| Dirección | Extensión Unifap Y / N KM 02 Highway jk Barrio: Jardim Marco Zero Municipio: Macapa Estado: AP |
| Productos | Cereza, mango, manzana, kiwi, pomelos |
| Código HS | 24.283.272/0001-04 |
| Cantidad de empleados | 1,123 |
| Teléfono fax | (96) 9181-3939 / (96) 9135-0324 |
| Sitio web | https://cnpjs.rocks/cnpj/24283272000104/maripa-importacao-e-exportacao-ltda.html |
| Ranking de mercados top | Argentina, Perú, México |
| Volumen de importación | US\$ 138 millones |

Tabla 10*Valor de Exportación con Incoterm CPT*

| Costos | Documentación | CPT |
|---|------------------------|---------------|
| Costos de producción | FACTURA COMERCIAL | 22,990 |
| Flete terrestre 40's (17 unidades) | CARTA PORTE | 1,000 |
| Derechos de trámite aduanero | DTA-PEDIMIENTO DE X | 1,839 |
| Honorarios de AA Exp | CUENTA DE GASTOS AA | 395 |
| Maniobras de carga | TICKET DE MANIOBRAS | 700 |
| Total exportador | | 26,924 |
| Costo unitario exportador | | 17.9491787 |
| Precio total al importador precio total | | 35.8983573 |

Nota. Cálculos basados en cotizaciones actuales**Tabla 11***Valor de Exportación CIF - Costo de la Tuna en el Puerto de Sao Paulo*

| DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO CPT | CANTIDADES | |
|-------------|---------------------|-------------|-------------|
| | BRASIL US\$ | UNIDADES | TOTAL CPT |
| MODELO A | 17.94917867 | 1,500 | 26,923.77 |
| | | TOTAL CPT | 26,923.77 |
| | | Brasil | |
| | | FLETE AÉREO | 1,154.74 |
| | | SEGURO | 592.5 |
| | | TOTAL CIF | \$28,671.01 |

Tabla 12*Costos de Importación en Brasil*

| | |
|-------------------|-------------|
| CTM (US\$) | \$39,959.09 |
| FACTOR DE CALCULO | 1.48 |

Nota. El costo de la tuna se incrementó en 0.48 centavos de soles

Tabla 13*Precio en Dólares en Brasil*

| Factor de Distribución | Costo | P Margen de | | Precio | |
|---------------------------|----------------------------|-----------------|--------------------|--------------|---------|
| | Unitario de Importación | Ganancia 30% | IVA 19% | Precio Soles | Dólares |
| 1.48 | 26.64 | 34.63 | 6.58 | 41.21 | 10.43 |
| | | | Precio promedio | 41.21 | \$10.43 |
| Precio internacional | 11.7721519 | | | | |