



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**ANALISIS HISTORICO DE LA COMERCIALIZACION DE
ARROZ PARBOLIZADO EN EL PERÚ Y SU VIABILIDAD
ECONÓMICA Y FINANCIERA EN UN PROYECTO DE
IMPORTACIÓN**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autor:

Bach. Muñoz Montoya, Penelope Luisa

ORCID: 0000-0002-6006-196X

Asesor:

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

ORCID: 0000-0002-1555-7851

Línea de Investigación:

Gestion Empresarial y Emprendimiento

Pimentel - Perú

2021

Aprobación de jurados

ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ PARBOLIZADO EN EL PERÚ Y SU VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN

Asesor (a): MG. ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO
Nombre Completo Firma

Presidente (a): MG. REYES ARROYO CARLOS ANDRE
Nombre completo Firma

Secretario (a): DR. ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB
Nombre Completo Firma

Vocal (a): MG. ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO
Nombre Completo Firma



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la DECLARACIÓN JURADA, soy(somos) egresado (s) del Programa de Estudios de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ PARBOLIZADO EN EL PERÚ Y SU VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Muñoz Montoya, Penélope Luisa	DNI: 72431790	
-------------------------------	---------------	---------------------------------------------------------------------------------------

Pimentel, 24 de Enero de 2023.

Dedicatorias

El presente trabajo de investigación lo dedico a mis padres, mis hermanos por su apoyo y comprensión en todos estos años de estudio. Dedico a Dios por mantenerme con salud y bienestar para seguir adelante con mi desarrollo profesional.

Agradecimientos

Mi agradecimiento muy especial al Dr. Dios Castillo, Christian Abraham por paciencia, dedicación y apoyo mediante sus clases que me han permitido seguir adelante con mi trabajo de investigación hasta su finalización. También agradezco a todos los docentes que me enseñaron en los 5 años de mi formación profesional por medio de su experiencia transmitieron sus conocimientos. Gracias.

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general analizar la comercialización histórica de arroz parbolizado en el Perú y su proyección para determinar la viabilidad económica y financiera de un nuevo proyecto de importación, este estudio según su enfoque es cuantitativo y cultivado, es aplicada y explicativa, su diseño no experimental y descriptiva, su población conformada por la unidad de análisis está conformada por las empresas importadoras de arroz en el Perú durante los años 2000-2019 y como instrumento la entrevista ay el análisis documental.

Como resultados se obtuvo se realizó un análisis del comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado en el siglo XXI. Con respecto a las importaciones mundiales de arroz pilado, reflejadas en la tabla 3.4, el 2018 se importaron 37 millones de toneladas, año en el que el Perú se ubicó en el puesto 36 de países importadores con un valor de 160,361 miles de USD para 271 mil TM, el cual representa una tasa de crecimiento negativa en valor de -31% respecto al 2017, sin embargo, en el acumulado de los últimos cuatro años 2014/2018 se aprecia un crecimiento del 8% en valor y 11% en cantidad importada. Los resultados reflejados analizados por cada año a nivel detallado de cada de estudio coinciden con las publicaciones de entidades nacionales e internacionales. Se concluye que La capacidad propuesta del producto es de 500 TM mensuales, los cuales generan rentabilidad desde la primera operación, por lo que no es necesario fuentes de financiamiento de largo plazo al mantener un modelo negocio netamente comercial con la mayoría de sus costos variables.

Palabras clave: Arroz, Arroz Parbolizado, Demanda, Importaciones, Plan de Negocios, Viabilidad.

Abstract

The present research work had as its general objective an import project, this study is based on a quantitative and cultivated approach, it is applied and it is explanatory. , its non experimental and descriptive design, its population conformed by the unit of analysis is made up of the rice importing companies in Peru during the years 2000-2019 and as an instrument for the interview and the documentary analysis.

As a result, an analysis of the historical behavior of parboiled rice imports in the 21st century was obtained. With respect to world imports of piled rice, reflected in Table 3.4, 201 million were imported 37 million tons, the year in Peru was ranked 36 of the importing countries with a value of 160,361 USD miles for 271 thousand TM, which represents a negative growth rate in value of -31% compared to 2017, however, in the cumulative of the last four years 2014/2018 there is a growth of 8% in value and 11% in quantity imported . The results reflected by each year at a detailed level of each study coincide with the publications of national and international entities. It is concluded that the capacity of the product proposal is 500 MT.

Keywords: Rice, Parboiled Rice, Demand, Imports, Business Plan, Viability.

Índice

Aprobación de jurados	ii
Dedicatorias	iii
Agradecimientos.....	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Índice.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Antecedentes de estudio.....	15
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	21
1.4. Formulación del problema.....	48
1.5. Justificación e importancia	48
1.6. Hipótesis	49
1.7. Objetivos	50
1.7.1. Objetivo general.....	50
1.7.2. Objetivos específicos	50
II. MATERIAL Y MÉTODO	51
2.1. Tipo y diseño de investigación	51
2.2. Población y muestra.....	52
2.3. Variables y operacionalización.....	52
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad 55	
2.5. Procedimientos	55
2.6. Criterios éticos	56
2.7. Criterios de rigor científico	56
III. RESULTADOS	58
3.1. Tablas y figuras.....	58
3.2. Aporte científico	92
3.3. Discusión	121
IV. CONCLUSIONES	126
Bibliografía	128
Anexos	130

Índice de tablas

Tabla 1 Ventajas del arroz parbolizado.....	32
Tabla 2 Partida arancelaria del arroz pilado	38
Tabla 3 Elementos de Promoción	45
Tabla 4 Operacionalización de variables	53
Tabla 5 Aspectos éticos	56
Tabla 6 Producción de arroz pilado por principales países (miles de TM)	60
Tabla 7 Consumo doméstico de arroz pilado por principales países (miles de TM)	61
Tabla 8 Existencias finales de arroz pilado (miles de TM)	61
Tabla 9 Importaciones mundiales de arroz pilado.....	62
Tabla 10: Exportaciones mundiales de arroz pilado	64
Tabla 11 Evolución de las empresas importadoras de arroz parbolizado, 2000-2018 (TM).....	82
Tabla 12 Distribución de las marcas comerciales por origen y proveedor origen de la mercadería, 2018	89
Tabla 13 Proyección del consumo de arroz parbolizado, 2019 - 2025	91
Tabla 14: Diseño de envase de 50 Kg – Arroz parbolizado Ágape.....	93
Tabla 15 Estrategia de pricing & costing del producto de importación.....	95
Tabla 16: Modelo de contrato de importación de arroz parbolizado	97
Tabla 17 Servicio logístico integral de importaciones: operaciones y costos aceptables.....	105
Tabla 18 Consideraciones de los ingresos de venta.....	113
Tabla 19 Consideraciones de los egresos del proceso de importación	113
Tabla 20 Consideraciones de los egresos operativos.....	114
Tabla 21 Consideraciones de las inversiones.....	115
Tabla 22 Consideraciones de los egresos de planilla	115
Tabla 23 Consideraciones de los egresos financieros.....	116
Tabla 24 Consideraciones de los egresos administrativos	116
Tabla 25 Consideraciones de los impuestos.....	117
Tabla 26 Integración y flujo de caja económico y financiero	118

Índice de figuras

Figura 1: Planta de Arroz.....	22
Figura 2: El grano de arroz.....	24
Figura 3: Esquema representativo de los distintos procesos de industrialización del arroz	26
Figura 4: Esquema de la cadena productiva del arroz en el Perú	27
Figura 5: Diferencias entre la producción de arroz parbolizado y el arroz blanco	30
Figura 6: Producción mundial de arroz en cáscara, 2017 (TM).....	58
Figura 7: Rendimiento mundial de arroz en cáscara, 2017 (TM/ha).....	59
Figura 8: Importaciones mundiales de arroz pilado, 2018 (miles de USD).....	63
Figura 9: Exportaciones mundiales de arroz pilado, 2018 (miles de USD)	65
Figura 10: Perspectivas de las importaciones globales de arroz pilado	66
Figura 11: Perspectivas de las exportaciones globales de arroz pilado	68
Figura 12: Valor bruto de la producción, 2017 (millones de soles a precios del 2007)	70
Figura 13: Evolución de la producción de arroz cáscara por zona (2010-2017)...	71
Figura 14 Número de molinos a nivel nacional (2011-2018*)	72
Figura 15: Evolución de la producción nacional y rendimiento de arroz en cáscara, 2001-2018	73
Figura 16: Evolución de las importaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018	74
Figura 17: Evolución de las importaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018	74
Figura 18: Origen de las importaciones de arroz pilado, 2018 (% de TM)	75
Figura 19: Número de empresas importadoras de arroz pilado, 2000-2018	76
Figura 20: Empresas importadoras de arroz pilado, 2018 (% de las TM)	77
Figura 21: Evolución de las exportaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018 (TM).....	77
Figura 22: Evolución de las exportaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018	78
Figura 23: Destino de las exportaciones de arroz pilado, 2018 (% de las TM)	79
Figura 24: Evolución de las importaciones de arroz parbolizado, 2000-2018	80
Figura 25: Origen de las importaciones de arroz parbolizado, 2000-2018	81
Figura 26: Participación de las empresas importadoras de arroz parbolizado, 2016	84
Figura 27: Participación de las empresas importadoras de arroz parbolizado, 2017	84
Figura 28: Participación de las empresas importadoras de arroz parbolizado, 2018	84
Figura 29 Evolución de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2000-2018 (TM).....	85
Figura 30: Participación de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2016 .	87
Figura 31: Participación de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2017 .	87
Figura 32: Participación de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2018 .	87
Figura 33: Instrucción bancaria y constancia SWIFT de adelanto del contrato	98
Figura 34: Instrucción bancaria y constancia SWIFT de saldo del contrato	99
Figura 35: Certificado de libre venta original y traducción	100
Figura 36: Análisis de laboratorio	100
Figura 37: Registro sanitario final.....	101
Figura 38: Factura	102
Figura 39: Conocimiento de embarque – Bill of lading (BL)	102

Figura 40: Certificado de origen	102
Figura 41: Lista de empaque.....	103
Figura 42: Certificado de fumigación.....	103
Figura 43: Certificado libre de gases.....	104
Figura 44: Aviso de llegada	107
Figura 45: Ejemplo de confirmación de direccionamiento	107
Figura 46: Detalle de la DAM de importación.....	108
Figura 47: Canal de control y levante autorizado	109
Figura 48: Presencia de la tesista en inspección SENASA para arroz parbolizado	109
Figura 49: Estructura organizacional de Garvi Trading – División: Arroz	110
Figura 50 Plan de responsabilidad social	111

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

A nivel internacional

El comercio internacional ha permitido a lo largo de la historia que los productos con ventajas competitivas se expandan a mercados en los cuáles se consigan mejores precios y rentabilidades, lo que ha llevado a curvas de aprendizaje importantes con mejoras tecnológicas en los productos comercializados a nivel mundial para adaptarse a las nuevas tendencias y exigencias del mercado. En el sector alimentario se ve reflejado en la búsqueda de productos que aporten beneficios nutricionales que mejoren la calidad de vida del consumidor, los gobiernos a nivel mundial promocionan además la alimentación saludable a través del fomento de exportaciones con valor agregado, resaltando las ventajas competitivas de los productos naturales y sus derivados y a su vez restringen las importaciones de alimentos que no aporten lo suficiente a la calidad de vida de sus connacionales o que compitan directamente con la producción local.

El cultivo de arroz (*oryza sativa*), cuya antigüedad y origen no puede rastrearse con exactitud, después del trigo es el segundo cereal de mayor cultivo y consumo por billones de personas alrededor del mundo (Rostrán & Rodríguez, 2014). Si bien se reconoce el inicio de su domesticación en Asia, después de que la humanidad haya pasado de un consumo de origen animal (productos de caza y pesca) y vegetal (hojas, tallos, frutos) a lo largo de los siglos ha ido expandiéndose por Europa y América, para consolidarse como la principal fuente de carbohidratos (energía) para muchos países principalmente en Asia y en Latinoamérica (Bello, 2009).

Sin embargo, el arroz en las últimas décadas ha ido perdiendo espacio en el contexto descrito llegando a considerarse un simple commodity, los entornos económicos donde se desarrollan estos productos luchan día a día por afrontar las caídas de precios, la poca productividad, las inclemencias del clima, entre otros, esto por parte de la oferta. Por parte de la demanda, las corrientes saludables de alimentación sugieren reemplazar el consumo de arroz por otras fuentes de

carbohidratos más eficientes y ricas en nutrientes y vitaminas, constituyendo en muchos países.

Debe resaltarse que las carencias de nutrientes y vitaminas del arroz no se deben a que el producto carece de ellos, sino que en su proceso de producción, específicamente en la molienda (refinamiento y pulido) estos nutrientes, vitaminas y minerales se pierden hasta en un 50% puesto que la mayoría de ellos están incorporados en la cáscara y fécula del grano y en sus superficies posteriores. El arroz originalmente es rico en almidón, proteína vegetal, contiene cantidades notables de tiamina o vitamina B1, riboflavina o vitamina B2, niacina, así como fósforo y potasio (Secretaría de Agricultura y Ganadería, 2003).

Diversos factores de la industrialización de arroz, sobre todo en los países más competitivos y con enfoque exportador ha llevado en los últimos 20 años a la identificación y desarrollo de un proceso hidrotérmico en la producción de arroz pilado conocido como parbolización que proviene del término en inglés “partially boiled” (Friedmann & Well, 2010) citado en Rostran & Rodríguez, 2014 y Bello, 2009), el cuál tiene como objetivo fundamental modificar las características del grano sobre la base de dos etapas nuevas e incorporadas en la cadena de valor del beneficiado de arroz, estos son el encharcamiento y la gelatinización, procesos mediante los cuales se obtiene un grano pulido de mayor aceptación para los consumidores puesto que incorporan los nutrientes que se pierden en la molienda tradicional, además con ventajas culinarias, industriales, entre otras, identificadas en esta investigación.

A nivel nacional

El Perú a la fecha es el país con mayor consumo per cápita de arroz en Latinoamérica con alrededor de 54 kg per cápita por año (Acuña, Cajahuanca, Rivera & Trelles, 2017), y con una base interesante de producción local de arroz en la franja costera y la zona selvática, sin embargo es un sector también deprimido y desordenado que produce sin adecuada información de mercado y muchas veces sin considerar la competencia importadora que ha venido creciendo en casi 200% durante los últimos 10 años (Adex Data Trade, 2019).

Existen iniciativas estratégicas propuestas para mejorar las condiciones del cultivo comercialización del arroz peruano, en marcadas en el estudio de Acuña et al (2017) que establece objetivos al 2025 enmarcadas en el incremento de precios, rendimientos, y rentabilidades para la producción local, sin embargo no considera la implementación de procesos productivos de arroz parbolizado en el país.

Sin embargo, el arroz parbolizado viene siendo incorporado a través de la importación en la oferta de arroz pulido en el mercado, sobre todo desde el 2013, aunque muchas veces el consumidor no lo reconozca como tal y considere que es un arroz de mejor calidad por ser de un país extranjero, es por ello que la investigación se motiva en en estos factores que reflejan una posible oportunidad para nuevos proyectos de importación de esta presentación de arroz.

A nivel local

La región Lambayeque al tener amplias zonas arroceras ha servido para identificar los principales problemas de la industria nacional de producción de arroz, como el exceso de oferta, la consiguiente caída de precios, la salinización de los suelos y las constantes pérdidas económicas de agricultores (Llonto, 2015) y molinos de la zona. Además en la región Piura cercana y con características similares a Lambayeque se han desarrollado diversos análisis económicos sobre alternativas de producción de arroces más nutritivos como el arroz integral, sin embargo los resultados no son auspicios para considerarse como alternativa de inversión (Gonzales & Seminario, 2016)

A nivel institucional

En las universidades de la región se han venido desarrollando proyectos de investigación relacionados a la importación de arroz blanco con resultados económicos auspiciosos como el caso de Rioja & Perez (2017), sin embargo no existe un análisis del mercado del arroz parbolizado por las diferentes dificultades que existen en su identificación, sobre todo el tratamiento que se le da al producto en las estadísticas de comercio internacional, la excasa literatura sobre el tema, la poca difusión de sus beneficios, entre otros.

Por lo señalado es importante establecer el primer análisis histórico de la comercialización de arroz parbolizado importado en el Perú, revisando minuciosamente el detalle de las importaciones, entrevistando a los agentes involucrados, evaluando el comportamiento del mercado, las fuerzas que auspician y también resisten el potencial crecimiento en el consumo de arroz parbolizado para así determinar la viabilidad económica y financiera de un proyecto de importación en un horizonte de tiempo que abarque los lineamientos estratégicos determinados para la comercialización de arroz en el Perú.

Garvi Trading SAC: La empresa Garvi Trading, esta registrada como una Sociedad Anónima Cerrada, constituida el 04 de Enero del 2018 y está ubicada en el distrito de Miraflores, ciudad de Lima, con oficinas comerciales en Chiclayo y Cajamarca. Garvi Trading desarrolla sus actividades comerciales relacionadas a la compra y venta de alimentos al por mayor producidos localmente e importados.

1.2. Antecedentes de estudio

A nivel internacional

Matute (2015), en su tesis **“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de arroz parbolizado en el Cantón Simón Bolívar”** para obtener el título profesional de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil estableció como objetivo determinar el nivel de aceptación y viabilidad económica de crear una empresa productora y comercializadora de arroz parbolizado a través de tres elementos de evaluación: el nivel de aceptación, los canales de distribución y la rentabilidad. En este estudio de tipo exploratorio se concluyó que el producto tendría un 100% de aceptación según los instrumentos de recolección de datos (cuestionario), que el producto final debería comercializarse a través de las tiendas de abarrotes por su accesibilidad y que los indicadores de rentabilidad VAN, TIR, período de recuperación específicos para el proyecto hacen que el proyecto sea rentable.

Se destaca del estudio de Matute (2015) que al haber sido aplicado en un país latinoamericano con muchas similitudes al mercado peruano y al haber tenido contacto directo con consumidores a través de la aplicación de sus instrumentos de

recolección de datos, sirve no solo como herramienta a tomar como referencia para la de evaluación de un proyecto a nivel económico y financiero sino también para la identificación de estrategias de comercialización que deben tomarse en cuenta para este proyecto, tales como: la focalización en la atributos y/o valor agregado del producto, la importancia del abastecimiento permanente para una adecuada rotación del producto y presencia en el mercado, y el servicio post venta.

Rostrán & Rodríguez (2014), en su monografía para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial y de Sistemas de la Universidad Autónoma de Nicaragua titulada **“Factibilidad de los sistemas productivos de beneficiado de arroz blanco versus arroz parbolizado, trillo San Juan, San Isidro, 2013”**, evaluaron la factibilidad técnica de convertir los sistemas productivos de arroz blanco en arroz parbolizado a través de un análisis de las variables proceso, tecnología, mano de obra directa e instalaciones a través de un tipo de investigación descriptivo y analítico, no experimental y de corte transversal, mediante el cual identificaron los beneficios inherentes del arroz parbolizado en diferentes niveles: industrial, nutricional, social y económico, en los que los principales beneficiarios son los productores, población y futuras investigaciones. Específicamente para la empresa donde desarrollaron la investigación AGRIMAQ determinaron la adecuación a un proceso de parbolización como una alternativa de inversión atractiva o viable económica y financieramente por las cualidades que este proceso atribuye al arroz y la oportunidad de transformar cosechas con granos quebrados en arroz con calidad superior y así disminuir las pérdidas.

Este estudio es sumamente relevante para esta investigación ya que permite analizar el proceso con el que determinaron la viabilidad comercial del proceso productivo y más importante aún para establecer un marco conceptual enriquecedor acerca de las diferentes clasificaciones del arroz y presentaciones, el proceso productivo, los diferentes beneficios del consumo que servirán para enriquecer el conocimiento aún empírico en Perú acerca de esta presentación de arroz.

Bello (2009), en su tesis doctoral para la Universidad de Buenos Aires titulada **“Procesamiento hidrotérmico de arroz cáscara. efecto de las condiciones de hidratación y cocción en el rendimiento, textura y propiedades térmicas del grano elaborado”** a través de un estudio experimental y comparativo analiza las diferentes etapas del tratamiento hidrotérmico desde la visión química del proceso, evaluando los cambios y parámetros en los agentes del proceso, tales como temperatura, presión, aditivos químicos y grados de molienda de grano con el objetivo de determinar aquellos óptimos para una adecuada hidratación del grano y así establecer nuevas tecnologías de procesamiento de arroz parbolizado y aseguramiento de la calidad del producto final.

Si bien sus conclusiones se centran en el aspecto técnico y productivo como la cinética de la hidratación, la influencia de los agentes físicos y químicos en la hidratación, los efectos de la hidratación en el arroz procesado, la textura y características del producto final, brindan para esta tesis una de las mejores fuentes de marco conceptual para conocer al detalle el proceso productivo, los beneficios nutricionales que se esperan lograr en el arroz parbolizado, los cuáles son carentes en el arroz blanco tradicional y también las claves productivas para una adecuada presentación del producto que permita una mejor valoración del mercado y así, como proyecto importador saber reconocer en la homologación de proveedores (molinos extranjeros) a los que tienen en su oferta las ventajas competitivas para competir en el mercado peruano.

A nivel nacional

Acuña, et al (2017), en su tesis para obtener el grado de Magister en Administración Estratégica de Empresas de CENTRUM Graduate School of Business titulada **“Plan Estratégico del Arroz en el Perú”** determinaron 10 lineamientos estratégicos para el éxito de la producción nacional de arroz enmarcados dentro de cuatro objetivos de largo plazo hacia el 2025, estos son: 1) al aumento de los ingresos en un 72%, 2) el incremento de la utilidad al 93%, 3) la diversificación de mercados internacionales hasta 10 destinos para exportaciones del producto y 4) el incremento del volumen exportado a una tasa promedio de 150% anual. Estos lineamientos propuestos son: (i) la generación de una marca País producto: “Arroz del Perú” para las exportaciones, (ii) la identificación de las

zonas productivas con menor rendimiento en el cultivo nacional de arroz e iniciar proceso de reconversión a cultivos alternativos sostenibles, (iii) la organización de un clúster de la industria del arroz por regiones con el fin de generar valor y economías de escala, (iv) el desarrollo de la producción exportable hacia nuevos mercados, (v) la implementación de mejores prácticas agrícolas basados en un plan de benchmark mundial, (vi) la implementación de una integración vertical hacia adelante con los participantes de la cadena productiva, (vii) el desarrollo de semillas de mayor calidad, resistente a plagas y a cambios climáticos, (viii) el desarrollo de nuevas áreas de cultivo en la selva oriental por mayor disponibilidad del agua, (ix) el intensificar la alianza con el Fondo Latinoamericano para Arroz de Riego (FLAR) para adaptar las mejores prácticas en el riego de las áreas nacionales, (x) el desarrollo de alianzas estratégicas con empresas privadas que cuenten con infraestructura de plantas de secado y almacenamiento.

Una propuesta valiosa que al ser reciente y contar con la rigurosidad de la utilización de herramientas probadas, tradicionales y modernas de diagnóstico y análisis de las factores que influyen en la producción nacional de arroz, dentro de ellos el ingreso de productos importados, sirven para que este proyecto tenga una adecuada valoración de las fuerzas impulsoras y restrictivas que se podría encontrar los ejecutores de un proyecto de importación de arroz parbolizado, ya sea por la situación actual o por la aplicación de las estrategias de este plan. El desafío será encontrar sinergias que permitan que los proyectos puedan tener sus espacios en el mercado y quizás impulsen que se pueda analizar un proyecto de producción de arroz parbolizado en Perú, aunque el plan estratégico no lo toma en cuenta probablemente por el poco conocimiento de la academia y aún de la mayoría de consumidores sobre esta presentación del arroz.

Gonzales & Seminario (2016), en su tesis para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad de Piura titulada “**Plan de negocios para la transformación y comercialización de arroz integral en los distritos de Piura y Castilla**” analizaron a través de un estudio de tipo exploratorio y descriptivo, las variables para hacer viable el proyecto en referencia, estos son: el análisis del producto, el probable consumo, el precio a pagar, la presentación, el

canal de distribución, la marca y los medios de comunicación a utilizar. Los resultados mostraron la necesidad permanente de capital de trabajo a través de financiamiento de terceros y un horizonte no atractivo de recuperación que llega hasta 6 años y medio, por lo cual concluyen que el proyecto no es una opción atractiva de inversión.

Este estudio a pesar que muestra resultados poco auspiciosos para un procesamiento en el mercado local de arroz integral, representa una oportunidad para la importación de arroz parbolizado, puesto que sí identifica la búsqueda de beneficios nutricionales en los consumidores de arroz, los cuáles como se verá en el marco teórico son mayores en un arroz parbolizado frente al arroz integral. Otro aspecto a destacar son las diferentes estrategias de comercialización determinadas en las variables mencionadas en el párrafo anterior que se toman como referencia para la propuesta comercial que se deriva de esta investigación, son interesantes como propuesta a pesar de que el análisis económico y financiero no resista la consecución positiva de la producción en el mercado local de presentaciones más saludables de arroz.

Atahua, Bernabe & Escalante (2010) en su estudio denominado “**Proyecto de importación de arroz de Uruguay – Perú**” de la Escuela de Empresarios de Lima Perú, identificaron a Uruguay como el país más atractivo para importar arroz blanco por sus ventajas comparativas y competitivas señalando que es el primer exportador de arroz de toda América Latina y al producir en escala, reduce los costos y permite precios atractivos que se verían reflejados en el producto final. Concluyen así que el proyecto de importación de arroz es rentable con un margen de ganancia del 20% al ser un producto de alta rotación y de consumo diario, que les permitiría el continuo desenvolvimiento del negocio, así también como la alta rotación de inventarios.

Si bien no existe evidencia de que este proyecto haya sido ejecutado, se conoce que efectivamente Uruguay es el principal proveedor peruano de arroz importado en el cual se profundizará en los resultados de investigación, y aunque se debe determinar si Uruguay representa también el mercado ideal para

abastecerse de arroz parbolizado se considera esta investigación como válida para tomar en cuenta las claves del análisis económico y financiero que realizaron para tomarlas como referencia para el análisis de viabilidad del proyecto de importación de arroz parbolizado.

A nivel local

Llonto (2015), en su estudio “**Enfoque microeconómico del cultivo del arroz, problemas y desafíos – un análisis del cultivo con énfasis en la Región Lambayeque**” da a conocer la problemática que presenta el cultivo de arroz en la zona costera, principalmente en el Valle Chancay – Lambayeque, analizando las fluctuaciones del precio del producto e identificando las ventajas y desventajas que han resultado del desarrollo del cultivo en esta zona. Los resultados del estudio señalan una oferta mayor a la demanda en el mercado arrocero causando la caída de los precios, además de la gran problemática conocida de la salinización de los suelos generando como señala el autor una “externalidad negativa haciendo a los suelos infértiles”. Esta sobreoferta según el autor se da por tomar la decisión de sembrar desligada totalmente de un análisis de las tendencias de precio que tendrían durante la cosecha que es el momento donde se vende la mayoría de stocks, sino que está influenciada por los precios anteriores, consecuentemente los productores obtienen bajos ingresos y muchas veces no pueden cubrir sus costos o los financiamientos de terceros, es decir un alto riesgo de pérdida monetaria.

El estudio es muy relevante pues permite tener claro que la comercialización de arroz se desarrolla en un mercado que se asemeja al de la competencia perfecta (sin influencia sobre el precio), y donde se infiere que al ingresar el producto importado tiene las mismas condiciones puesto que al momento de la numeración y nacionalización (pago de derechos e impuestos en aduana) será parte formal de la oferta de arroz, la cuál podría ser mayor a la demanda existente, y por lo que se debe tener especial cuidado en proyectar la demanda de arroz parbolizado considerando el comportamiento de la producción nacional, el crecimiento de la población, las importaciones actuales, entre otros.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teorías relacionadas al arroz

1.3.1.1. Definición de arroz

El arroz (*oryza sativa*) es el cereal de mayor producción y consumo alrededor del mundo, cuyo origen se reconoce asiático donde aporta la mitad de las calorías ingerida por billones de habitantes. Como señala Bello (2009), la importancia del cultivo en las regiones de Asia trasciende a sus aspectos culturales, por ejemplo en el chino clásico el término sirve para definir tanto “agricultura” como “arroz”, y en dialectos regionales “comer” significa “comer arroz”.

El más lejano testimonio sobre el cultivo corresponde al año 2800 a.C., relacionado aun rito ceremonial para la plantación de arroz, por el año 1000 a.C. ya era conocido en India y en el siglo III a.C. en Egipto (Rostran & Rodríguez, 2014). Existe evidencia de que el cultivo se expandió a Europa muchos siglos después por el comercio árabe alrededor del Siglo XV, llegando a América y especialmente a Latinoamérica a principios del Siglo XVII (Bello, 2009).

En Perú se reconoce la importancia del cultivo desde su introducción por estas latitudes para lograr a ser un producto importante en la dieta de los peruanos, llegando a alcanzar los mayores indicadores de consumo en Latinoamérica de alrededor de 54 kilos per cápita el año 2016, superando los 48 Kg per cápita registrados en Brasil (Acuña, et al, 2017).

El arroz

El banco de genes del International Rice Research Institute (IRRI) en Filipinas conserva alrededor de 83,000 variedades de arroz, estas variedades se refieren a la morfología de la planta y el grano, calidad del grano, resistencia y tolerancia a factores biológicos (malezas, insectos, otros) y abióticos (sequía, frío, acidez del suelo, etc) (Bello, 2009).

Según la Norma del Codex Alimentarius para el arroz 198-1995 (CODEX STAN, 1995) los granos de arroz se agrupan en tres categorías:

Arroz de grano largo: longitud mayor o igual a 6.0 mm y una relación longitud/ anchura de 3 o más;

Arroz de grano medio: longitud de más de 5.2 mm y menos de 6.0 mm y una relación longitud/ anchura de menos de 3;

Arroz de grano corto: longitud menor o igual a 5.2 mm y una relación longitud/ anchura de 3 o más.

En los siguientes apartados se presenta aspectos clave del cultivo, características del grano y aspectos productivos e industriales:

Cultivo

Bello (2009) señala que el arroz es una gramínea que crece en un amplio rango de condiciones climatológicas, con presentaciones de tallos que pueden alcanzar los dos metros de alto. Estos tallos terminan en panículas compuestas entre 500 y 300 flores o “espiguillas” de las cuáles se forman los granos. Esta capacidad de ramificación le otorga a la planta rendimientos bastantes altos, un ejemplo se muestra en la Figura 1.1.

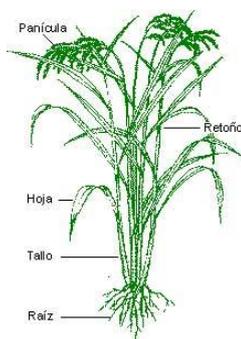


Figura 1: Planta de Arroz

Aunque originalmente la planta de arroz se cultivaba en seco, con el tiempo la siembra se expandió a zonas de alta irrigación, para conocerse como una planta semi-acuática con un alto rendimiento producto del uso de fertilizantes y variedades genéticamente modificadas (Bello, 2009).

Bello (2009) agrupó los tipos de cultivo así:

Arroz inundado. Cultivado en campos rodeados de pequeños diques que mantienen niveles de agua de hasta 50 cm. Los arrozales no son irrigados y se mantienen con agua de lluvia o por gravitación entre arrozales vecinos. Se los

localiza en regiones rurales con mayor densidad de población y mayor pobreza. En Perú abunda este tipo de cultivo.

Arroz de seco. La tierra se prepara y se siembra en seco en montaña o meseta. El cultivo necesita riego por lámina de agua de 10 cm contenida por diques a partir de los 30 días después de la siembra y hasta la cosecha. Tiene bajos rendimientos.

Arroz de riego. La tierra se prepara cuando está húmeda, reteniéndola con ayuda de diques. Se realiza por sistema de transplante o por siembra directa. En sistema de transplante, los granos son pre-germinados y se cultivan en capas húmedas durante un breve período de tiempo, para luego ser replantadas las pequeñas plantas. Necesita mucha mano de obra. En siembra directa, luego del pre-germinado los plantines se siembran al voleo de forma manual o mecánicamente. Este tipo de cultivo representa el 55% de la superficie cosechada del mundo.

Arroz inundado en aguas profundas. La profundidad del agua se sitúa a más de un metro. El agua proviene de ríos y lagos. El arroz se siembra al voleo y las variedades utilizadas son generalmente de tallos altos. Los rendimientos obtenidos pueden ser bajos debido a riesgos climatológicos. (p. 13-14)

1.3.1.2. El grano del arroz y sus componentes nutricionales

En la Figura 1.2. se observan las partes del grano de arroz, punto clave a conocer para esta investigación debido a que como parte del beneficiado de arroz el grano pierde la mayoría de sus nutrientes durante el pulido y trillado, y es por esta razón que el proceso de parbolización que se verá más adelante soluciona gran parte del problema, puesto que al utilizar calor para transformar y agregarle cualidades atractivas al arroz, se homogenizan sus componentes del interior y del exterior (Rostran & Rodríguez, 2014).

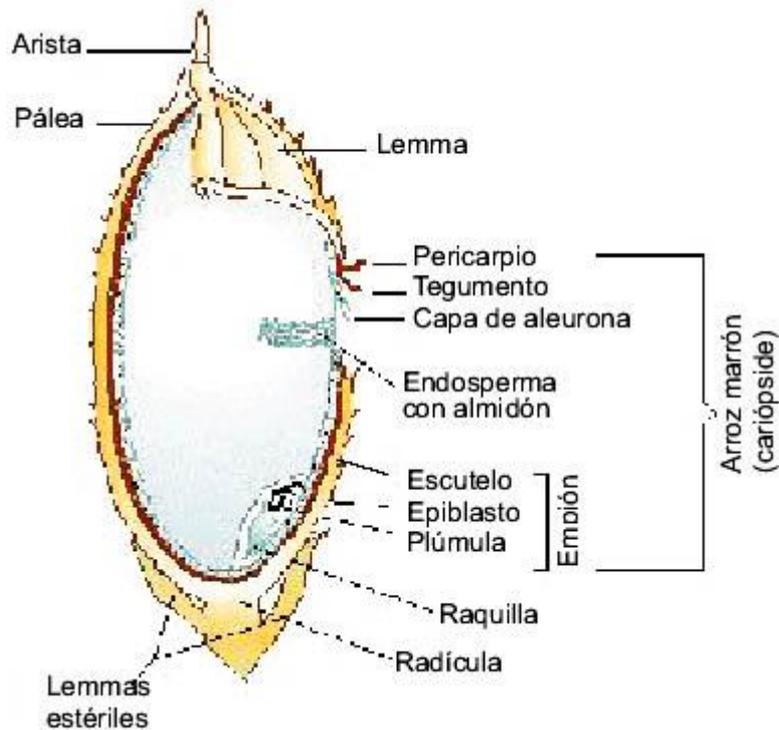


Figura 2: El grano de arroz

Fuente: **Rostran & Rodriguez, 2014**

Bello (2009) en su tesis doctoral sobre arroz parbolizado hace una explicación técnica de los componentes del grano mostradas en la figura 1.2 así:

El grano de arroz maduro es cosechado como un grano recubierto denominado grano de arroz cáscara, en el cual la cariopsis se encuentra envuelta por una corteza o cáscara...

Según puede verse, la cáscara conformada por la lemma y la palea, es la que protege la cariopsis. Su "impermeabilidad" tanto como la capacidad de la lemma y la palea de permanecer unidas, le confieren al grano una adecuada resistencia al ataque de insectos como también a la contaminación fúngica. Ambas estructuras externas, lemma y palea, contienen un alto contenido en sílice y son de paredes celulares lignificadas. La cáscara representa aproximadamente el 20% del peso total del grano de arroz. En el interior de la misma y envolviendo al endosperma pueden distinguirse tres capas que conforman la cobertura de la cariopsis: pericarpio, "seed coat" y nucellus. El espesor total de las tres capas es de aproximadamente 13-14 μm .

En la base del grano se encuentra localizado el embrión o germen, rodeado por células del endosperma. La capa de aleurona que envuelve externamente al endosperma y germen, está conformada por células cuya composición varía según estén en contacto con uno u otro componente (Bechtel y Pomeranz, 1977).

El centro del grano se denomina endosperma y se encuentra conformado por dos regiones: una capa unicelular denominada subaleurona y el endosperma propiamente dicho compuesto por gránulos de almidón poligonales de 3 a 9 μm de diámetro, rodeados de cuerpos proteicos. El endosperma representa aproximadamente el 90% del peso seco del grano de arroz descascarado (Champagne y col, 2004).

Para poder conocer la composición de cada una de estos componentes del grano es importante analizar las fracciones obtenidas durante la molienda del mismo. En la primera etapa o descascarillado se separa la cáscara, obteniéndose el arroz integral. Un pulido posterior permite obtener dos fracciones: el arroz blanco o pulido por un lado y el salvado por el otro, compuesto este último por el pericarpio, "seed coat", nucellus, aleurona y germen. En cuanto al arroz blanco o pulido, este está conformado mayoritariamente por el endosperma rico en almidón.

El arroz cáscara tiene mayor contenido de fibra y cenizas que el arroz integral y este a su vez que el arroz blanco o pulido, ya que ambos son los principales componentes de la cáscara. En cuanto al contenido de proteína, podemos decir que se mantiene prácticamente constante en las tres conformaciones de arroz descritas: cáscara, integral y pulido. El arroz integral conserva más componentes que el grano pulido. En este último es marcadamente menor el contenido de grasas, fibra, cenizas, pentosanos, azúcares libres, aminoácidos libres y compuestos aromáticos. El arroz blanco, conformado mayoritariamente por almidón, es una importante fuente de energía para el consumidor de este producto.

El grano de arroz aporta además distintos componentes no mayoritarios aunque importantes desde el punto de vista nutricional como las vitaminas hidrosolubles del grupo B y minerales. Estos componentes que se encuentran mayoritariamente en el salvado ven disminuida su presencia en el grano de arroz blanco. Distintos procesos hidrotérmicos a los que puede someterse el grano,

mejoran el balance nutricional del arroz pulido al permitir la migración de los nutrientes del salvado y la cáscara al interior del mismo (Champagne y col, 2004). (p. 16 – 110)

El grano como se visualiza y se describe está constituido por cáscara, película, germen y envueltos en sales minerales que están concentrados en la película y en el germen. Así también Rostran & Rodríguez (2014) citando a Friedmann & Well (2010) señalan que el endosperma es un tejido nutricional formado en el saco enfriador de las plantas de la semilla, que contiene básicamente almidón. El arroz entonces en general representa un alimento muy completo y necesario para la alimentación del ser humano, puesto que conlleva vitaminas, minerales y carbohidratos, lamentablemente muchas de sus propiedades nutricionales se pierden con el procesamiento en los molinos para una venta final del producto.

1.3.1.3. Industrialización del arroz

El arroz cáscara posterior a su cosecha suele secarse a humedades óptimas alrededor de 0.12 g agua/g sólido seco (Bello, 2009), en la Figura 1.3. se muestra un esquema de los principales procesos a los que es sometido el arroz cáscara y los posibles usos del producto.

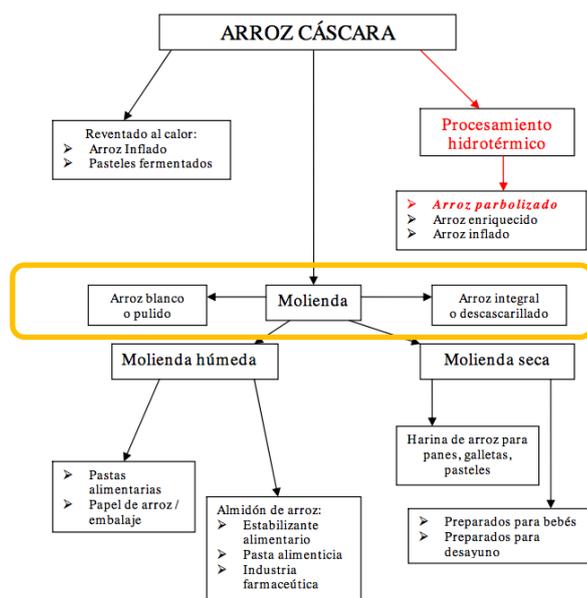


Figura 3: Esquema representativo de los distintos procesos de industrialización del arroz

Fuente: **Bello, 2009**

Este investigación de tesis pretende analizar la alternativa de consumo de arroz parbolizado que reemplace o presente una alternativa al consumo del tradicional producto de la molienda, el arroz blanco o pulido o el producto previo integral o descascarillado, y que es resaltada en la figura 1.3.

Este proceso tradicional está compuesto por las etapas de descascarado, pulido y empaçado del arroz. Aunque el presente marco teórico se centra en conocer el proceso productivo del arroz parbolizado es importante resaltar como se desenvuelve la cadena productiva del consumo de arroz en el mercado peruano, para lo cual en la figura 1.4 se adapta para el mercado peruano el análisis que hacen Friedmann & Well (2009).

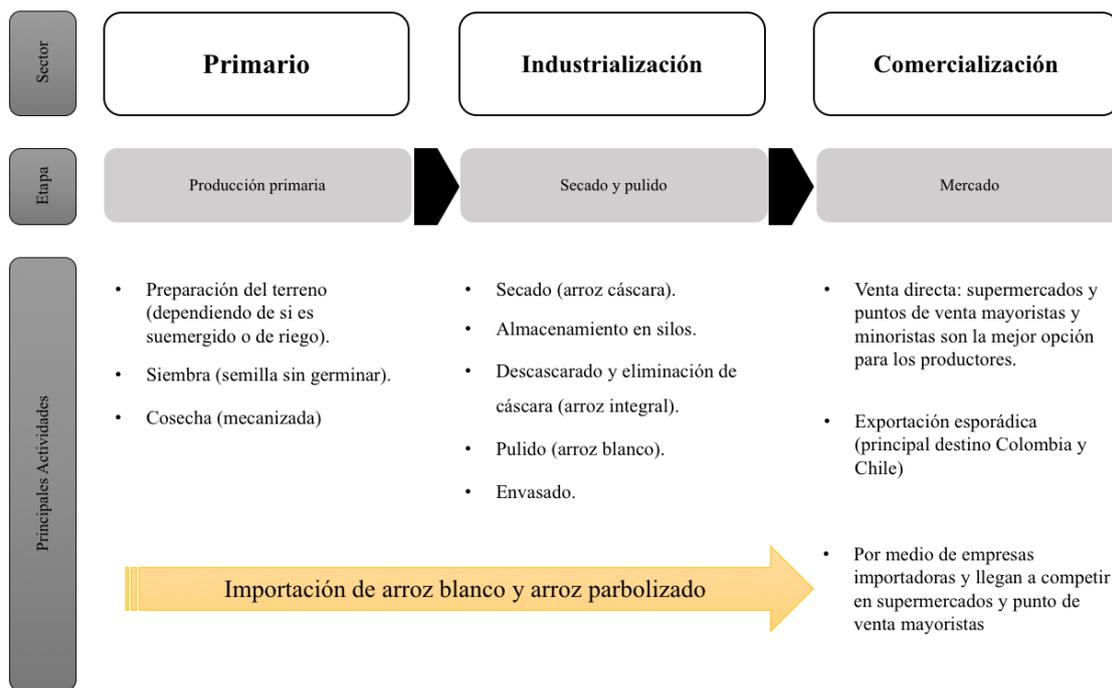


Figura 4: Esquema de la cadena productiva del arroz en el Perú

Elaboración: Propia, adaptada de Friedmann & Well(2009)

1.3.1.4. El arroz parbolizado

La palabra parbolizado deriva de la expresión inglesa “parboiled”, que significa parcialmente cocido o “partially boiled” (Friedmann & Well, 2010 citado en Rostran & Rodríguez, 2014). El arroz parbolizado es un producto que se logra

sometiendo el grano previo al descascarado y pulido a un proceso hidrotérmico, proceso en el cual las vitaminas y minerales penetran en el grano. En el proceso de secado estas características quedan preservadas beneficiando el consumo final de este producto. Su color como se observa en el mercado adopta un color más amarillento en comparación al arroz blanco convencional (Rostran & Rodríguez, 2014).

Es así que el objetivo fundamental de este proceso hidrotérmico es modificar las características del grano, sobre la base de un proceso denominado gelatinización parcial o total del almidón contenido en el endosperma. Cambios físicos, químicos y organolépticos se origina en el grano presentando un producto final con ventajas nutricionales, tecnológicas y económicas (Luh & Mickus, 1980 citado en Bello, 2009). Las ventajas tecnológicas y económicas se refieren a la obtención de un nuevo producto donde en su proceso de molienda posterior a la hidratación se mejora el rendimiento, puesto que se reduce el número de granos quebrados.

Según el Codex Alimentarius (2010) el arroz parbolizado puede ser arroz descascarado o elaborado que se obtiene remojando en agua el arroz con cáscara o descascarado (encharcamiento) y sometiéndolo a un tratamiento térmico, de forma que se gelatinice completamente el almidón, seguido de un proceso de secado.

1.3.1.5. Etapas básicas del proceso de parbolización

Los procesos de parbolización mediante hidratación requieren diferentes fuentes de energía térmica, estos pueden ser: agua caliente, vapor, aire caliente, sólidos calientes o microondas. Y es así que se puede reconocer las siguientes etapas de la industrialización de arroz parbolizado: 1) Hidratación del grano entero por inmersión en agua (encharcamiento), 2) tratamiento térmico del grano remojado (gelatinización), 3) secado del grano tratado hidrotérmicamente o precocido y 4) ^{SEP}molienda del grano precocido y posterior envasado para su comercialización (Bello, 2009)

Durante la primera etapa conocida como **Encharcamiento**, el arroz cáscara es colocado en tanques elevados con agua caliente por varias horas. En

ete proceso vitaminas y minerales que se encuentran en la película y el germen penetran en el grano a medida que este va absorbiendo el agua (Friedmann &Weil, 2010 citado por Rostran & Rodríguez, 2017).

Durante la segunda etapa conocida como **Gelatinización**, el arroz húmedo es sometido a una tempratura más elevada sobre presión de vapor, en este proceso ocurre una alteración de la estructura del almidón, generando un grano más compacto al haberse fijado las vitaminas y minerales en su interior (Friedmann &Weil, 2010 citado por Rostran & Rodríguez, 2017).

En la tercera etapa conocida como **Secado**, los granos de arroz deben alcanzar un 13.5% de humedad, para su posterior descascarado, pulido y selección, procesos de la cuarta etapa denominada **Molienda**.

En la figura 1.5 se muestra las diferentes etapas de la producción de arroz parbolizado frente al arroz blanco. Se puede visualizar en la parte izquierda referida a la parbolización la incorporación de las etapas Remojo, Gelatinización y Secado posteriores a una limpieza, que en la molienda tradicional se realiza después del secado. Su importancia radica en que durante el precocido el arroz al estar en un entorno de desdoblamiento no debe contener elementos extraños que puedan afectar la calidad del producto.



Figura 5: Diferencias entre la producción de arroz parbolizado y el arroz blanco

Elaboración: Rostran & Rodríguez (2014)

1.3.1.6. Características y ventajas del beneficiado de arroz parbolizado

Rostran & Rodríguez (2014) identifican cuatro características relevantes para apreciar el arroz parbolizado frente al arroz blanco, comprobadas por los consumidores de arroz parbolizado en el Perú. Estas características derivan de cambios trascendentales en la molinería tradicional.

Mayor calidad del grano. El resultado de la gelatinización es la expansión del almidón y las proteínas que llenan así los espacios de aire internos, logrando además el cierre de las fisuras y las grietas del endosperma y así el grano queda translúcido y se endurece. Ello reduce al mínimo el número de granos quebrados durante la molienda posterior (Bravo, 2005 y Bello, 2009). La calidad del grano al estar definida por la cantidad de granos enteros, la humedad y la cantidad de impurezas son alcanzables con mayor certeza a través de un proceso de parbolización.

A pesar que la molienda requiere de más tiempo, fuerza y energía para el pulimento por tener un pre-producto más duro, ya que el “*salvado o semolina* es

más pegajoso, eso puede atorar la pulidora, porque el contenido de aceite del salvado en el arroz sancochado es aproximadamente del 20 a 30%, frente al 15 a 20% en el salvado del arroz crudo” (Rostran y Rodríguez, 2014) no debería acentuarse demasiado en el grano, puesto que, el color en interior como en el exterior es el mismo.

Mayor contenido de nutrientes. Bravo (2005) señala que se ha demostrado que las vitaminas B solubles en agua abundan más en el arroz parbolizado elaborado que en el arroz crudo elaborado. En el proceso de parbolizado 50 a 90 % de la Tiamina (vitamina B1) del embrión y el salvado se transfieren al interior del endosperma por lo que puede ser obtenido un arroz parbolizado enriquecido. Esto estaría reflejado en que los habitantes de las regiones donde el arroz parbolizado constituye la dieta diaria gozan de muy buenas condiciones físicas y de salud. Al ser una vitamina importante para los procesos metabólicos en general hacen que el consumo de arroz parbolizado sea ideal para personas con diabetes, obesidad, deportistas, entre otros.

Almacenamiento sostenible del arroz. La dureza y compactación del endosperma mejoran la calidad de almacenamiento del arroz procesado al ser menos susceptible a absorber humedad, y resistente al ataque de insectos (Bravo, 2005). Se conoce que los arroces blancos tienen un tiempo de vida de 12 meses, mientras que el arroz parbolizado dura cerca de año y medio (Bravo, 2005).

Graneado. Durante la cocción, el arroz sancochado se expansiona más a lo ancho, pero no a lo largo, que el crudo, y al estar precocido requiere de menos tiempo pero si de mayor agua, la relación recomendada para el paladar peruano es 1-1.5, es decir una tasa de arroz parbolizado por 1.5 tasas de agua. Aunque como se mencionó previamente el arroz parbolizado no cocido suele tener un color amarillento, una vez cocido la blancura es aceptable. Además la experiencia en el consumo de arroz importado en Perú muestra que el arroz parbolizado es más graneado que el arroz no tratado. Los granos siguen separados, en lugar de glutinosos, y se pierde menos almidón en el agua de cocción, ideal para el paladar del consumidor peruano, que busca arroces más graneados en contraste con el

consumidor asiático que prefiere presentaciones más húmedas (que van de la mano con el consumo con palillos).

Rostran & Rodríguez (2014) sintetizan las ventajas del arroz parbolizado en cinco aspectos: Culinario, Industrial, Nutricional, Comercial y Social como se muestra en la Tabla 1.1.

Tabla 1

Ventajas del arroz parbolizado

Culinarias

El arroz parbolizado no se pega, manteniendo su forma si es cocinado por más tiempo. Esto permite preparar comidas y recalentarlas, manteniendo el mismo aspecto. En dicho sentido, no queda por así decirlo "pegaoso" lo que le da una mejor presentación.

Pierde menos sólidos en el agua de cocción, aumentando hasta 3 veces su volumen al cocinarlo.

Industriales

Actúa como un soldador de granos. Aquellos granos que por diferentes motivos, ya sea por problemas en el cultivo o en el primer secado, se han quebrado, al gelatinizarse el almidón se recomponen, dándole mayor valor económico. Esto hace que generalmente la industria busque aquellos lotes más quebrados para ser parbolizados por mejores rendimientos.

Es posible adquirir en el mercado tipos de arroz en cáscara más baratos, pues no importa que estén malos o dañados por la forma inadecuada del secado, puede que estén manchados o ardidos.

Durante el proceso de maceración y su posterior vaporización con aplicación de presión, el almidón contenido en el arroz se torna gelatinoso, se consigue así mismo eliminar la opacidad del grano, tiza, panza blanca, también se consigue mayor dureza después de seco, posibilitando a que se quiebren en una proporción mucho menor durante el proceso de pulimento.

Se ha podido comprobar que por repetidos análisis efectuados con diferentes tipos de arroz parbolizado, se obtiene de 10 % a 15 % más de granos enteros. Económicamente hablando, se multiplica el aumento de arroz entero y el arroz quebrado, es multiplicado este resultado por el número de kilos a ser pasados por el proceso de parbolización, y se puede verificar una gran ventaja resultado de este último. Los granos previamente clasificados en el campo (yesados y opacos) en su mayoría son vulnerables en el proceso de beneficio del arroz no parbolizado.

Algunos, en tanto, se quiebran en pequeñas partículas, en el proceso de beneficio de arroz parbolizado, apareciendo como quebrados, en vez de polvillo, representando un mejor valor económico. Casi todos estos granos clasificados continúan manteniéndose como granos enteros, sin que se quiebren.

El grano resultante es muy duro, por lo cual difícilmente es atacado por insectos. Permanece por períodos largos de almacenamiento, sin cambiar su sabor ni su olor. No registra pérdidas de nutrientes durante su almacenamiento.

Nutritivas

Mayor tenor de vitaminas y minerales hidrosolubles que pasan desde las capas externas al centro del grano durante el proceso. Las vitaminas son del complejo B, niacina, riboflavina y tiamina, vitaminas que intervienen en el metabolismo de los hidratos de carbono para la generación de energía, además de cumplir un rol importante en el funcionamiento del sistema nervioso. Los minerales son el Calcio, Potasio, Magnesio y Selenio.

Presenta un Índice Glucémico más bajo que el arroz común, lo que significa que la liberación de glucosa en sangre es más lenta por lo cual es un alimento recomendado por la American Diabetes Association para aquellas personas que deben tener una dieta controlada. Esto se debe a los cambios estructurales que se producen al almidón al gelatinizarse.

Presenta alta digestibilidad por lo cual está recomendado en la alimentación del adulto mayor y de los niños

Existe una gran diferencia entre el contenido de vitaminas del arroz parbolizado y el arroz blanco común. Esta diferencia es más del doble.

Los granos se endurecen, adquiriendo gran resistencia, razón por la cual los granos quiebran menos durante el proceso.

Debido al grado de limpieza que es sometido el arroz parbolizado, el producto con cáscara no contiene impurezas. Así mismo se obtiene una mejor capacidad de almacenamiento en silos o almacenes destinados a conservar el arroz

La pérdida de nutrientes durante el lavado (en casa) es reducida.

El salvado de arroz parbolizado contiene más aceite, el cual es relativamente estable para el desarrollo de otros productos.

Comerciales

El arroz parbolizado pulido aumenta hasta 5 % en su peso, en el rendimiento general, en comparación con el mismo tipo de grano descascarado y pulido por un proceso común.

La cantidad que granos que se quiebran se reduce al 10% como máximo del total del rendimiento general del arroz al ser descascarado y pulido.

El arroz parbolizado consigue mejores precios, por su mayor poder nutritivo resultante de la introducción en el grano con cáscara de vitaminas, proteínas y minerales existentes en el germen y en polvillo por el proceso de parbolización.

Al aumentar el poder nutritivo, el arroz parbolizado posee otras ventajas sobre el arroz común, tales como:

Sociales

La principal ventaja social es la referida a la prevención de enfermedades como el beri-beri y otras causadas por la desnutrición, esto gracias a la mejora de la dieta común de la población, que disminuiría la tasa de desnutrición y además la de mortalidad. Reflejándose un mayor nivel de salud en la población.

Mejoras en los programas nacionales de distribución de alimentos, que brindarían este producto a los pueblos menos favorecidos.

Mejora del nivel industrial de los molinos de arroz, debido a los conocimientos y tecnologías adquiridas con este proceso que dan a este sector industrial ventajas apreciables para la inversión extranjera y negociación internacional.

Apertura de una nueva cadena comercial que involucra al arroz parbolizado y a sus subproductos, esto genera de por sí inversión y más trabajo para la población tanto profesional como no calificada.

Elaboración: Rostran & Rodríguez (2014)

1.3.2. Teorías de Importación

A continuación se presentan aspectos claves de la importación, desde la conceptualización de esta operación, sus diferentes clasificaciones, el marco legal peruano donde se desarrollan, procesos, regulaciones, entre otros.

1.3.2.1. Definición de importación

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria [SUNAT] (s.f.) la **importación** es *“el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubieren, y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras. Las mercancías extranjeras se considerarán nacionalizadas cuando haya sido concedido el levante”* (sección Aduanas / Importación).

De otro lado, para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] (2013) la importación es el *“ingreso legal de mercancías procedentes del extranjero con fines principalmente de carácter comercial, pudiendo también tener fines de naturaleza personal, social o benéfica, entre otros permitidos por nuestra legislación. Las importaciones sirven para abastecer al mercado nacional ante la insuficiencia de producción y son fundamentales para asegurar la provisión para el consumo y la producción nacional”* (p. 10).

1.3.2.2. Tipos de importación

El MINCETUR (2013) en su guía básica del importador clasifica las importaciones en 2 tipos, estos son:

- **Importación Directa**, realizada por empresas dedicadas a la importación de diferentes productos para su distribución en el mercado local, en la que también se incluyen las materias primas a utilizarse en la producción de bienes intermedios o terminados. Aquí es la empresa importadora la responsable de realizar la liquidación de obligaciones con terceros y el pago de impuestos correspondiente, tal es el caso de muchos importadores de arroz en el Perú.
- **Importación Indirecta**, cuando una empresa utiliza los servicios de otra empresa para realizar la importación de productos, este es el caso de

muchos distribuidores de arroz parbolizado en el Perú que no importan directamente el producto. En este caso la empresa intermediaria es la responsable de liquidar los gastos aduaneros y realizar el pago correspondiente.

La Ley General de Aduanas aprobada por Decreto Legislativo Nro. 1053 clasifica y regula las importaciones dentro de una tipología de Regímenes Aduaneros, estableciendo dentro de los Regímenes de Importación los siguientes:

- **Importación para el consumo**, el que permite el ingreso de mercaderías al territorio aduanero para su consumo definitivo previo pago o garantía de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, recargos, entre otros. A este régimen corresponden las importaciones de arroz parbolizado en el Perú.
- **Reimportación en el mismo estado**, el que permite el retorno de mercaderías previamente exportadas sin la aplicación de derechos arancelarios y otros con la condición de que no hayan sido sometidas a ninguna transformación, elaboración o reparaciones en el extranjero, perdiendo los beneficios de la exportación previa.
- **Admisión temporal para reexportación en el mismo estado**, el que permite el ingreso de mercaderías al territorio nacional con suspensión del pago de derechos arancelarios y otros siempre que sean destinados a un fin determinado temporal en el Perú sin haber sufrido transformación o modificación alguna y que sean nuevamente reexportadas.

1.3.2.3. Estrategia de importación

El MINCETUR (2013) identifica algunos aspectos estratégicos claves a considerar para efectuar un proceso de importación, estos son:

- i) Conocer el mercado interno y la sostenibilidad del proyecto,

- ii) Contar con información necesaria del mercado de origen (tratados, acuerdos comerciales, restricciones, etc),
- iii) Conocer si el producto a importar cuenta con las condiciones de infraestructura para su traslado y mantenimiento.
- iv) Conocer si la tecnología a importar traerá los beneficios de escala para ser competitivo en el mercado local.
- v) Si el producto contará con la adecuada combinación de calidad y precio.T
- vi) Tener acceso a información suficiente y oportuna sobre las tendencias del mercado, y
- vii) La realización de un planificación de la importación que contenga un estudio de mercado y análisis de factibilidad económica de la importación.

1.3.2.4. Régimen arancelario y tributario aplicable a las importaciones

La importación de arroz parbolizado requiere como todo producto la identificación del arancel que será aplicado al producto, la existencia de preferencias arancelarias, un adecuado análisis de mercado a través de la recopilación de estadísticas, así como la ubicación dentro del listado de mercaderías restringidas que requerirán permisos o autorizaciones especiales de alguna entidad pública.

Para estos aspectos la Organización Mundial de Aduanas [OMA] estableció un sistema de clasificación numérica de los productos denominado Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías [SA], asignando a cada producto una partida arancelaria donde se señala: la descripción del producto, la partida arancelaria, la tasa de derechos arancelarios aplicable y reglas de interpretación (Mincetur, 2013).

El análisis del arroz parbolizado presenta muchos desafíos para su análisis a través de la partida arancelaria puesto que el SA no discrimina el arroz blanco del arroz parbolizado y ambos se encuentran clasificados así:

Tabla 2*Partida arancelaria del arroz pilado*

SECCIÓN:II CAPITULO:10	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL Cereales
10.05 <u>1005.10.00.00</u>	Maíz. - Para siembra - - Maíz duro (Zea mays convar. vulgaris o Zea mays var. indurata):
1005.90 <u>1005.90.11.00</u>	- Los demás: - - - Amarillo
<u>1005.90.12.00</u>	- - - Blanco
<u>1005.90.19.00</u>	- - - Los demás
<u>1005.90.20.00</u>	- - Maíz reventón (Zea mays convar microsperma o Zea mays var everta)
<u>1005.90.30.00</u>	- - Blanco gigante (Zea mays amilacea cv gigante)
<u>1005.90.40.00</u>	- - Morado (Zea mays amilacea cv morado)
<u>1005.90.90.00</u>	- - Los demás
10.06 1006.10	Arroz. - Arroz con cáscara (arroz "paddy"):
<u>1006.10.10.00</u>	- - Para siembra
<u>1006.10.90.00</u>	- - Los demás
<u>1006.20.00.00</u>	- Arroz descascarillado (arroz cargo o arroz pardo)
<u>1006.30.00.00</u>	- Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado
<u>1006.40.00.00</u>	- Arroz partido
10.07 <u>1007.10.00.00</u>	Sorgo de grano (granífero). - Para siembra
<u>1007.90.00.00</u>	- Los demás

Fuente: **SUNAT**

A nivel general de acuerdo a cada tipo de mercancía hay una afectación de diversos tributos para su nacionalización, estos son:

- **Derechos Ad-Valorem**, que graba la importación de los bienes a partir de un porcentaje del valor CIF según las normas de valor de la Organización Mundial del Comercio [OMC]. En el Perú los porcentajes son 0%, 6% y 11% y están fijados tomando en cuenta diversos factores como la protección de la industria nacional, el aporte a la industrialización en el mercado, fines exclusivos de recaudación, entre otros. Los acuerdos comerciales que firman los países a nivel bilateral o multilateral en búsqueda del libre comercio buscan reducir, liberar o exonerar la aplicación de estos derechos principalmente.
- **Impuesto General a las Ventas (IGV)**, que graba a los bienes importados a un nivel del 16% del valor CIF más los otros aranceles e impuestos aplicables a la importación.
- **Impuesto de Promoción Municipal (IPM)**, que graba a los bienes afectos al IGV, a un nivel del 2% del valor CIF más los otros aranceles e impuestos aplicables a la importación.

Si bien estos derechos e impuestos son aplicables a la gran mayoría de productos de importación, en el caso del arroz, azúcar, maíz amarillo duro y leche se aplica un tratamiento diferenciado, pero no necesariamente ventajoso para el importador, conocido como **Derecho Específico** producto del **Sistema de Franja de Precios [SFP]**. El que a diferencia del Arancel Ad-Valorem no se aplica en función de un porcentaje del valor CIF sino en función de montos determinados por la cantidad importada del producto. En el caso del arroz se aplican un monto por tonelada importada en función al comportamiento del precio de arroz uruguayo, en el cuál se profundizará en los resultados de la investigación.

El arroz además debe pagar un impuesto que reemplaza al IGV y que es diferente a este en cuanto a porcentaje denominado **Impuesto a la Venta de Arroz Pilado (IVAP)** el cuál no se traslada a los siguientes participantes de la cadena como si sucede con el IGV. El IVAP se aplica a un nivel del 4% del Valor CIF de importaciones más el Derecho Específico vigente.

La SUNAT describe al impuesto IVAP así:

Es el Impuesto que deben pagar todas las personas que realizan la primera venta de arroz pilado en el país. También grava la importación definitiva de arroz pilado y de las siguientes variedades: arroz descascarillado (arroz cargo o arroz pardo), arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado, arroz partido, salvados, moyuelos y demás residuos del cernido, de la molienda, incluido "pellets" de arroz.

Se entiende por arroz pilado, el arroz que ha sido descascarado y blanqueado en un Molino y se encuentra listo para su comercialización y consumo.

La primera venta se da cuando luego de pilar el arroz en el molino, el agricultor, acopiador o comercializador realiza la venta de "arroz pilado" en el país.

También se considera como primera venta, cuando se efectúa el retiro de arroz pilado fuera de las instalaciones del molino. (sección Empresas / Otros Tributos – Empresas)

Otros impuestos en aduanas que podrían encontrarse pero no se aplican al arroz son el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), los Derechos Antidumping y Compensatorios Salvaguardias, así como el Régimen de Percepciones IGV – Venta interna que no se refleja en la Declaración Aduanera de Mercaderías (DAM).

1.3.2.5. Trámites y documentos

Los documentos transversales para toda importación están representados por los siguientes:

- **Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)**, anteriormente conocida como Declaración Única de Aduanas (DUA), que viene a ser el documento oficial exigido por la Aduana para regularizar todo despacho de importación. Este documento es confeccionado y suscrito por el importador, dueño o consignatario a través del Agente de Aduanas o despachador oficial, sobre la base de taos del conocimiento de embarca y factura comercial principalmente (Mincetur, 2013). En la declaración de Aduana se mostrarán las especificaciones de la importación, valores, cantidades, los derechos arancelarios a pagar y sobre todo la descripción comercial de la mercadería, entre otros.

Respecto a la declaración comercial la DAM muestra hasta 5 niveles para describir la mercadería, los cuáles representan para esta investigación el desafío para el análisis de aquellas importaciones de arroz que corresponden a la presentación parbolizada para poder cumplir con los objetivos de la investigación y poder filtrarlas para estudiar su comportamiento en el mercado peruano.

- **Factura Comercial**, que debe reflejar los detalles de la razón social del remitente y del importador, la descripción de la mercadería en cuanto a cantidades, clases, códigos, marcas, características técnicas, entre otros. Además reflejar claramente los valores FOB y de ser el caso el flete y seguro internacional.

- **Documentos de Transporte**, los cuáles pueden ser el Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of Lading (BL), la Guía Aérea, Aviso Postal o Carta Porte en el caso de transporte terrestre. Este documento representa el más importante y constituye en sí mismo un título valor que representa la propiedad de la mercadería y prueba del tránsito comercial, el mismo puede ser endosable, negociable y sujeto de garantía comercial.
- **Póliza de seguro de transporte (opcional)**, que cubre los riesgos del transporte hasta un determinado importe que no puede exceder el valor facturado de la mercadería.

Otros documentos requeridos de acuerdo al régimen de importación solicitado, tipo de mercadería son:

- **Certificado Fitosanitario**: aplicados generalmente para mercaderías de uso o consumo humano y que son solicitados por las autoridades competentes como el Servicio Nacional de Sanidad Agraria [SENASA], la Dirección General de Salud Ambiental [DIGESA], la Dirección General de Medicamentos, Indumos o Drogas [DIGEMIN], entre otros, para acreditar que los productos no están afectados a ninguna enfermedad, insectos nocivos, agentes contaminantes y/o que hayan sido elaborados de conformidad con las normas preescritas.

En el caso del arroz se necesitan tres documentos relacionados:

- El Registro Sanitario otorgado por DIGESA para un producto importado, el cuál se tramita por una sola vez para todas las futuras importaciones por cada marca y fabricante.
- El Permiso Fitosanitario de Importación (PFI) para asegurar la trazabilidad del producto y que establece las condiciones fitosanitarias que debe cumplir el producto en origen, en el caso del arroz parbolizado la normativa no exige la tramitación del PFI.
- El Certificado Fitosanitario que se emite en el país de origen donde se acredita el cumplimiento de las normas establecidas en el PFI en caso de arroz blanco, este documento es opcional en

el caso de arroz parbolizado, sin embargo los principales países proveedores de esta presentación tienen la obligación de emitirlos en sus países de origen sea Brasil, Uruguay, Tailandia o EEUU.

- **Certificado de Calidad:** a solicitud del importador y que son emitidos por los laboratorios acreditados en los países de origen de las mercancías. En el caso de arroz es opcional solicitarlo para cada embarque, pero obligatorio para obtener el Registro Sanitario de DIGESA del producto importado.
- **Certificados de Origen:** aquel que garantiza el origen de las mercancías y que es obligatorio para identificar el tratamiento arancelario que le corresponde, puesto que existen acuerdos comerciales diversos (CAN, ALADI, SGP, ATPDEA, APC, etc.). En el caso del arroz pulido (blanco o parbolizado) para sus actuales mercados de abastecimiento solo EEUU tiene exoneración del Derecho Específico mencionado en párrafos anteriores.

1.3.2.6. Transporte y embalaje

El transporte de mercancías se definirá tomando en cuenta aspectos como tarifa, distancia, tiempo de transporte o “transit time”, naturaleza de la carga, valor de la mercadería, seguros, embalajes, reglamentaciones, riesgos, costos de carga y descarga, rutas e instalaciones (Mincetur, 2013).

En el caso del arroz por ser un producto relativamente no perecible y de alto volumen, se utiliza el transporte marítimo en contenedores estándar secos de 20 pies, en los cuáles se acostumbra en su mayoría apilar 500 bolsas o sacos de 50 kilogramos cada uno para un total de 25 TM por contenedor, no se utilizan paletas o “parihuelas”. Sin embargo hay casos excepcionales de presentaciones de 1 kg paletizado, 25 kg no paletizado, etc. Incluso se da el caso de embarques de 515 sacos de 50 kg por contenedor.

Las normas de etiquetado y marcado en las importaciones deben cumplir las reglamentaciones establecidas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual [INDECOPI] para el caso del arroz son: datos completos del fabricante, datos completos del importador, marca, número de lote, número de registro sanitario, país de origen, peso neto e instrucciones de conservación.

1.3.2.7. Determinación de la viabilidad económica y financiera a través del plan de negocios

Balanko (2010) recomienda que este documento debe ser formal y organizarse de la siguiente manera: resumen ejecutivo, descripción del negocio, productos y servicios, análisis de la industria, análisis del mercado, estrategia de marketing, operaciones y administración, plan de implementación, plan financiero y por último el plan de contingencia. En esta investigación se adaptará este esquema para las necesidades de los objetivos de investigación.

Los principales aspectos del Plan de Negocios son:

a) **Resumen ejecutivo:** Es una descripción breve donde se logra despertar el interés del empresario o algún lector donde debe contener la información de la empresa, el producto, el mercado objetivo como también mostrar los resultados de la evaluación económica. En el caso de la presente investigación el resumen ejecutivo del plan de negocios que determinará la viabilidad de la importación de arroz parbolizado el que está comprendido en el resumen ejecutivo de esta investigación.

b) **Formulación de la idea de negocio:** La formulación de la idea de negocio surge del por qué uno quiere iniciar una actividad, donde ve que es lo que el mercado le pide para que la idea pueda cubrir la necesidad que tiene dicha demanda, evaluando antes las necesidades y si esta las cumpliría. Se considera que la formulación de la idea de negocio está contenida en la formulación del planteamiento del problema que refleja la necesidad de importar arroz parbolizado.

c) **Análisis del entorno:** Esto permite al empresario identificar las amenazas que dificultan el ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rubro de la empresa. En un análisis del entorno se estudian factores económicos, sociales, políticos y legales, tecnológicos y ambientales. En el presente estudio se analizará el entorno externo e interno de la comercialización y consumo de arroz parbolizado en el Perú.

d) **Análisis del mercado:** Para un análisis es fundamental para descubrir la oportunidad sobre la base de las cuales surgen ideas de negocio. Esto permite al empresario identificar la demanda insatisfecha que dificultan el ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rubro de la empresa, contiene el análisis de los siguientes elementos

Oferta: Es la cantidad que los interesados en vender pueden o disponen, para que puedan ofrecer a sus clientes, en el caso de esta investigación estará comprendida en función de la producción local más las importaciones menos las exportaciones de arroz, y dentro de esa oferta las cantidades representadas por el arroz parbolizado

Demanda: Es la cantidad de productos o bienes que los consumidores finales están dispuestos a adquirir. En el caso de esta investigación se utilizarán los comportamientos históricos del consumo para poder proyectarlos en un horizonte que abarque los años 2019 al 2025.

e) **Planeamiento estratégico:** El plan estratégico comienza con una relación de las variables que representan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Las oportunidades y amenazas son identificadas en el análisis del entorno y en el análisis de la industria gracias al estudio del mercado de destino. Posteriormente se presentan las debilidades y las fortalezas de la empresa, y su interrelación de fuerzas para la determinación de las estrategias a seguir.

f) **Plan de marketing:** Según Vargas (2013) “el marketing es una técnica comercial que consiste en analizar y satisfacer las necesidades de los clientes para poder hacer llegar el producto o servicio de sus consumidores cumpliendo sus os, además, realza el producto y lo hace más atractivo para

incrementar las ventas”. Para Vargas (2013) el objetivo de Marketing es el de las ventas, esto se debe establecer en función a la demanda estimada en el sondeo de mercado, a las expectativas del empresario y a la capacidad de producción y endeudamiento de la empresa. Este plan se refleja en la mezcla del Marketing: Se utiliza para posicionar los productos o servicios en el mercado objetivo. Se define como las 4 P: Producto, precio, plaza y promoción. Todos estos elementos conforman la oferta.

Producto: Tiene las características de ser físicas (tangibles) y psicológicas (intangibles) en la cual el individuo percibe y satisface sus deseo y necesidades.

Precio: Desde la perspectiva del marketing, el precio es una variable relativa ya que cada cliente o consumidor puede percibirlo de manera diferente. Por lo que se puede decir que el precio es el valor que representa para una determinada persona la adquisición de un producto.

Plaza: Es otro elemento del marketing mix donde se utiliza diferentes medios para que el producto llegue satisfactoriamente al consumidor. Se conoce también como los Canales de Comercialización, es decir los medios en la cual se va hacer llegar el producto hasta el cliente o consumidor en las cantidades apropiadas, en el tiempo indicado y a un precio conveniente (Vargas, 2013).

Promoción: Consiste en dar a conocer el producto a través de un mensaje y que este tenga una respuesta en el público objetivo que se va destinado el producto.

En la tabla 1.3, según lo que indica Vargas, veremos qué elementos son los más indispensables en la promoción con sus respectivas teorías:

Tabla 3

Elementos de Promoción

Publicidad	Es el principal medio en la cual se puede promocionar un producto. A través de ella se da a conocer informar, persuadir a que el consumidor adquiera nuestro producto.
Venta personal	Consiste en promocionar el producto a través de una interacción directa entre el ofertante y demandante.

Relaciones Públicas	Son las acciones que ayudan a mantener la relación entre la organización y el público general. Así como mantener una imagen positiva de la empresa ante la opinión pública.
Merchandising	Son las actividades o características que tienen la finalidad de estimular la compra del consumidor o aumentar las ventas.
Marketing directo	Establece una comunicación directa con el consumidor, en lo cual se cultiva una relación directa y obtener una respuesta inmediata.

Fuente: **Vargas (2013)**.

g) **Plan de operaciones:** El Plan de operaciones identifica las operaciones que deberán tener una buena estructura para el control dentro del plan de negocios que no solo ayudará a operar mejor el negocio, si no exhibirá su filosofía de administración hacia el inversionista.

h) **Plan de organización y recursos humanos:** El Plan de organización y recursos humanos identificará la estructura que debe tener la empresa, las funciones de las personas involucradas en los procesos del negocio para garantizar el cumplimiento de los objetivos del plan de negocios.

i) **Plan de responsabilidad social empresarial (RSE):** El Plan de RSE reflejará las estrategias que debe tomar la empresa para aprovechar las fuerzas impulsoras del entorno y sus “stakeholders” comprendido por personas y organizaciones que pueden ser afectados positiva y negativamente por la puesta en marcha del proyecto. Este plan también sirve para contrarrestar las fuerzas de resistencia que los stakeholders pueden mostrar en el entorno donde se desarrolla el negocio y así también garantizar su éxito.

j) **Plan financiero:** Todo plan de negocios debe de tener proyecciones y análisis financieros, los cuales permitan establecer, identificar el nivel de ventas y utilidades esperadas del negocio. Muy aparte de que las proyecciones son a futuro e inestables o por ende no son ciertas, estas son muy necesarias para poder

evaluar la rentabilidad que tendrá el negocio.

Flujo de caja:

El flujo de caja básicamente hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa, entidad o proyecto en un período dado o determinado.

Los flujos de caja son importantes porque facilitan la información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Es por esta razón, que resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa.

Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa, pues esta herramienta también permite obtener una planificación financiera y evaluación de proyectos que sirva para: Planificar, ordenar y controlar la liquidez de la empresa por un periodo determinado.

Análisis de la rentabilidad:

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas en unidades monetarias, en porcentaje o en tiempo que demora la recuperación de la inversión.

En la evaluación de un plan de negocios o proyectos de inversión se utilizan 3 (indicadores de rentabilidad los cuales se consideran los más principales y con los cuales se puede determinar la viabilidad financiera de un proyecto productivo.

Los indicadores financieros para determinar la rentabilidad de los planes de negocios son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rentabilidad (TIR), Relación Beneficio Costo (R B/C) y Período promedio de recuperación de la inversión.

Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad del negocio.

Este proceso consiste en analizar diferentes escenarios, ya sean muy conservadores o muy optimistas modificando algunas variables del flujo de caja, como, por ejemplo: el precio de los productos, las tasas de interés, las variaciones de los ingresos entre otros. Pero para el caso de empresas exportadoras, las variaciones en el tipo de cambio y la inflación local, podrían ser las variables de mayor importancia para hacer el análisis de sensibilidad.

A continuación, se detalla los diferentes Escenarios tomados en cuenta en un análisis de sensibilidad:

Pesimista: Se puede decir que es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.

Moderado: Resultado más probable que se espera en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.

Optimista: Cabe la posibilidad de lograr más de lo que se proyectado, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿El análisis histórico de la comercialización de arroz parbolizado en el Perú y su proyección hacen viable económica y financieramente un nuevo proyecto de importación?

Problemas específicos

¿Cuál ha sido el comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado durante el siglo XXI?

¿Cuál será el comportamiento proyectado del consumo de arroz parbolizado en el Perú hasta el 2025?

¿Cuáles son los planes de marketing, operaciones, organizacionales y de RSE adecuados para hacer viable la importación de arroz parbolizado?

1.5. Justificación e importancia

Justificación e Importancia Científica: La investigación permitirá conocer las tendencias del mercado internacional en el consumo de arroz, se identificarán los principales socios comerciales de Perú, así como sus exigencias en cuanto a cantidad, calidad y precio enfocados a nivel general en el arroz y en forma específica en el arroz parbolizado.

A la fecha no existe ninguna investigación relacionada a la comercialización y consumo del arroz parbolizado en el Perú por lo que esta investigación será el

pilar de conocimiento con el cuál se podrá establecer políticas para el éxito de la comercialización de esta presentación de arroz en Perú.

Justificación e Importancia Institucional: Garvi Trading actualmente solo vende arroz, azúcar y otros alimentos importados o producidos localmente por terceros y busca ampliar sus mercados para incrementar sus ingresos económicos. El tener proyección internacional a través de un proyecto de importación llevará a la búsqueda de optimizaciones y mejoras en la calidad de sus procesos y así alcanzar la sostenibilidad económica.

La Universidad Señor de Sipán, contará con una publicación de una egresada de su casa de estudios, proyectando y consolidando en el mercado su compromiso con la investigación y publicación de estudios relevantes para los tiempos actuales de mercado.

Justificación e Importancia Social: A nivel social permitirá la identificación de los beneficios nutricionales del consumo de arroz parbolizado en contraposición al consumo de arroz blanco tradicional, generando el consumo de un producto completo que además tiene consideraciones importantes para la reducción de los indicadores de anemia desde ya que puede ser parte de los programas actuales de alimentación del poder ejecutivo.

1.6. Hipotesis

Hipótesis general

La comercialización histórica de arroz parbolizado en el Perú y su proyección hacen viable económica y financieramente un nuevo proyecto de importación.

Hipótesis específicas

El comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado en el siglo XXI ha crecido en forma exponencial y con alto dinamismo.

El análisis de la oferta y demanda de arroz parbolizado importado en el Perú hasta el año 2025 muestra una futura demanda insatisfecha que puede ser cubierta por un nuevo proyecto de importación.

Los planes estratégicos de marketing, operaciones, organizacional y de responsabilidad social empresarial son adecuados para la viabilidad de la importación de arroz parbolizado.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Analizar la comercialización histórica de arroz parbolizado en el Perú y su proyección para determinar la viabilidad económica y financiera de un nuevo proyecto de importación.

1.7.2. Objetivos específicos

Analizar el comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado en el siglo XXI.

Proyectar la oferta y demanda de arroz parbolizado importado en el Perú hasta el año 2025.

Proponer planes estratégicos adecuados de marketing, operaciones, organizacional, de recursos humanos y de RSE para hacer viable la importación de arroz parbolizado.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

En este apartado se presenta el tipo y diseño de investigación que se realizó para poder dar respuesta a los objetivos de investigación.

Tipo de investigación

Por el enfoque

Esta investigación según el enfoque cuantitativo y cualitativo, porque pretende definir los flujos históricos de importación en sus dimensiones monetarias, de volumen, precios y marcas, para identificar las principales variables a tomar en cuenta para el desarrollo exitoso de las operaciones de importación de arroz parbolizado por parte de Garvi Trading.

Por el propósito

Esta investigación en su relación con el conocimiento científico, es principalmente Aplicada puesto que al tener un esquema de Plan Estratégico de Negocios, permite tomar en cuenta diferentes herramientas de gestión desarrolladas durante la carrera profesional de Negocios Internacionales, en las cuales convergen las bases teóricas relacionadas a análisis estratégico, planes de marketing, de operaciones, de recursos humanos, financiero, entre otros.

Por el nivel de alcance

Según el nivel de alcance se determina que la presente investigación es explicativa, puesto que dará a conocer cómo se desarrolla el mercado actual de comercialización de arroz parbolizado y su consumo en el mercado peruano, quiénes son los participantes, cuáles son las claves del análisis histórico de importaciones y su proyección, así como proponer actividades a seguir para orientar de forma más estratégica los intereses de importación de la empresa.

Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental descriptivo, porque se observará fenómenos tal y como se dan en el contexto natural, para después analizarlos. Es decir, se recogerá información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables relacionadas con las empresas importadoras

de arroz parbolizado, así también las tendencias de consumo para proyectarlas durante un período de tiempo que corresponde a los años 2019-2025.

2.2. Población y muestra

Población

La población está determinada por todas las empresas que importan arroz parbolizado durante los años 2000-2019. La unidad de análisis está conformada por las empresas importadoras de arroz en el Perú durante los años 2000-2019.

Muestra (n)

La muestra en la que inciden los estudios para la mayoría de variables del plan de negocios se centran en las empresas importadoras de arroz parbolizado durante los años 2014-2019.

2.3. Variables y operacionalización

2.3.1. Variables

En este apartado se muestran las variables de estudio de la investigación así como su interrelación para desarrollar la investigación final de tesis a través de las herramientas de operacionalización.

Definición conceptual

Variable dependiente: Viabilidad económica y financiera del proyecto de importación de arroz parbolizado.

Variables independientes: Análisis, Proyección y Plan de Negocios de Importación.

2.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 4

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Subdimensiones	Indicador	Subindicadores	Técnica	Instrumentos	Población	Muestra
Viabilidad económica y financiera	Económico	Valor actual neto	VANE		Financiera	Excel	Mercado seleccionado en OE2	Segmento seleccionado en OE3
		Tasa interna de retorno	TIRE		Financiera	Excel	Mercado seleccionado en OE2	Segmento seleccionado en OE3
	Financiero	Valor actual neto	VANF		Financiera	Excel	Mercado seleccionado en OE2	Segmento seleccionado en OE3
		Tasa interna de retorno	TIRF		Financiera	Excel	Mercado seleccionado en OE2	Segmento seleccionado en OE3
Análisis histórico de importaciones	Importaciones	Valor importado	USD CIF	País proveedor Importador Aduana	Análisis documental	Análisis de contenido	Importaciones peruanas de arroz	Importaciones de arroz parbolizado
		Cantidad importada	TM	País proveedor Importador Aduana	Análisis documental	Análisis de contenido	Importaciones peruanas de arroz	Importaciones de arroz parbolizado
		Precio	USD CIF / TM	País proveedor Importador Aduana	Análisis documental	Análisis de contenido	Importaciones peruanas de arroz	Importaciones de arroz parbolizado
		Marcas	Valor importado Cantidad importada Precio	USD CIF TM USD CIF / TM	Análisis documental	Análisis de contenido	Importaciones peruanas de arroz	Importaciones de arroz parbolizado
Proyección de oferta y demanda	Oferta	Importación	TM		Análisis documental	Análisis de contenido	Importaciones peruanas de arroz	Importaciones de arroz parbolizado
		Producción	TM		Análisis documental	Análisis de contenido	Producción de arroz peruano	Producción de arroz peruano

Plan de negocios de importación	Demanda	Exportaciones	TM		Análisis documental	Análisis de contenido	Exportaciones peruanas de arroz	Exportaciones peruanas de arroz	
		Población	#		Análisis documental	Análisis de contenido	Población peruana	Población peruana	
	Plan de marketing	Marketing Mix	Segmentación y Posicionamiento	Segmentación Posicionamiento	Estrategia Estrategia Cantidad, disponibilidad, presentación, beneficios	Análisis Documental y Entrevistas	Análisis de Contenido y Guía de Entrevistas	Importadores de arroz parbolizado histórico	Importadores de arroz parbolizado 2014-2019
			Producto		Costos, precios y cotizaciones				
			Precio		Canal de distribución				
			Plaza		Promoción, publicidad, relaciones públicas				
	Plan de operaciones	Procesos de Transformación	Infraestructura de la empresa	Maquinaria y equipos		Análisis Documental	Análisis de Contenido	Importadores de arroz parbolizado histórico	Importadores de arroz parbolizado 2014-2019
			Proceso y programa de importación	Procesos		Análisis Documental	Análisis de Contenido		
	Plan organizacional	Organización Empresarial	Organigrama	Organigrama		Análisis Documental	Análisis de Contenido	Importadores de arroz parbolizado histórico	Importadores de arroz parbolizado 2014-2019
			Funciones	MOF		Análisis Documental	Análisis de Contenido		
Plan de responsabilidad social empresarial	RSE	Estructura Salarial	Planilla		Análisis Documental	Análisis de Contenido	Importadores de arroz parbolizado histórico	Importadores de arroz parbolizado 2014-2019	
		Análisis de Stakeholders	Stakeholders		Análisis Documental	Análisis de Contenido			

Fuente: Elaboración propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas

Análisis documental: Basada principalmente en la información bibliográfica y los reportes de mercado del comercio nacional y mundial de arroz, así como el desempeño de los participantes de la industria de importación de arroz parbolizado. Se utilizaron diversas Hojas de Análisis Documentario y herramientas de Inteligencia Comercial Internacional.

Entrevistas: Se realizó entrevistas a los actores principales de la importación de arroz parbolizado en el Perú. El documento utilizado es la Guía de Entrevista.

Validez y confiabilidad

La validez y confiabilidad de los instrumentos de Recolección de Datos se determinó a partir de la revisión de expertos y la aplicación a través de un ensayo en uno de los participantes de la población.

2.5. Procedimientos

La presente investigación se ha desarrollado bajo el siguiente procedimiento, que se describe a continuación: en primer lugar se ha definido la problemática a investigar, luego se buscó información en artículos, revistas, tesis y libros acerca de las dos variables que se investigan, permitiendo conocer la realidad problemática de otras empresas en otros países, también a nivel nacional y local, en referencia del análisis histórico de la comercialización de arroz parbolizado en el Perú y su viabilidad económica y financiera. Posteriormente se ha definido, las teorías de las variables, mediante las mismas, se pudo de operacionalizar a las variables para determinar la forma de medición de las mismas, con técnicas de análisis documental y entrevista a personas que conocedores de la comercialización de arroz parbolizado.

Luego se obtuvo, la información que fue organizada, acorde a los objetivos de la investigación que fue presentado, mediante tablas y figuras para su análisis respectivo que fue descrito, para luego realizar la discusión de cada objetivo y luego

realizar una propuesta de investigación y finalmente emitir las conclusiones y recomendaciones.

2.6. Criterios éticos

Respeto por las personas. Este principio requiere que los sujetos de investigación sean tratados como seres autónomos, permitiéndoles decidir por sí mismos. Se debe brindar protección adicional a los individuos incapaces de decidir por sí mismos. Este principio se aplica a través de la obtención de consentimiento informado (CI). El CI se obtiene de aquellos sujetos de investigación que son capaces de tomar decisiones sobre sí mismos, asegurando su comprensión de la información proporcionada.

Beneficencia. En relación a la ética de investigación, la beneficencia significa una obligación a no hacer daño (no maleficencia), minimización del daño y maximización de beneficios. Este principio requiere que exista un análisis de los riesgos y los beneficios de los sujetos, asegurándose que exista una tasa riesgo/beneficio favorable hacia el sujeto de investigación.

Justicia. Este principio se refiere a la justicia en la distribución de los sujetos de investigación, de tal manera que el diseño del estudio de investigación permita que las cargas y los beneficios estén compartidos en forma equitativa entre los grupos de sujetos de investigación. Es decir, los sujetos no deben ser elegidos en razón que están fácilmente disponibles o porque su situación los hace más fácilmente reclutables, como sería el caso de sujetos institucionalizados o individuos de menor jerarquía.

2.7. Criterios de rigor científico

Las principales consideraciones éticas para el desarrollo de la presente investigación están contenidas en la siguiente tabla.

Tabla 5

Aspectos éticos

Criterios	Características éticas del criterio
Ambiental	La propuesta de solución propiciará el cuidado del medio ambiente.

Confidencialidad	Se asegurará la protección de la identidad de la institución y las personas que participan como informantes de la investigación.
Objetividad	El análisis de la situación encontrada se basará en criterios técnicos e imparciales.
Originalidad	Se citarán las fuentes bibliográficas de la información mostrada, a fin de demostrar la inexistencia de plagio intelectual.
Veracidad	La información mostrada será verdadera, cuidando la confidencialidad de ésta.
Derechos humanos	La propuesta de solución propiciará el respeto a los derechos humanos en la entidad de estudio.

Fuente: **USS – Investigaciones de Negocios Internacionales**

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

3.1.1. Análisis el comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado en el siglo XXI

3.1.1.1. Producción mundial de arroz pilado

De acuerdo a las cifras del FAOSTAT, reflejadas en la figura 3.1 las estimaciones realizadas de producción de arroz en cáscara en el año 2017 arrojan una cifra de 3'038,524 de toneladas para Perú, ubicándolo en el puesto 20 a nivel mundial. Países como Tailandia, Brasil, EE.UU. que son proveedores frecuentes de arroz importado en Perú tienen una producción mayor, ubicándose en puesto 6, 9, y 14 respectivamente, Uruguay el principal proveedor peruano ocupa el puesto 33.

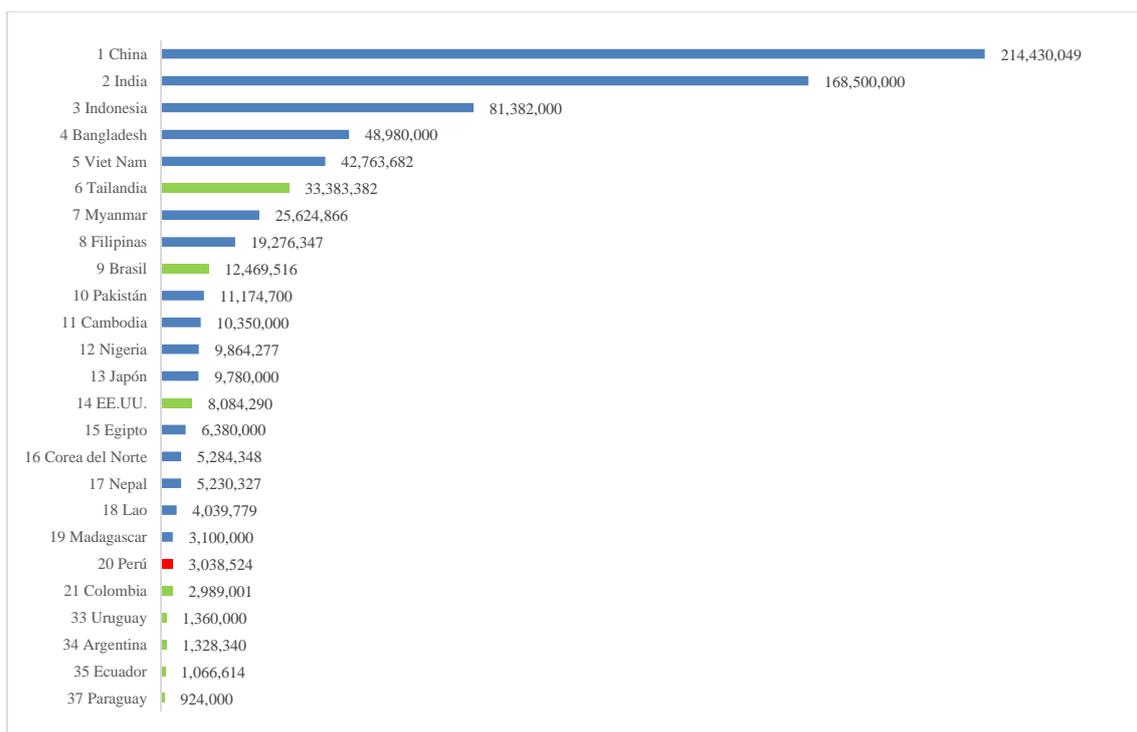


Figura 6: Producción mundial de arroz en cáscara, 2017 (TM)

Fuente: **FAOSTAT**

Elaboración: **Propia**

Es importante resaltar que los principales países productores son también grandes consumidores de arroz como es el caso de China con la mayor producción mundial de arroz en cáscara alcanzando 214'430,049 de toneladas en el año 2017.

En relación al rendimiento mundial de arroz en cáscara que se muestra en la figura 3.2, Perú obtuvo un promedio de 7.19 TM/ha ubicándose en el puesto 10 a nivel mundial, donde el mayor rendimiento lo obtuvo Australia con 9.82 TM/ha. Se observa también que los proveedores de arroz importado en Perú, como Uruguay y EE.UU. alcanzaron rendimientos cercanos a 8.50 TM/ha superiores al rendimiento nacional. Otros proveedores de arroz importado en Perú como Paraguay, Argentina, Brasil y Tailandia tienen rendimientos menores a 6.5 TM/ha.

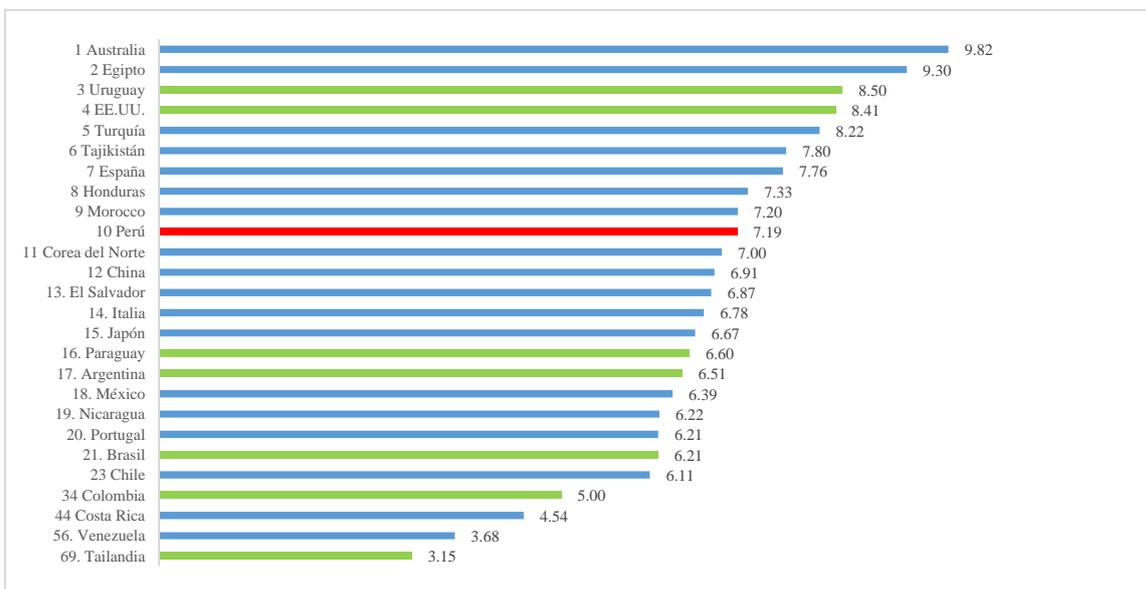


Figura 7: Rendimiento mundial de arroz en cáscara, 2017 (TM/ha)

Fuente: **FAOSTAT**

Elaboración: **Propia**

Si se analiza la producción de arroz pilado a nivel mundial según datos del MINAG reflejados en la tabla 3.1, la campaña 2014/2015 fue de 484.2 millones de toneladas, reduciendo 5.7 millones para la campaña siguiente 2015/2016 alcanzando la cifra de 478,5 millones para dicho año. Sin embargo, para las campañas siguientes 2016/2017, 2017/2018, se distingue una mejora en la producción, estimándose para la campaña 2018/2019 aproximadamente 497.9 millones de toneladas.

China como principal productor de arroz pilado muestra números estables entre 148 a 149 millones de TM. Perú enfrenta la misma situación que campañas

anteriores, los cuáles serán analizados más adelante para identificar el consumo interno de arroz pilado.

Tabla 6

Producción de arroz pilado por principales países (miles de TM)

N°	Países	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019 (Feb)
	TOTAL	484 228	478 521	493 122	497 166	497 967
1	China	146 726	148 499	147 766	148 873	148 490
2	India	105 482	104 408	109 698	112 910	111 000
3	Indonesia	35 560	36 200	36 858	37 000	37 300
4	Bangladesh	34 500	34 500	34 578	32 650	34 500
5	Vietnam	28 166	27 584	27 400	28 471	29 069
6	Thailand	18 750	15 800	19 200	20 370	20 700
7	Burma	12 600	12 160	12 650	13 200	13 120
8	Philippines	11 914	11 008	11 686	12 235	12 150
9	Brazil	8 465	7 210	8 383	8 208	7 752
10	Japan	8 079	7 876	7 929	7 787	7 700
20	Perú	1 999	2 174	2 185	2 097	2 100
	Otros países	71 987	71 102	74 789	73 365	74 086

Fuente: *Observatorio de commodities – Arroz, 2019*

Elaboración: *MINAG*

3.1.1.2. Consumo doméstico de arroz pilado de los principales países

Respecto al consumo doméstico de arroz pilado, se observa en la tabla 3.2 un acelerado incremento desde la campaña 2016/2017, estimando así el récord de 487,7 miles de toneladas en la campaña 2018/2019. Es importante resaltar que los principales productores de arroz son los que mayor consumo poseen, sin embargo, el consumo de los países como India, Vietnam, Filipinas, Tailandia y Birmania no son suficientes para el abastecimiento que brindan estos países; caso contrario sucede con los países como Indonesia, Bangladesh, Japón y Perú que necesitan de mayor producción para satisfacer el consumo, por lo que es necesario que importen para cubrir la demanda de arroz pilado.

Tabla 7*Consumo doméstico de arroz pilado por principales países (miles de TM)*

N°	Países	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
	TOTAL MUNDO	472 739	466 832	477 853	482 482	487 774
1	China	141 000	141 028	141 761	142 487	143 790
2	India	98 244	93 568	95 776	98 660	100 000
3	Indonesia	38 300	37 850	37 800	38 100	38 100
4	Bangladesh	35 100	35 100	35 000	35 200	35 200
5	Vietnam	22 000	22 500	22 000	22 000	22 200
6	Philippines	13 000	12 900	12 900	13 250	13 650
7	Thailand	10 000	9 100	12 000	10 600	10 500
8	Burma	10 500	10 400	10 000	10 100	10 200
9	Japan	8 830	8 806	8 730	8 655	8 600
10	Brazil	7 925	7 900	8 000	7 800	7 750
24	Peru	2 300	2 350	2 400	2 422	2 430
	Otros países	87 840	87 680	93 886	95 630	97 784

Fuente: **Observatorio de commodities – Arroz, 2019**Elaboración: **MINAG****3.1.1.3. Existencias finales de arroz pilado de los principales países**

Como se puede apreciar en la tabla 3.3 las existencias totales de arroz pilado se han ido elevando para la campaña de 2018/2019 a una cantidad de 167.62 millones de toneladas, la gran cantidad de abastecimiento se refleja en los inventarios que China posee y que se justificarían para asegurar el consumo ante fenómenos climatológicos imprevistos (MINAG, 2019). Cabe resaltar que los otros 4 países restantes que se muestran en la tabla 3.3 poseen una gran diferencia de existencia de arroz pilado con respecto a China, sin embargo, pueden satisfacer la demanda que exigen otros países tales como Perú.

Tabla 8*Existencias finales de arroz pilado (miles de TM)*

N°	Países	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
	Total Exist.	135 076	142 561	149 681	162 023	167 624
1	China	76 000	88 000	98 500	109 000	116 000
2	India	17 800	18 400	20 550	22 600	21 100
3	Indonesia	4 111	3 509	2 915	4 113	4 111
4	Thailand	11 270	8 403	4 238	3 183	3 633
5	Philippines	2 409	2 117	2 003	2 288	3 088

Fuente: **Observatorio de commodities – Arroz, 2019**Elaboración: **MINAG**

3.1.1.4. Comercio mundial de arroz pilado

Como se analizará en este apartado, no necesariamente los países productores son los principales exportadores de arroz pilado, algunos de ellos son netamente consumidores y otros exportadores, en algunos casos como el peruano, la producción nacional no es suficiente para el consumo interno por lo que se suele importar para cubrir esta demanda. En este apartado se analizará brevemente las importaciones mundiales de arroz pilado, las exportaciones mundiales y las perspectivas del comercio internacional de arroz para los próximos años.

Importaciones mundiales de arroz pilado

En cuanto a las importaciones mundiales de arroz pilado, reflejadas en la tabla 3.4, el 2018 se importaron 37 millones de toneladas, año en el que el Perú se ubicó en el puesto 36 de países importadores con un valor de 160,361 miles de USD para 271 mil TM, el cuál representa una tasa de crecimiento negativa en valor de -31% respecto al 2017, sin embargo, en el acumulado de los últimos cuatro años 2014/2018 se aprecia un crecimiento del 8% en valor y 11% en cantidad importada.

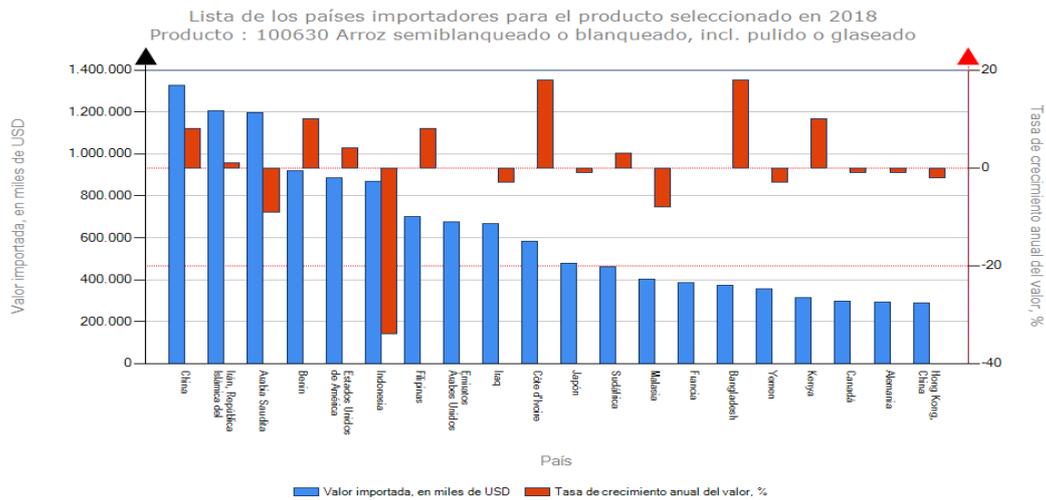
Tabla 9

Importaciones mundiales de arroz pilado

N°	Importadores	Valor importado en 2018 (miles de USD)	Saldo comercial 2018 (miles de USD)	Cantidad importada en 2018 (TM)	Valor unitario (USD/TM)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2018 (%)	Participación (%)
	Mundo	19,956,258	744,246	37,057,429	539	1	44	12	100
1	China	1,327,150	-641,765	2,337,565	568	8	5	-9	6,7
2	Irán	1,204,794	-1,203,722	1,143,037	1,054	1	5	18	6
3	Arabia Saudita	1,195,881	-1,195,640	1,263,733	946	-9	-5	24	6
4	Benin	920,582	-920,582	2,373,331	388	10	12	-12	4,6
5	EE.UU.	887,380	231,717	788,255	1,126	4	7	32	4,4
6	Indonesia	870,050	-868,614	1,851,576	470	-34	-47	370,134	4,4
7	Filipinas	701,743	-701,529	1,755,467	400	8	8	118	3,5
8	Em. Árabes U.	677,413	-660,284	861,597	786	0	3	-6	3,4
9	Iraq	668,845	-668,837	926,045	722	-3	-4	6	3,4
10	Cst. de Marfil	583,146	-580,646	1,268,436	460	18	18	29	2,9
11	Japón	478,742	-441,772	647,561	739	-1	0	41	2,4
12	Sudáfrica	463,203	-415,522	958,504	483	3	1	3	2,3
13	Malasia	404,048	-395,688	795,867	508	-8	-6	18	2
14	Francia	384,586	-345,656	354,399	1,085	0	2	17	1,9
15	Bangladesh	374,664	-368,440	904,181	414	18	13	-38	1,9
16	Yemen	354,436	-354,436	502,286	706	-3	0	35	1,8
17	Kenya	314,510	-314,509	740,894	425	10	11	3	1,6
18	Canadá	299,291	-286,678	311,700	960	-1	1	28	1,5
19	Alemania	293,091	-222,346	303,198	967	-1	1	8	1,5
20	Hong Kong	290,821	-273,037	317,203	917	-2	-1	20	1,5
36	Perú	160,361	-160,000	271,511	591	8	11	-31	0,8

Fuente: *Observatorio de commodities – Arroz, 2019*

En la figura 3.3, se observa también la lista de países importadores de arroz pilado el año 2018 contrastadas con su tasa de crecimiento del último año. En la figura se observa que países como Arabia Saudita e Indonesia, a pesar de ser importantes importadores de arroz, muestran tasas de crecimiento por debajo del -5% y -20% respectivamente, afectando muy probablemente a los exportadores



frecuentes de estos países. Cabe mencionar que Costa de Marfil y Bangladesh obtienen las mayores tasas de crecimiento con casi 20%.

Figura 8: Importaciones mundiales de arroz pilado, 2018 (miles de USD)

Fuente: *Trademap*

3.1.1.5. Exportaciones mundiales de arroz pilado

Los 37 millones de TM exportados el 2018 han representado un crecimiento del 15% durante los últimos cuatro años según se refleja en la tabla 3.4. El 2018 Perú ocupó el puesto 74 exportando 361 miles de USD, claramente dicha cantidad se encuentra distante de competir en el mercado mundial, ya que el volumen de exportación de arroz pilado es pequeño y sin tendencia reconocida como se mostrará en apartados posteriores ya que durante mucho tiempo los mercados al cual Perú dirige su exportación es Chile, Panamá y Colombia, sobre todo este último limita su acceso con medidas no arancelarias, se espera que dicha situación mejore y se regularice durante el año 2019. Sin embargo, se destaca un crecimiento en valor de 56% y en cantidad del 74% durante los últimos cuatro años.

Tabla 10:

Exportaciones mundiales de arroz pilado

N°	Exportadores	Valor exportado en 2018 (miles de USD)	Saldo comercial 2018 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2018 (TM)	Valor unitario (USD/TM)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2018 (%)	Participación (%)
	Mundo	20,700,504	744,246	36,807,063	562	0	15	10	100
1	India	6,878,376	6,874,277	10,044,805	685	1	1	4	33,2
2	Tailandia	4,986,088	4,974,104	9,743,725	512	2	2	11	24,1
3	Viet Nam	1,888,953	1,859,833	4,174,020	453	2	39	18	9,1
4	Pakistán	1,757,847	1,757,644	3,380,514	520	1	3	16	8,5
5	EE.UU.	1,119,097	231,717	1,618,875	691	5	2	0	5,4
6	China	685,385	641,765	1,861,021	368	54	90	64	3,3
7	Italia	521,254	442,350	588,459	886	2	0	3	2,5
8	Camboya	366,314	362,732	471,107	778	8	8	18	1,8
9	Uruguay	314,444	314,270	618,114	509	4	1	11	1,5
10	Australia	214,349	51,214	236,478	906	13	14	42	1
11	Países Bajos	205,714	75,857	144,540	1,423	5	5	23	1
12	Myanmar	199,880	194,478	1,538,891	130	28	26	33	1
13	Bélgica	165,681	88,350	120,509	1,375	4	1	9	0,8
14	Brasil	155,169	1,038	329,047	472	9	6	22	0,7
15	Paraguay	125,691	125,186	352,969	356	12	19	2	0,6
16	Argentina	124,828	122,132	273,007	457	7	2	5	0,6
17	España	111,084	58,956	126,079	881	3	1	9	0,5
18	México	73,155	50,634	108,517	674	186	239	48	0,4
19	Alemania	70,745	222,346	89,555	790	6	1	8	0,3
20	Reino Unido	60,489	177,661	43,194	1,400	7	4	5	0,3
#	Perú	361	160,000	372	970	56	74	95	0

Fuente: *Trademap*

En la figura 3.4, se muestra la lista de países exportadores de arroz pilado, apreciándose notoriamente a México con un pequeño valor exportado, no obstante el porcentaje de crecimiento anual superó el 150 %, de la misma forma China siendo el principal productor de arroz pero el sexto en exportaciones, obtuvo el segundo mejor porcentaje de crecimiento anual del valor exportado superior al 50%.

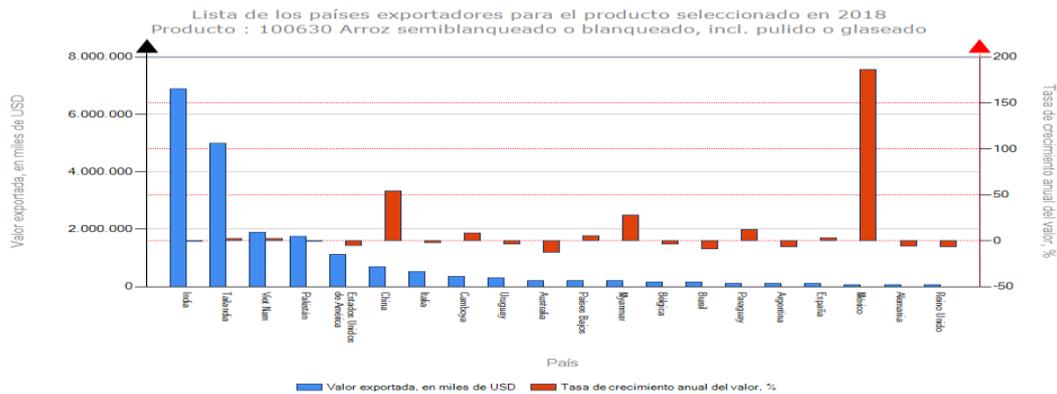


Figura 9:Exportaciones mundiales de arroz pilado, 2018 (miles de USD)
Fuente: Trademap

3.1.1.6. Perspectivas del comercio internacional para el arroz pilado

La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional [USAID] (2019), ha elaborado un análisis minucioso de la producción histórica de arroz pilado y las tendencias del mercado internacional para establecer pronósticos a futuro relacionados al comercio internacional de arroz hasta un horizonte que culmina en la campaña 2027/2028 y que se muestra a continuación dividido en importaciones y en exportaciones.

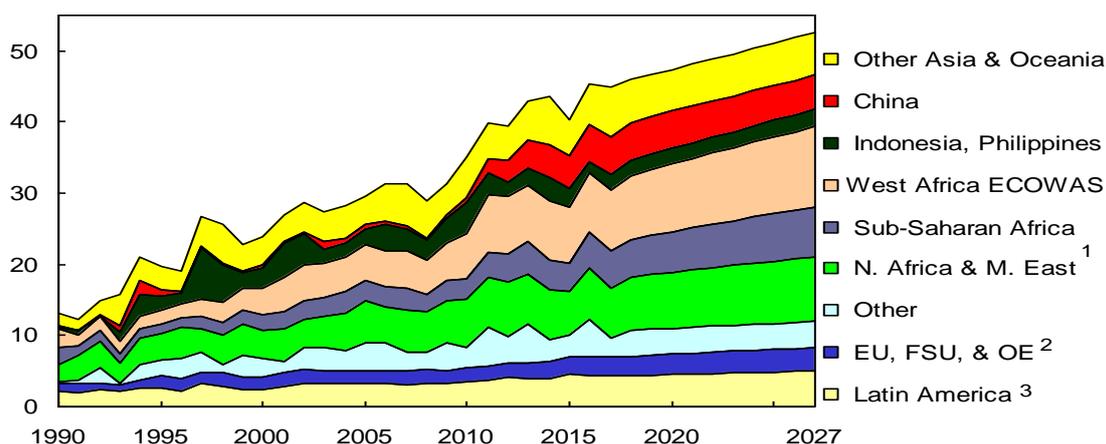
Perspectivas de las importaciones globales de arroz pilado

Según USAID (2019), el comercio global de arroz se proyecta crecer a una tasa anual de 1.5% desde la campaña 2018/19 a 2027/28, alcanzando 52.6 millones de toneladas para el final del período proyectado. Esto representa un incremento de 14.4% en el total proyectado. El principal factor que explica esta expansión en el comercio son los constantes crecimientos en la demanda, justificadas ampliamente en el crecimiento de la población y de los ingresos en los países en desarrollo, principalmente África Sub-Sahariana donde muchos de sus principales países importadores tienen dificultades para aumentar la producción local significativamente. Desde principios de 1990's el comercio internacional de

arroz como participación del consumo mundial ha crecido desde menos de 4% a 9.4% para la campaña 2017/18. Se espera que esta tendencia creciente continúe, con la participación global del consumo creciendo moderadamente hasta exceder el 10.1% para la campaña 2027/28.

Global rice imports

Million metric tons



¹ Exclude 15 member countries in Economic Community of West African States, ECOWAS. ² European Union, former Soviet Union, and Other Europe. ³ Includes Mexico.

Figura 10: Perspectivas de las importaciones globales de arroz pilado (millones de TM)

Fuente: USAID

Como se observa en la figura 3.5 de USAID, China permanecerá siendo el principal importador de arroz durante el tiempo proyecto. Sobre la siguiente década, las importaciones de China se proyectan decrecer moderadamente desde un record de 5.32 millones de toneladas en 2018/19 para permanecer históricamente alrededor de 4.85 millones de toneladas por 2027/28.

En África Sub-Sahariana y en el Medio Este, una fuerte demanda crecerá justificada en la rápida expansión del ingreso, la población y la urbanización. Además, el arroz es fácilmente de preparar que otros alimentos tradicionales. En África del Norte y en el Medio Este, la producción estará primariamente limitada por el clima. En África Sub-Sahariana, el crecimiento de la producción, aunque se está expandiendo rápidamente, se verá limitado por las deficiencias de infraestructura y las limitaciones de recursos. En total, las regiones de África y Medio Oriente representarán el 88 por ciento del aumento en el comercio mundial de arroz. Nigeria

seguirá siendo el segundo país importador de arroz del mundo, con importaciones que alcanzarán los 3,24 millones de toneladas para 2027/28.

Después de China y Nigeria, los siguientes mayores importadores son los Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Filipinas, Irán e Irak, con importaciones que oscilarán entre 1,47 y 2,53 millones de toneladas al año para 2027/28. Históricamente, Indonesia y Filipinas fueron los mayores importadores de arroz. A pesar del aumento de la producción, el aumento del consumo hará que las importaciones de Filipinas aumenten a 1,71 millones de toneladas para 2027/28, un aumento del 4,5% durante la década. Las importaciones de Indonesia aumentan un 1% anual, alcanzando las 640,000 toneladas para 2027/28, con un lento descenso en el consumo per cápita.

Arabia Saudita importará 1,88 millones de toneladas para 2027/28, mientras que Sudáfrica y Malasia importarán 1,12 y 1,02 millones de toneladas, respectivamente. Se espera que Arabia Saudita, que no cultiva arroz, muestre un fuerte crecimiento del consumo durante la próxima década. Las importaciones de Bangladesh se mantendrán estables con un promedio de aproximadamente 750,000 toneladas durante el período de proyección. Japón, Corea del Sur y Taiwán mantendrán niveles mínimos de acceso al mercado de importación según lo acordado en la Ronda de Uruguay de Agricultura de la OMC. Canadá y los Estados Unidos tendrán un modesto crecimiento anual de las importaciones.

3.1.1.7. Perspectivas de las exportaciones globales de arroz pilado

Asia continuará suministrando la mayor parte de las exportaciones mundiales de arroz durante el período de proyección. India, Tailandia y Vietnam seguirán siendo los principales países exportadores de arroz, ya que representarán el 61% de las exportaciones mundiales de arroz con alrededor del 46% del crecimiento en la próxima década como se observa en la figura 3.6.

Global rice exports

Million metric tons

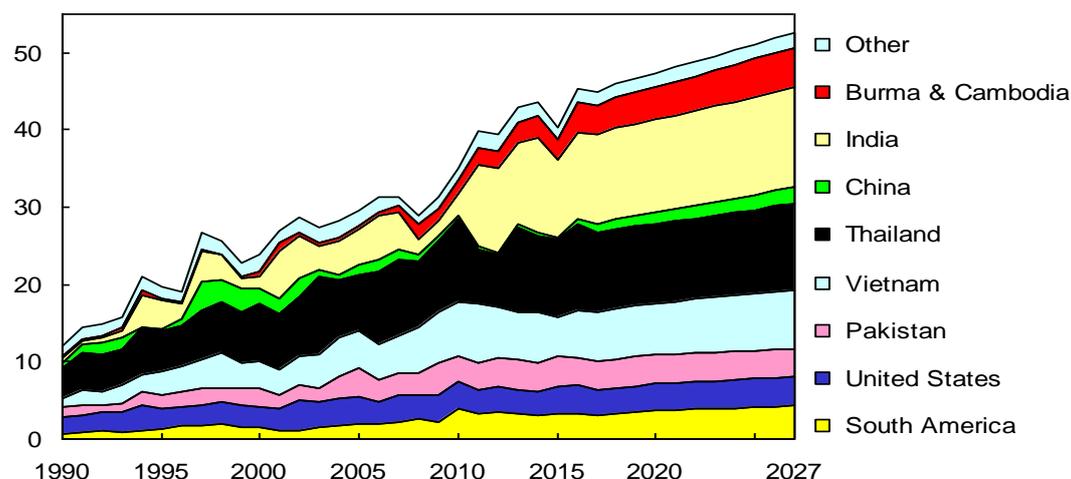


Figura 11: Perspectivas de las exportaciones globales de arroz pilado

(millones de TM)

Fuente: USAID

Las exportaciones de arroz de la India han sido históricamente volátiles debido a las políticas comerciales y de consumo de los gobiernos y las condiciones del mercado mundial. Sin embargo, en septiembre de 2011, el gobierno de la India alivió una prohibición parcial de las exportaciones de arroz no basmati y las exportaciones aumentaron significativamente, lo que permitió a India convertirse en el principal exportador mundial de arroz durante los últimos seis años. Se proyecta que India siga siendo el mayor exportador durante el período de proyección, con exportaciones que aumentan en 1 millón de toneladas y que alcancen los 12.8 millones de toneladas para 2027/28.

En Tailandia, el aumento de la producción y los estables niveles de existencias permitirán que las exportaciones aumenten de 0,9 millones de toneladas a 11,2 millones para 2027/28. Las exportaciones de Vietnam aumentarán 1.1 millones de toneladas, pasando de 6.5 millones de toneladas a casi 7.7 millones de toneladas durante el período de proyección. En Vietnam como en Tailandia, el consumo de arroz per cápita de alimentos disminuirá ligeramente a medida que el aumento de los ingresos contribuye a una dieta más diversificada con un mayor consumo de carne, especialmente las aves de corral. Se proyecta que Birmania y Camboya aumentaren la producción de arroz durante la próxima década, con un

fuerte crecimiento de las exportaciones de arroz que alcanzará los 3,5 millones y 1,8 millones de toneladas, respectivamente, para 2027/28.

Pakistán ha exportado 3-4 millones de toneladas de arroz en los últimos años. El aumento en el consumo de Pakistán y el débil crecimiento de la producción harán que las exportaciones de arroz disminuyan ligeramente durante el período de proyección de 3,82 a 3,58 millones de toneladas, seguirá siendo el cuarto mayor exportador del mundo.

Se proyecta que Estados Unidos sea el cuarto mayor exportador mundial de arroz para 2027/28. La expansión de las exportaciones de arroz de los Estados Unidos se proyecta en un modesto 1% por año debido a un ligero aumento en el área, mejorando los rendimientos y un lento crecimiento en el uso doméstico. Se proyecta que la participación de los Estados Unidos en las exportaciones mundiales disminuya de 7.5% a aproximadamente 7.1% durante la próxima década. Los Estados Unidos exportan arroz de grano largo y medio y corto. Se proyecta que las exportaciones de América del Sur, principalmente de Argentina, Brasil, Guyana, Paraguay y Uruguay, se expandan en la próxima década, representando casi el 8.3% del comercio mundial.

Se espera que el área de arroz de Australia se recupere de los recientes niveles reducidos por la sequía, lo que facilitará una ligera expansión en las exportaciones de arroz cada año en relación con las proyecciones. Las exportaciones alcanzarán las 480,000 toneladas proyectadas para 2027/28, aún por debajo del récord de 1998/99. Las exportaciones de arroz de Egipto disminuirán durante el período de proyección de 190,000 a 140,000 toneladas, ya que el área está limitada por el acceso al agua y el consumo aumenta. Australia y Egipto exportan arroz de grano medio y corto, y son los principales competidores de exportación de los Estados Unidos para estas clases de arroz.

3.1.2. Analizar la oferta y demanda de arroz parbolizado importado en el Perú hasta el año 2025.

En este apartado se hace una revisión de los datos históricos correspondientes al arroz pilado de Perú, respecto a la producción nacional y el comercio exterior peruano de arroz pilado que incide en las proyecciones y tendencias de consumo dentro del territorio nacional.

3.1.2.1. Producción peruana de arroz pilado

En la producción anual de Perú, diversos cultivos son los que destacan, teniendo al arroz, la papa, el café, los espárragos, la uva y el maíz amarillo como los principales cultivos a nivel de su contribución en el PBI como se aprecia en la figura 3.7. Según datos de MINAG (2018) el arroz es el cultivo de mayor producción con unos 2491 millones de soles en valor bruto en 2017. Esto demuestra que Perú es un gran consumidor de arroz, y el mayor en el ámbito de Latinoamérica a nivel per cápita.

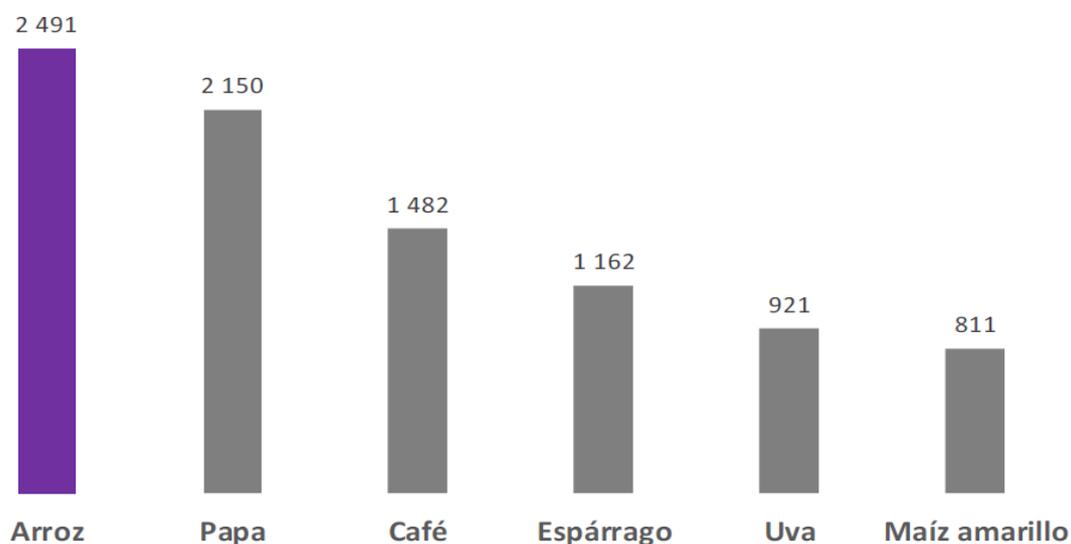


Figura 12: Valor bruto de la producción, 2017 (millones de soles a precios del 2007)

Fuente: **MINAG**

Elaboración: **MINCETUR**

En la figura 3.8 se observa que la mayor zona productora de arroz con cáscara es San Martín, pasando de 18% producido en la región en 2010 al 27% en

2017, y un crecimiento considerable de 5% en 2017 respecto al año anterior. La localidad que mantiene una paridad durante los 8 años de análisis son Amazonas y Lambayeque con una producción alrededor del 11% y 13%, respectivamente; a diferencia de Piura que ha ido reduciendo y aumentando sus áreas de producción de arroz en cáscara durante los últimos 8 años, pasando del 18% en 2010 al 12% en 2017.

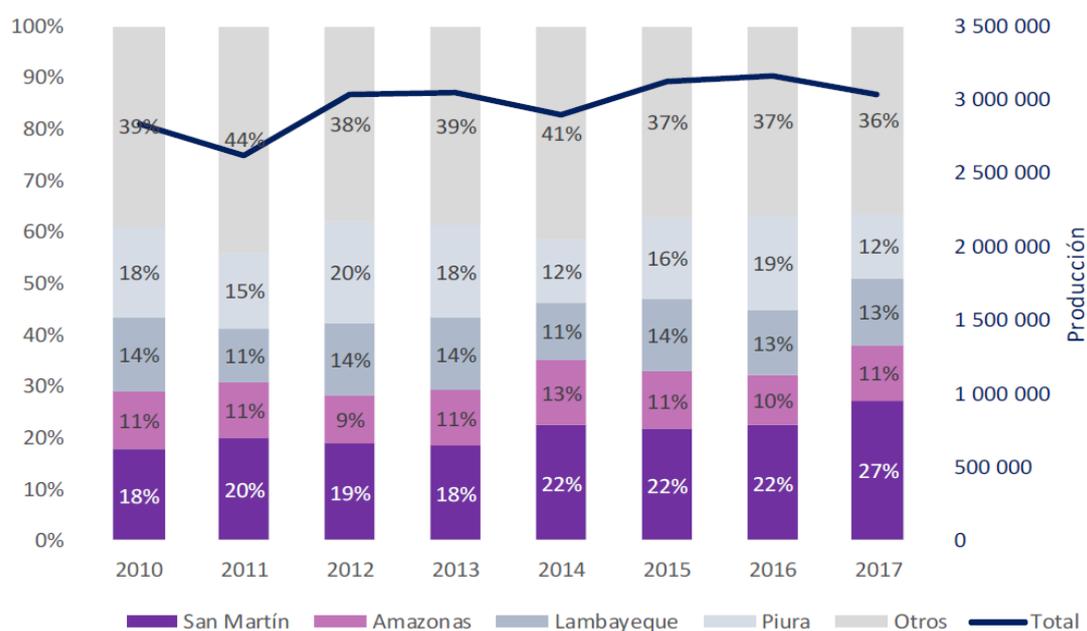


Figura 13: Evolución de la producción de arroz cáscara por zona (2010-2017)

Fuente: MINAG

Elaboración: MINCETUR

Los molinos están distribuidos por todo el territorio a nivel nacional, concentrándose principalmente en el norte del país, sin embargo en el año 2018 se registró un cierre considerable de molinos en todas las regiones, de los 626 molinos operativos en 2016, se registraron solo 431 molinos en 2018, como se observa en la tabla 3.

Respecto a la concentración de molinos en toda las regiones, las zonas con mayor cantidad de molinos es Lambayeque y Piura; estas 2 regiones también se vieron afectadas con la disminución de molinos, obteniendo una variación porcentual negativa del 2016 al 2018, Lambayeque con - 24.5% y Piura con - 32.4

% Lambayeque actualmente tiene 74 molinos y Piura 73, hace dos años tenían 98 y 108, respectivamente

Figura 14

Número de molinos a nivel nacional (2011-2018*)

Región	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2018	Var.% 2018/2016
Total	579	612	626	619	623	626	431	-31,2
Lambayeque	72	88	91	92	95	98	74	-24,5
Piura	103	108	109	107	108	108	73	-32,4
Arequipa	73	78	76	76	76	76	61	-19,7
La Libertad	64	72	75	73	71	71	52	-26,8
San Martín	59	58	58	56	56	56	41	-26,8
Cajamarca	44	36	36	36	36	36	39	8,3
Amazonas	52	55	55	55	55	55	23	-58,2
Ucayali	18	18	21	22	22	22	13	-40,9
Madre de Dios	29	26	26	27	28	28	12	-57,1
Ancash	4	4	7	7	7	7	10	42,9
Huánuco	14	14	15	12	13	13	9	-30,8
Loreto	25	33	32	31	31	31	9	-71,0
Cusco	5	5	8	8	8	8	8	0,0
Tumbes	17	17	17	17	17	17	7	-58,8

Fuente: **MINAG**

* El año 2017 no se ejecutó el censo de molinos

La producción nacional de arroz en cáscara y su rendimiento por hectárea viene aumentando de forma escalonada desde el 2001 manteniendo un crecimiento consecutivo y moderado como puede observarse en la figura 3.9. A pesar de las caídas en la producción y rendimiento el año 2017 relacionados al Fenómeno del Niño, en 2018 se observa un aumento muy importante en el rendimiento de 8.14 TM/Ha con una producción aproximada de 3,5 millones de toneladas de arroz en cáscara. Esta situación augura un panorama de desafíos de cara a los años venideros en la producción de arroz en cáscara, puesto que a mayor producción se podrían originar un exceso de oferta en el mercado y la consecuente caída de precios y latentes crisis en el sector.

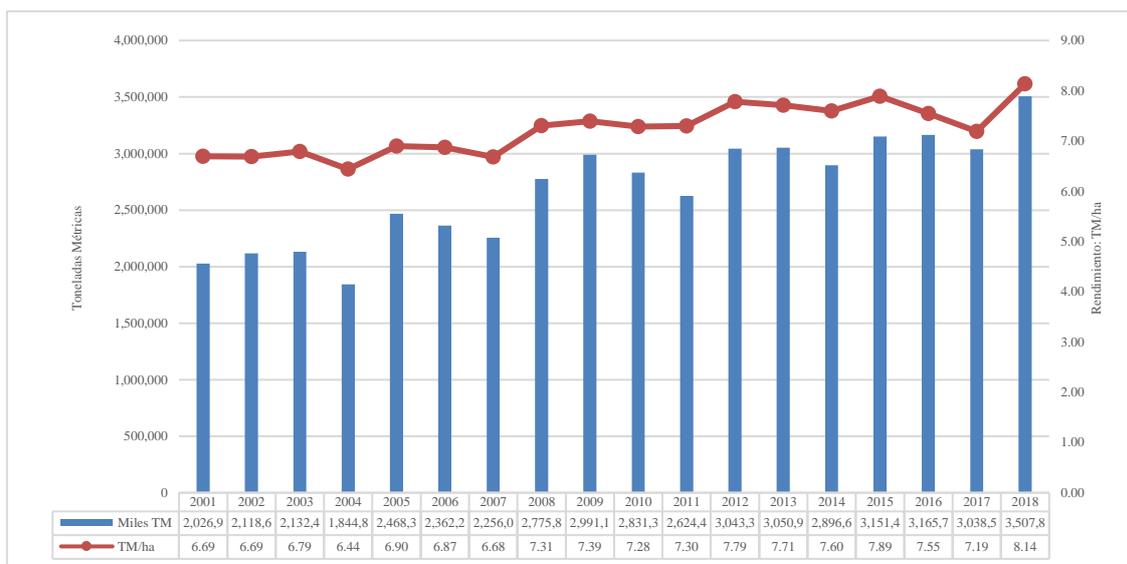


Figura 15: Evolución de la producción nacional y rendimiento de arroz en cáscara, 2001-2018

Fuente: MINAG / FAOSTAT / INEI

Elaboración: Propia

3.1.2.2. Comercio exterior peruano de arroz pilado

El comercio exterior peruano de arroz pilado está representado por las importaciones desde los socios comerciales que llevan a un aumento de la oferta en el mercado nacional y también está representado por las exportaciones de arroz pilado los cuáles reducen los inventarios disponibles para atender a la demanda de arroz en el país.

3.1.2.3. Importaciones de arroz pilado

Durante los años 2000–2018, se aprecia un notable crecimiento de las importaciones peruanas, donde en el año 2017 registra el mayor porcentaje alcanzando el 38% de crecimiento con 400,000 Toneladas con importaciones de Uruguay en su mayoría de años, Brasil, Tailandia y EEUU entre otros. Asimismo, se determina que el crecimiento se dio a partir de año 2005 sin embargo en la campaña siguiente empezó a decaer, no obstante en el año 2008 empezó a ascender hasta el año actual que se mantiene en un crecimiento mayor que al inicio del presente siglo.

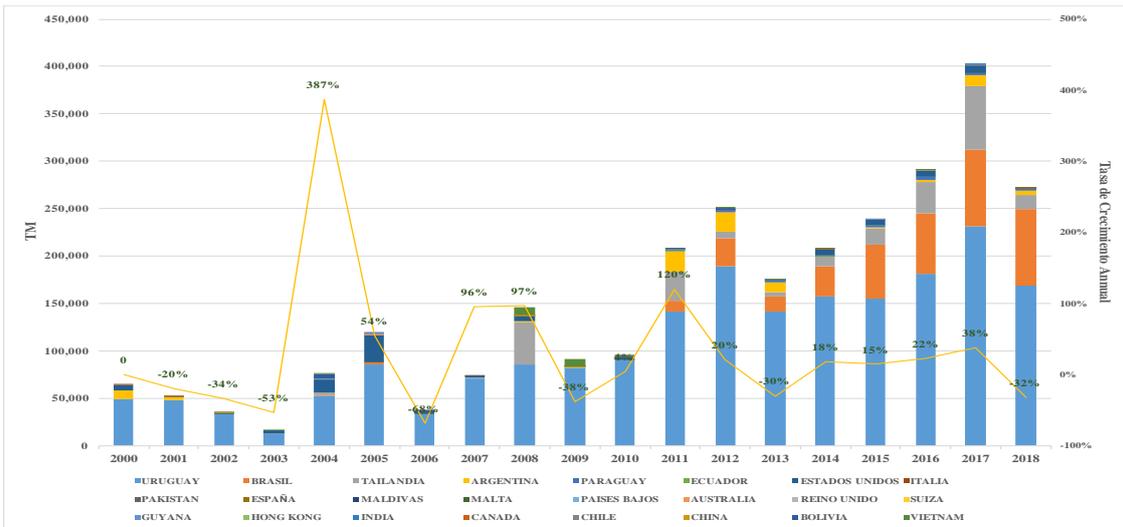


Figura 16: Evolución de las importaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

Con respecto a la figura 3.10. se muestra la evolución de las importaciones desde los años 2000-2018 en valor US\$ CIF, como observamos en el año 2017 la cantidad de importación fue muy superior a los 200 millones de US\$ el punto máximo en esta década. Por otro lado es fundamental mencionar el rol que cumple Uruguay como proveedor de arroz pilado para Perú, mostrándose como el principal país proveedor desde el año 2000-2018. Perú importa de este país durante todo el trayecto de estos años y en cantidades considerables, en los últimos años de forma similar se está manteniendo Brasil como proveedor, no cabe duda que en algunos años estos dos países cubren casi el 90% del valor de las importaciones.

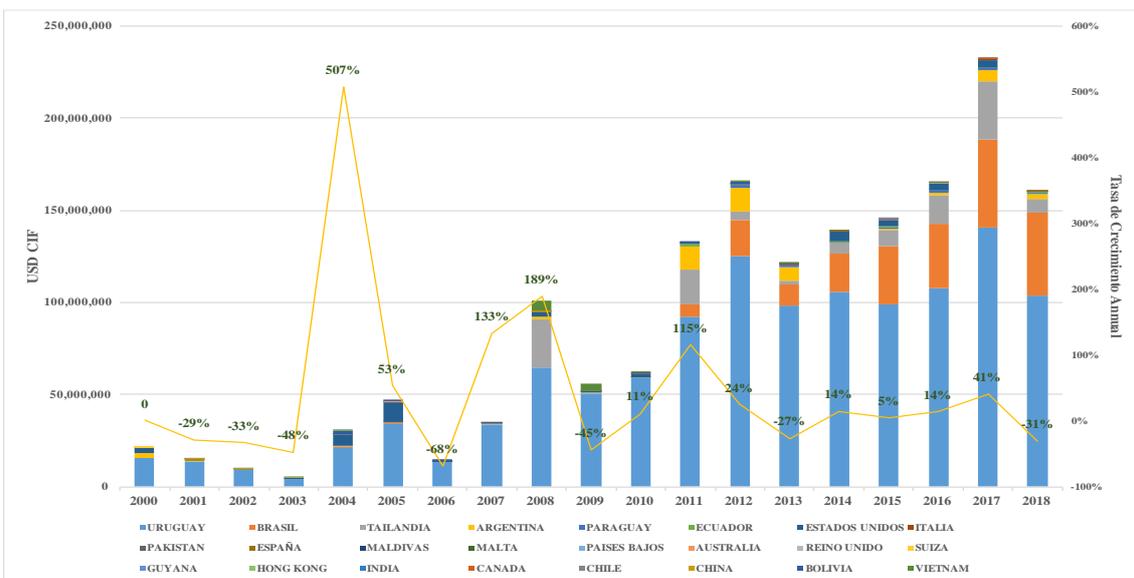


Figura 17: Evolución de las importaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018

Fuente: **ADEX DATA TRADE**

Elaboración: **Propia**

En el año 2018, como se aprecia en la figura 3.12 las importaciones de arroz tuvieron como origen principal a Uruguay con el 62.27% de participación, el alcance se debe a que este país sudamericano posee una capacidad de abastecimiento y rendimiento de arroz increíble, además ser propietarios de la marca de comercialización líder en Perú denominada Costeño. Uruguay además, busca cubrir las necesidades mundiales de arroz no siendo un gran consumidor del cereal, por ello el 95% de su cosecha es destinada a la exportación. El siguiente país de donde se originan las importaciones con un porcentaje bastante considerable es Brasil con el 29.82%, seguido por Tailandia con 5.46%, Ecuador con 0.12%, EE.UU. con 0.11% y Argentina con 1.52%, claramente se muestra que la mayor concentración de origen de arroz proviene de Latinoamérica.

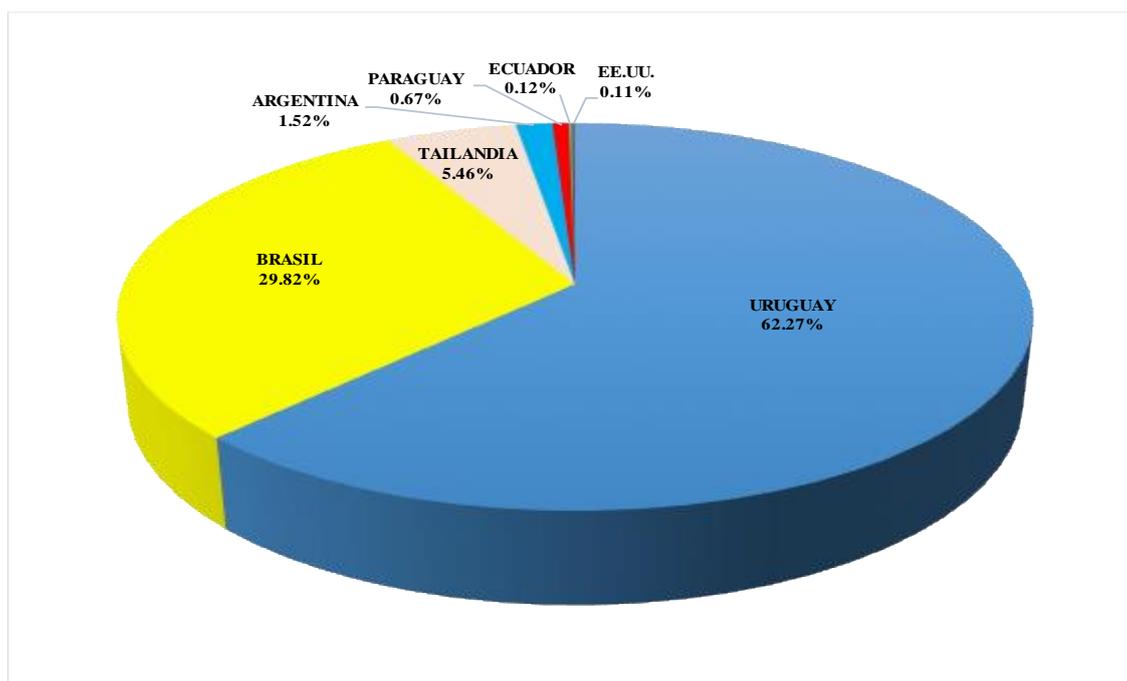


Figura 18: Origen de las importaciones de arroz pilado, 2018 (% de TM)

Fuente: **ADEX DATA TRADE**

Elaboración: **Propia**

La cantidad de empresas importadoras de arroz pilado entre los años 2000-2018 han ido evolucionando en relación al tiempo y es que mientras más crece la población, más necesidad de abastecimiento requerimos. Así también al ser un país

con mucho conocimiento y exigencias para el arroz, ha permitido el dinamismo del sector importador, como se observa en la figura 3.13 en el año 2000 existían 27 empresas importadoras, en los siguientes años se verifica ligera aparición de empresas y cierre de estas mismas, sin embargo en el año 2004 se generó un incremento a 63 empresas representando un 60% de crecimiento; en los siguientes años se generaron pérdidas de estas en cantidades mayores pero manteniendo una cantidad considerable hasta que el año 2017, 102 empresas se encontraban operando en importaciones de arroz, representando un poco más del 160% de crecimiento de número de empresas importadoras desde inicios de la década. El año 2018, 97 empresas fueron las responsables de las importaciones de arroz pilado en el país.

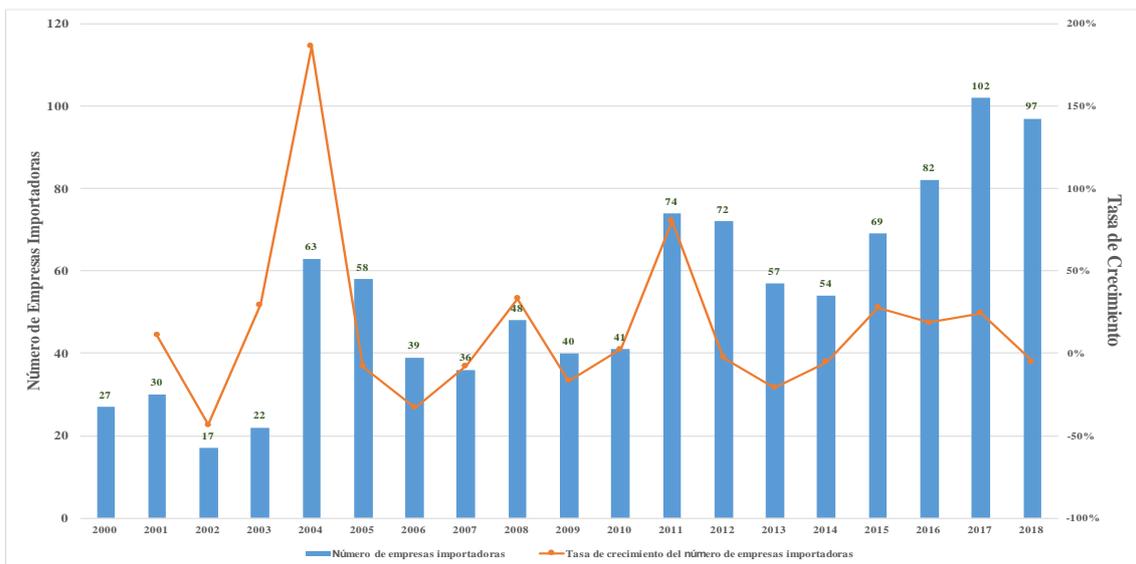


Figura 19: Número de empresas importadoras de arroz pilado, 2000-2018

Fuente: **ADEX DATA TRADE**

Elaboración: **Propia**

Respecto a las empresas importadores de arroz pilado en 2018, Costeño Alimentos S.A.C. tiene una participación del 23% en base a las toneladas importadas, seguido tenemos Comercial Isabelita S.A.C. con 14% de participación, las siguientes empresas tienen una representación de 7%: AMC STAR FOODS y GRUPO PARCKER'S S.A.C., 6% para IC. ALEJANDRINA S.A.C., 5% para INTERLOOM S.A.C, 2% de representación para 7 empresas más y 20% para otras 83 empresas como se aprecia en la figura 3.14.

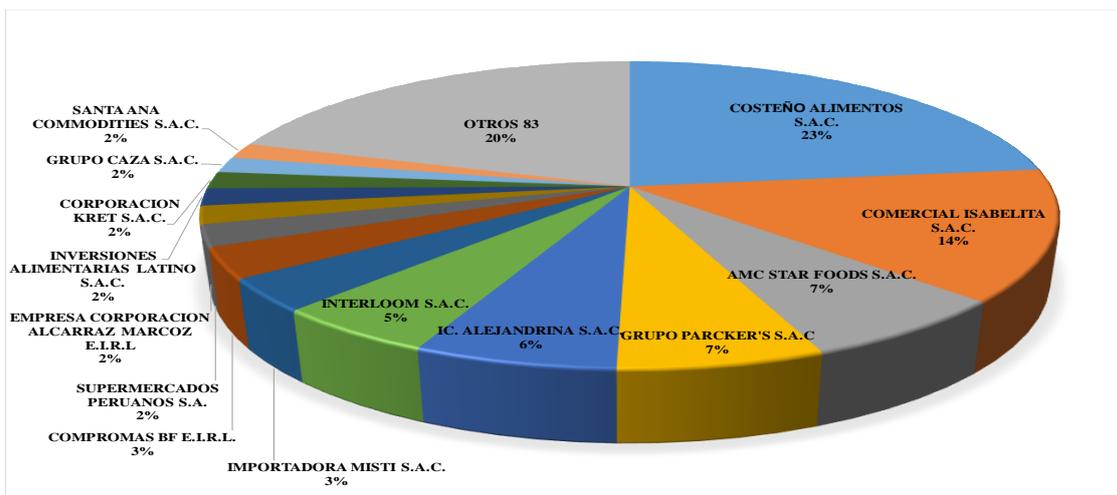


Figura 20: Empresas importadoras de arroz pilado, 2018 (% de las TM)

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

3.1.2.4. Exportaciones de arroz pilado

Las exportaciones peruanas de arroz pilado entre los años 2000–2018 no figuraban notoriamente hasta el año 2008 con una exportación de un poco más de 15,000 toneladas hacia Chile y Colombia principalmente, se observa en la figura 3.15 que la exportación peruana de arroz pilado tiene mayor potencial en un país específico – Colombia. Sin embargo, actualmente por una serie de medidas no arancelarias la exportación a dicho país ha ido disminuyendo. Desde el 2013 hasta el 2018 las exportaciones han ido decayendo notablemente, salvo el 2016 cuando se abrió una ventana de exportación también en Colombia.

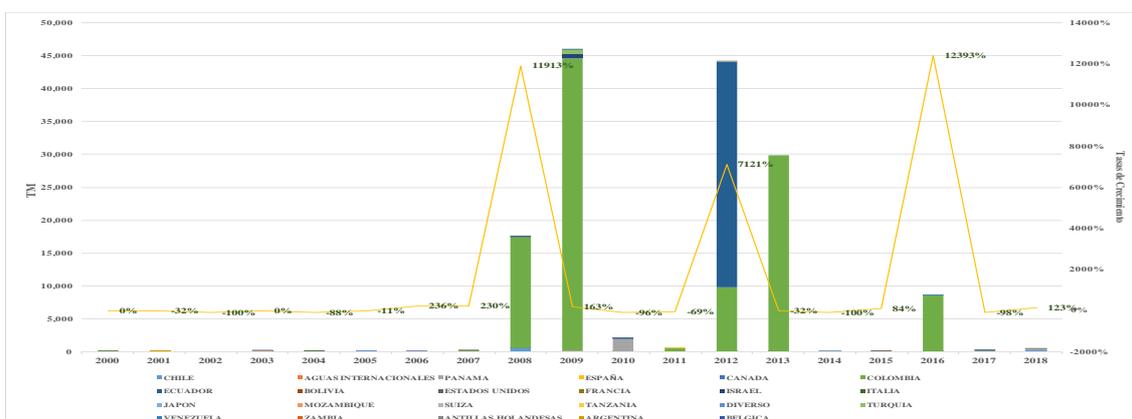


Figura 21: Evolución de las exportaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018 (TM)

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

A continuación en la figura 3.16 se muestra la evolución de las exportaciones peruanas de arroz pilado del año 2000-2018 en valor US\$ FOB. Como antes se ha mencionado es el el año 2008 cuando Perú empezó a mostrar volúmenes considerables alcanzando dicho año casi 15 millones de US\$ FOB. Sin embargo, es importante mencionar que el mejor año para Perú fue el 2009 alcanzando 25 millones de US\$ FOB.

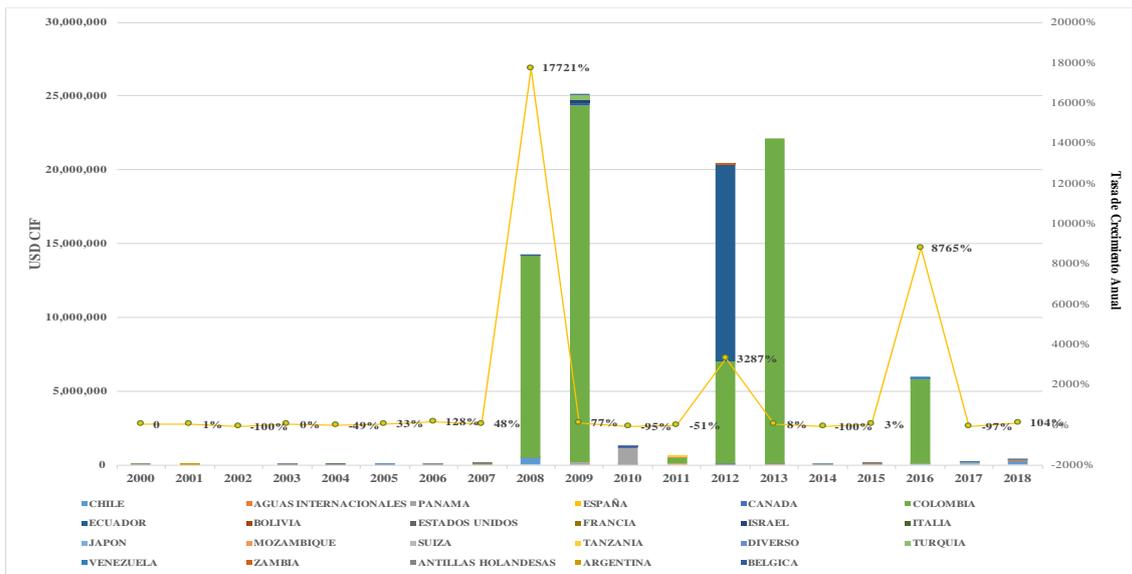


Figura 22: Evolución de las exportaciones peruanas de arroz pilado, 2000-2018

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

Por otra parte, los lugares de destino de las exportaciones de arroz pilado en el año 2018 tienen en primer lugar a Chile con 69% de participación de las toneladas exportadas, sigue Panamá con 22%, España con 5%, Aguas Internacionales (cruceros y tripulación de navieras) con 3%, y Canadá con 1%. Colombia con 0% como se mencionó líneas arriba se dejó de exportar en gran cantidad por medidas no arancelaria las cuáles han sido levantadas el 2019.

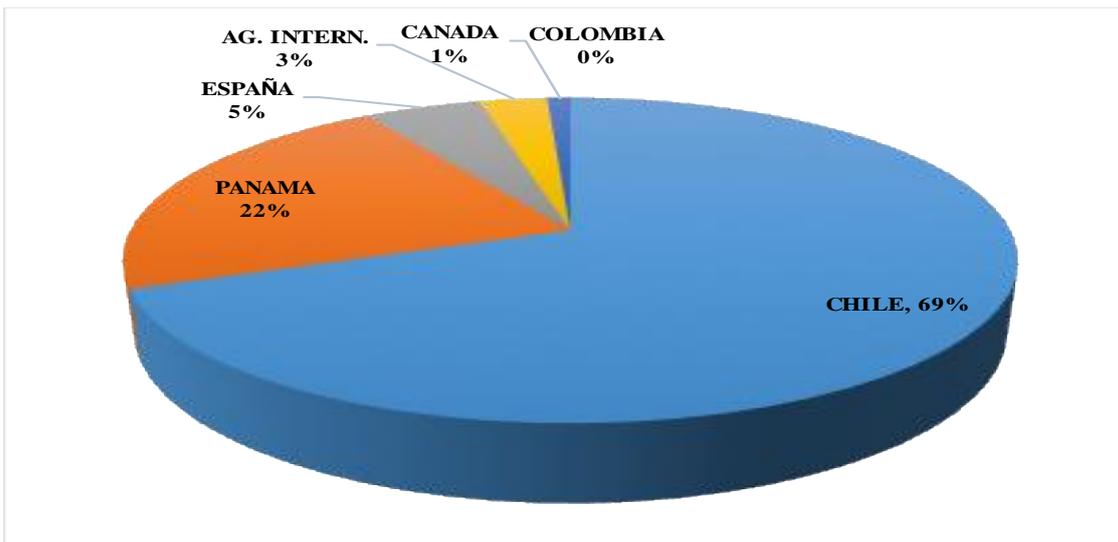


Figura 23: Destino de las exportaciones de arroz pilado, 2018 (% de las TM)

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

3.1.2.5. Análisis histórico de la comercialización de arroz parbolizado en el Perú

En el presente apartado se presenta lo que a criterio del investigador es el aporte más importante de la presente tesis puesto que a la fecha se desconoce los volúmenes y valores importados de arroz pilado, las marcas vigentes, la evolución, etc. Información desconocida incluso para los participantes de este producto, que incluye a proveedores internacionales e importadores principalmente, así también a operadores logísticos internacionales, agentes de aduanas, comercializadores, consumidores y comunidad en general. Los resultados son parte de un análisis minucioso desde el año 2000 de los 5 niveles de descripción comercial reflejados en las Declaraciones de Aduanas conocidas como DUA durante muchos años y DAM en los últimos 2 años. Este trabajo fue necesario debido a la no discriminación que hace la partida arancelaria para distinguir dentro del arroz pilado al arroz blanco y al arroz parbolizado.

3.1.2.6. Evolución de las importaciones de arroz parbolizado

En base a la evolución de las importaciones de arroz parbolizado, se muestra una tendencia al alza a partir del año 2016, sin embargo en el año 2018 se registró una ligera caída alcanzando así 10.60 % de participación de arroz parbolizado.

Asimismo, se puede identificar la diferencia de importación en cuanto a cantidad de arroz blanco con parbolizado, sin embargo para un periodo de los último 5 años se muestra una crecimiento y notoriedad de esta variedad.

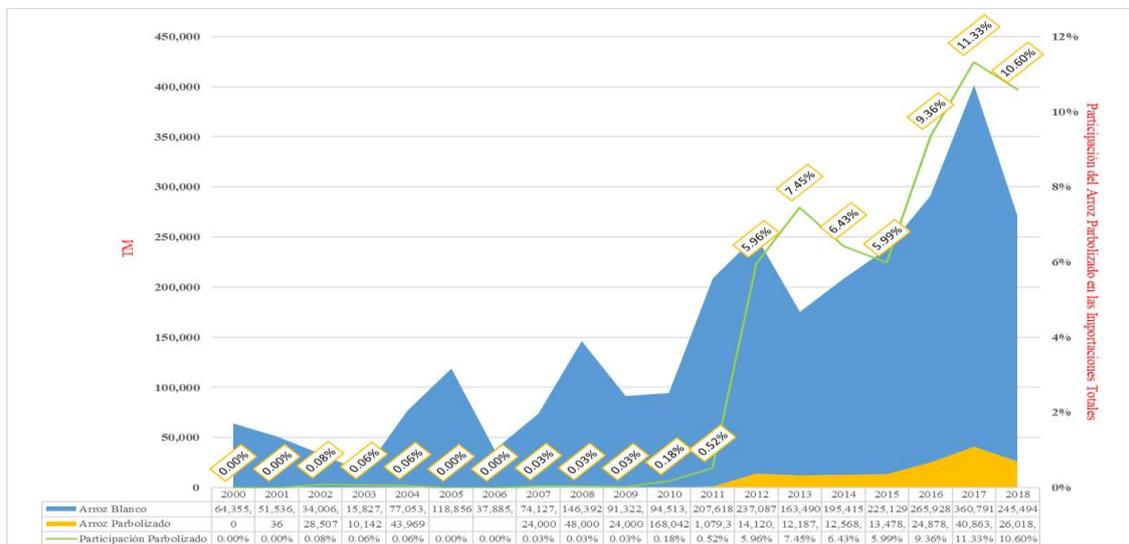


Figura 24: Evolución de las importaciones de arroz parbolizado, 2000-2018

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia, en función de limpieza de partida / descripción comercial

Según datos obtenidos de la SUNAT con respecto al origen de las importaciones de arroz parbolizado entre años 2000-2018, solo muestra a Italia en el año 2001, sin embargo en los siguientes 7 años Uruguay toma importancia acaparando en su totalidad el origen de esta; a partir del 2011 y en adelante Brasil y Tailandia en tre otros entraron a tallar con un porcentaje importante de participación, a partir del 2011 Brasil desplaza a Uruguay como principal origen de arroz parbolizado manteniendo su hegemonía a la fecha.

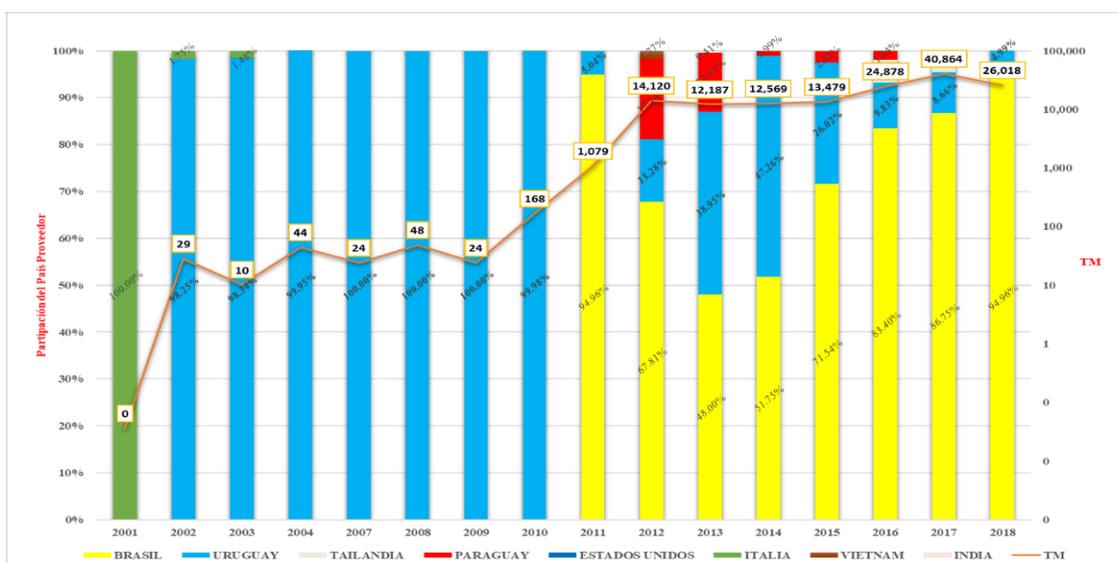


Figura 25: Origen de las importaciones de arroz parbolizado, 2000-2018

Fuente: **SUNAT**

Elaboración: *Propia, en función de limpieza de partida / descripción comercial*

3.1.2.7. Empresas importadoras de arroz parbolizado

En cuanto a las empresas importadoras de arroz parbolizado, la tabla 3.7 muestra la completa evolución de la variedad y su participación por empresas, en primer lugar COMPROMAS BF E.I.R.L. con una participación que se origina el año 2016, asimismo se aprecia el acelerado crecimiento en los siguientes años llegando así el 2018 a la cantidad de 7081 toneladas para un total importado de 15,320 TM, sin embargo si hablamos de cantidad total de importación tenemos a GRUPO PARCKERS´S S.A.C. con participación desde el año 2014 que con el transcurso del tiempo ha ido incrementando con respecto a sus cantidades llegando a una totalidad desde el año 2014 al 2018 de 21,383 toneladas. Otras de las empresas que han tomado importancia en los últimos años es DISTRIBUCIÓN EL SOL S.R.L. con un crecimiento visible desde el año 2016 con cantidades mayores a las que tenía en años anteriores y DISTRIBUCIONES ALIMENTARIA S.A. con una participación desde el año 2010.

Tabla 11

Evolución de las empresas importadoras de arroz parbolizado, 2000-2018 (TM)

N°	IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
1	COMPROMAS BF E.I.R.L.														575	7664	7081	15320
2	GRUPO PARCKER'S S.A.C												1401	2365	4249	7374	5994	21383
3	AMC STAR FOODS S.A.C.															2567	3658	6224
4	STYWI S.A.C.														375	2024	1426	3825
5	CENTRO COMERCIAL CORDOVA E I R LTDA															1390	1136	2526
6	DISTRIBUCION EL SOL S.R.L.											619	250	250	1375	3674	1125	7293
7	DISTRIBUCIONES ALIMENTARIAS S.A.								120		408	1295	1375	2474	2291	3462	1032	12458
8	CORPORACION ALCARRAZ MARCOZ E.I.R.L																732	732
9	COSTEÑO ALIMENTOS S.A.C.									30	80	62	99	975	899	1125	550	3820
10	DISTRIBUIDORA ALIMENTARIA S.A.C.														250		500	750
11	GRUPO FRAILE RICE S.A.C.																450	450
12	INVERSIONES ALIMENTARIAS LATINO S.A.C.															25	447	472
13	NEGOCIACIONES RICE FRAYLECILLO S.A.C.																300	300
14	COMERCIAL ISABELITA S.A.C.							24		24	521	390	365	450	458	365	295	2892
15	GRUPO SANTA ANA S.A.C.										819	1603	793		250	500	250	4214
16	INTERLOOM S.A.C.										240	432	733	550	725	1225	250	4154
17	INVERSIONES ANNACOT E.I.R.L.																242	242
18	INDUAMERICA INTERNACIONAL S.A.C.																240	240
19	INDUSTRIA ARROCERA DE AMERICA S.A.C.											100	225				120	445
20	COMERCIALIZADORA RECETA DEL ANGEL E.I.R.L.														250		100	350
21	ALIMENTOS LA ESPIGA REAL S.A.C.										470	732	500	125	500	375	50	2752
22	ZENDER SAC																25	25
23	DIOCESIS DE HUARI																15	15
24	ADRIATICA DE IMPORTACIONES Y EXPORTAC SA							0		0	0				0	1	0	2
25	INVERSIONES ANIVI SAC													2025	2750	3999		8774
26	IMPORTADORA MISTI S.A.C.										375	250	250			1014		1888
27	MOP TRADING S.A.C.												620	1035	972	928		3555
28	EXPORTER NICMAT ALIMENT S.A.C.															541		541
29	L.H.V. S.A.C.															514		514
30	LOP PERU TRADING S.A.C												250		419	506		1174
31	IMEX PRO ALIMENT, E.I.R.L.															361		361
32	ADR PROVEEDORES S.A.C.															250		250
TOTAL GENERAL		0	29	10	44	24	48	24	168	1079	14120	12187	12569	13479	24878	40864	26018	145541

N°	IMPORTADOR	2001	2002	2003	2004	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
32	ADR PROVEEDORES S.A.C.															250		250
33	RICE BUSINESS R & L S.A.C.															206		206
34	LONG GRAY COMPANY S.A.C.															199		199
35	INVERSIONES MALE S.A.C.														50	150		200
36	SANTA ANA COMMODITIES S.A.C.													187		125		312
37	ALIMENTOS SEGUROS E.I.R.L.														250	125		375
38	EL ARABE MAYORISTA E.I.R.L.															75		75
39	FRUTAS INDUSTRIAS S.A.C															75		75
40	NEGOCIACIONES PERUANITA S.A.C.													225		25		250
41	COMPANIA SANTA JULIA S.A.C.															25		25

3.1.2.8. Marcas comerciales de arroz parbolizado

Figura 29

Evolución de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2000-2018 (TM)

N°	MARCA	2001	2002	2003	2004	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
1	EMOCIONES													449	1644	11872	7013	20979
2	DON MARIO												250	1750	2249	6224	5619	16092
3	CHICA QORI															3350	3400	6750
4	EL GUAPO DE GUAPOS															1390	1136	2526
5	D'AMANTE																1125	1125
6	TALLO VERDE											1050	1375	2474	2291	3462	1032	11685
7	EL DORADO										3200	2750	2249	2525	6415	2874	900	20913
8	TIO SAM												750	1774	4374	950	744	8591
9	GRANO REAL																732	732
10	ARROZUR		28	10	44		48	24			804	1733	3814	2345	1721	2375	600	13546
11	O'MAGICO												375		375	1924	500	3174
12	BRILHANTE												375	375	1475	1050	500	3775
13	SOL DEL TAMBO																500	500
14	GLENCORE																447	447
15	D'SABORI																360	360
16	COMANDANTE GOURMET																350	350
17	LA SIEMBRA														250	625	250	1125
18	DEL CAMPO										240	432	733	550	300	225	250	2729
19	VALLESOL																245	245
20	S/M									450	2773	725	250	100	125	225	140	4787
21	MOROCHUCO																125	125
22	SLC ALIMENTOS											499	250		750		50	1549
23	SCOTTI								0		0	0			0	1	0	2
24	SOL DE GUADALUPE															1425		1425
25	GOLDEN RICE														425	1000		1425
26	DON CARLITOS											150		330	458	340		1278
27	CAPITAN PEDRO											250				250		500
28	YSA															250		250
29	COSTA VALLE											1000		125	125	228		1478
30	SAMAN					24			48	30	6	12		25		200		345
31	FORTALEZA															199		199
32	GIGANTE														125	175		300
33	AGAPE															123		123
34	JOSAPAR															75		75
35	D'GELA															25		25
TOTAL GENERAL		0	29	10	44	24	48	24	168	1079	14120	12187	12569	13479	24878	40864	26018	145541
N°	MARCA	2001	2002	2003	2004	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
36	TAZON NORTEÑO															25		25
37	ROLAND				0													0
38	CHANELL RICE										199							199

39	GOURMET HOUSE	0	0																	0
40	DEL NORTE							1050												1050
41	CHANNEL									248										248
42	DEMELFOR		24	24																49
43	BR SUL																	125		125
44	DIENTE FINO																	300		300
45	PASO DRAGON									300	350	150	475							1275
46	AMEROP		500	1574				500	755	20										3349
47	CACAROLA									125										125
48	CAMIL							150												150
49	COOPAR									120										120
50	CAMPOBELL DORADO																	125		125
51	CHANEL									1057	793	187								2037
52	TROPICAL							1000												1000
53	KRBL LIMITED									50										50
54	MENU																		1	1
55	ARROSUR							120												120
56	NELSON WENDT							75												75
57	AGNESI	1	0																	1
58	OROPEL							725	250	125										1100
59	FARALLON							100												100
60	RISO GALLO	0																		0
61	ROYAL PRINCESS																		50	50
62	COTIDIANO							1125	550	125										1800
63	ARROZAL 33						120	288												408
64	GARDENIA																		250	250
65	ALISUR							250												250
66	CASARONE							120	24										250	394
67	VILLA TONDERO																		250	250
68	VENDEDORES									125										125
69	EL PAIS							372	239											611
70	ESPIGA																		250	250
TOTAL GENERAL		0	29	10	44	24	48	24	168	1079	14120	12187	12569	13479	24878	40864	26018	145541		

Fuente: **SUNAT**

Elaboración: **Propia, en función de limpieza de partida / descripción comercial**

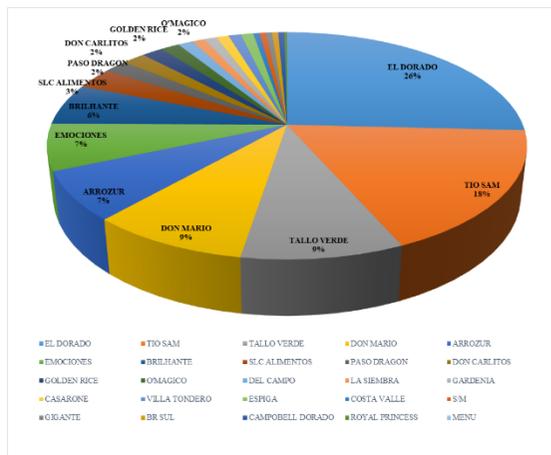


Figura 30: Participación de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2016

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia, en función de limpieza de partida / descripción comercial

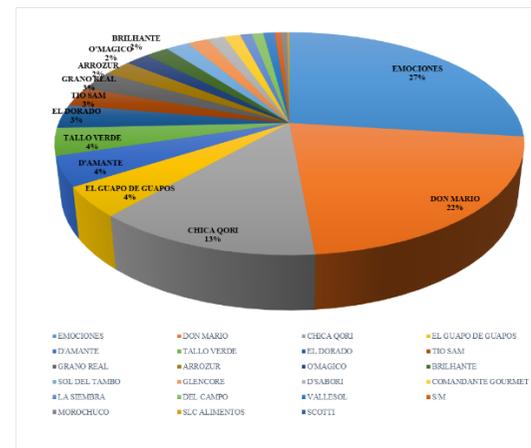


Figura 32: Participación de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2018

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia, en función de limpieza de partida / descripción comercial

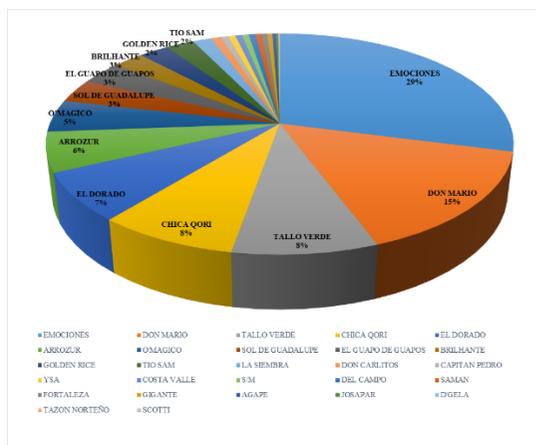


Figura 31: Participación de las marcas comerciales de arroz parbolizado, 2017

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia, en función de limpieza de partida / descripción comercial

Muchas marcas han aparecido para identificar a la oferta de arroz parbolizado, destacando los últimos años la marca Emociones, Don Mario, Tallo Verde, Chica Quori, Dorado entre otros. En la tabla 3.9 se identifica las empresas encargadas de distribución de estas marcas comerciales, mucha de las cuáles no son de exclusividad del importador sino son marcas que vienen desde origen, lo que ha venido como señalan los importadores representando tensiones entre las acreditaciones de quiénes son responsables del crecimiento y penetración de mercado, sobre todo cuando se desconoce los datos al detalle.

A diferencia del arroz blanco donde se prioriza el uso de marcas privadas por importador.

Tabla 12

Distribución de las marcas comerciales por origen y proveedor origen de la mercadería, 2018

N°	Importador / Origen / Marca Comercial	CIF	KG	CIF/TM
1	COMPROMAS BF E.I.R.L.	\$ 4,151,420	7,080,840	\$575
	BRASIL	\$ 4,151,420	7,080,840	\$575
	EMOCIONES	\$ 3,948,663	6,712,204	\$576
	TIO SAM	\$ 202,757	368,636	\$539
2	GRUPO PARCKER'S S.A.C	\$ 3,437,096	5,993,995	\$576
	BRASIL	\$ 3,437,096	5,993,995	\$576
	DON MARIO	\$ 3,231,539	5,619,025	\$577
	TIO SAM	\$ 205,556	374,970	\$548
3	AMC STAR FOODS S.A.C.	\$ 2,090,848	3,657,765	\$571
	BRASIL	\$ 2,090,848	3,657,765	\$571
	BRILHANTE	\$ 262,759	500,000	\$524
	CHICA QORI	\$ 1,828,089	3,157,765	\$578
4	STYWI S.A.C.	\$ 776,438	1,426,290	\$545
	BRASIL	\$ 776,438	1,426,290	\$545
	D'AMANTE	\$ 600,125	1,125,000	\$530
	EMOCIONES	\$ 176,313	301,290	\$585
5	CENTRO COMERCIAL CORDOVA E I R LTDA	\$ 663,378	1,136,180	\$583
	BRASIL	\$ 663,378	1,136,180	\$583
	EL GUAPO DE GUAPOS	\$ 663,378	1,136,180	\$583
6	DISTRIBUCION EL SOL S.R.L.	\$ 606,615	1,125,000	\$526
	BRASIL	\$ 606,615	1,125,000	\$526
	EL DORADO	\$ 325,625	625,000	\$519
	O'MAGICO	\$ 280,990	500,000	\$561
7	DISTRIBUCIONES ALIMENTARIAS S.A.	\$ 563,422	1,032,090	\$544
	BRASIL	\$ 563,422	1,032,090	\$544
	TALLO VERDE	\$ 563,422	1,032,090	\$544
8	CORPORACION ALCARRAZ MARCOZ E.I.R.L	\$ 420,030	731,750	\$574

N°	Importador / Origen / Marca Comercial	CIF	KG	CIF/TM
12	INVERSIONES ALIMENTARIAS LATINO S.A.C.	\$ 293,890	447,250	\$656
	URUGUAY	\$ 293,890	447,250	\$656
	GLENCORE	\$ 293,890	447,250	\$656
13	NEGOCIACIONES RICE FRAYLECILLO S.A.C.	\$ 156,300	300,000	\$518
	BRASIL	\$ 156,300	300,000	\$518
	COMANDANTE GOURMET	\$ 52,100	100,000	\$520
14	EL DORADO	\$ 104,200	200,000	\$518
	COMERCIAL ISABELITA S.A.C.	\$ 166,516	295,000	\$562
	BRASIL	\$ 166,516	295,000	\$562
15	S/M	\$ 28,199	50,000	\$562
	VALLESOL	\$ 138,317	245,000	\$563
	GRUPO SANTA ANA S.A.C.	\$ 137,154	250,000	\$547
16	BRASIL	\$ 137,154	250,000	\$547
	LA SIEMBRA	\$ 137,154	250,000	\$547
	INTERLOOM S.A.C.	\$ 139,530	249,960	\$558
17	URUGUAY	\$ 139,530	249,960	\$558
	DEL CAMPO	\$ 139,530	249,960	\$558
	INVERSIONES ANNACOT E.I.R.L.	\$ 138,439	242,330	\$571
18	BRASIL	\$ 138,439	242,330	\$571
	CHICA QORI	\$ 138,439	242,330	\$571
	INDUAMERICA INTERNACIONAL S.A.C.	\$ 129,400	240,000	\$537
19	BRASIL	\$ 129,400	240,000	\$537
	D'SABORI	\$ 129,400	240,000	\$537
	INDUSTRIA ARROCERA DE AMERICA S.A.C.	\$ 63,948	120,000	\$530
20	BRASIL	\$ 63,948	120,000	\$530
	D'SABORI	\$ 63,948	120,000	\$530
	COM. RECETA DEL ANGEL E.I.R.L.	\$ 55,050	100,000	\$550

BRASIL	\$ 420,030	731,750	\$574
GRANO REAL	\$ 420,030	731,750	\$574
9 COSTEÑO ALIMENTOS S.A.C.	\$ 306,119	550,000	\$554
URUGUAY	\$ 306,119	550,000	\$554
ARROZUR	\$ 306,119	550,000	\$554
10 DISTRIBUIDORA ALIMENTARIA S.A.C.	\$ 295,183	499,830	\$591
BRASIL	\$ 295,183	499,830	\$591
SOL DEL TAMBO	\$ 295,183	499,830	\$591
11 GRUPO FRAILE RICE S.A.C.	\$ 240,919	450,000	\$532
BRASIL	\$ 240,919	450,000	\$532
COMANDANTE GOURMET	\$ 130,250	250,000	\$519
EL DORADO	\$ 39,075	75,000	\$519
MOROCHUCO	\$ 71,594	125,000	\$572
TOTAL GENERAL	\$ 14,885,455	26,018,180	\$575

BRASIL	\$ 55,050	100,000	\$550
S/M	\$ 27,400	50,000	\$547
SLC ALIMENTOS	\$ 27,650	50,000	\$552
21 ALIMENTOS LA ESPIGA REAL S.A.C.	\$ 27,847	50,000	\$553
URUGUAY	\$ 27,847	50,000	\$553
ARROZUR	\$ 27,847	50,000	\$553
22 ZENDER SAC	\$ 14,781	25,000	\$590
BRASIL	\$ 14,781	25,000	\$590
S/M	\$ 14,781	25,000	\$590
23 DIOCESIS DE HUARI	\$ 10,684	14,660	\$645
ITALIA	\$ 10,684	14,660	\$645
S/M	\$ 10,684	14,660	\$645
24 ADRIATICA DE IMPORTACIONES Y EXPORTAC	\$ 447	240	\$1,670
ITALIA	\$ 447	240	\$1,670
SCOTTI	\$ 447	240	\$1,670
TOTAL GENERAL	\$ 14,885,455	26,018,180	\$575

Fuente: **SUNAT**

Elaboración: **Propia, en función de limpieza de partida / descripción comercial**

3.1.2.9. Determinación de la brecha competitiva de arroz parbolizado

Tabla 13

Proyección del consumo de arroz parbolizado, 2019 - 2025

INDICADOR	Área Cosechada	Producción	Rendimiento	Producción Arroz Pilado	Importaciones de Arroz Pilado	Exportaciones de Arroz Pilado	Consumo de Arroz Pilado (P + I - E)	Población	Consumo Per Cápita de Arroz Pilado	Importaciones de Arroz Parbolizado	Arroz Parbolizado en las Importaciones Totales	Crecimiento Importaciones de Parbolizado	Arroz Parbolizado en el Consumo Nacional	Consumo Per Cápita de Arroz Importado	Consumo Per Cápita de Arroz Parbolizado
Año	Ha	TM	TM / ha	TM - 70%	TM	TM	TM	# Habit.	Kg/H	TM	%	%	%	Kg/H	Kg/H
2000	287,113	1,892,100	6.59	1,324,470	64,356	1	1,388,825	25,983,588	53.45	0	0.00%		0.00%	2.48	0.00
2001	302,800	2,026,970	6.69	1,406,580	51,536	1	1,458,116	26,366,533	55.30	0	0.00%	0%	0.00%	1.95	0.00
2002	316,807	2,118,679	6.69	1,438,407	34,035	0	1,472,442	26,739,379	55.07	29	0.08%	74329%	0.00%	1.27	0.00
2003	313,856	2,132,405	6.79	1,431,536	15,838	123	1,447,251	27,103,457	53.40	10	0.06%	-64%	0.00%	0.58	0.00
2004	286,468	1,844,896	6.44	1,303,165	77,098	15	1,380,248	27,460,073	50.26	44	0.06%	333%	0.00%	2.81	0.00
2005	357,883	2,468,357	6.90	1,762,537	118,857	13	1,881,381	27,810,540	67.65	0	0.00%	-100%	0.00%	4.27	0.00
2006	343,691	2,362,260	6.87	1,613,715	37,885	44	1,651,556	28,151,443	58.67	0	0.00%		0.00%	1.35	0.00
2007	337,639	2,256,000	6.68	1,696,224	74,151	145	1,770,230	28,481,901	62.15	24	0.03%		0.00%	2.60	0.00
2008	379,783	2,775,800	7.31	1,943,060	146,440	17,466	2,072,034	28,807,034	71.93	48	0.03%	100%	0.00%	5.08	0.00
2009	404,614	2,991,157	7.39	2,093,810	91,346	45,970	2,139,186	29,132,013	73.43	24	0.03%	-50%	0.00%	3.14	0.00
2010	388,659	2,831,374	7.28	1,981,962	94,682	1,998	2,074,646	29,461,933	70.42	169	0.18%	601%	0.01%	3.21	0.01
2011	359,612	2,624,458	7.30	1,837,121	208,698	611	2,045,207	29,797,694	68.64	1,083	0.52%	543%	0.05%	7.00	0.04
2012	390,919	3,043,330	7.79	2,130,331	251,208	44,143	2,337,396	30,135,875	77.56	14,150	5.63%	1206%	0.61%	8.34	0.47
2013	395,651	3,050,934	7.71	2,135,654	175,678	29,857	2,281,474	30,475,144	74.86	12,238	6.97%	-14%	0.54%	5.76	0.40
2014	381,368	2,896,613	7.60	2,027,629	207,984	37	2,235,576	30,814,175	72.55	12,599	6.06%	3%	0.56%	6.75	0.41
2015	399,501	3,151,408	7.89	2,205,986	238,608	69	2,444,525	31,151,643	78.47	13,524	5.67%	7%	0.55%	7.66	0.43
2016	419,563	3,165,749	7.55	2,216,024	290,807	8,631	2,498,201	31,488,625	79.34	24,965	8.58%	85%	1.00%	9.24	0.79
2017	422,434	3,038,524	7.19	2,126,967	401,655	178	2,528,444	31,826,018	79.45	40,986	10.20%	64%	1.62%	12.62	1.29
2018	431,183	3,507,847	8.14	2,455,493	271,513	397	2,726,609	32,162,184	84.78	26,150	9.63%	-36%	0.96%	8.44	0.81
2019	438,561	3,454,907	7.88	1,743,245	325,941	12,777	2,056,409	32,495,510	63.28	25,805	7.92%	-1%	1.25%	10.03	0.79
2020	445,940	3,536,203	7.93	1,798,621	343,946	13,246	2,129,321	32,824,358	64.87	27,667	8.04%	7%	1.30%	10.48	0.84
2021	453,318	3,617,499	7.98	1,853,998	361,952	13,716	2,202,234	33,149,016	66.43	29,530	8.16%	7%	1.34%	10.92	0.89
2022	460,696	3,698,794	8.03	1,909,375	379,957	14,186	2,275,147	33,470,569	67.97	31,392	8.26%	6%	1.38%	11.35	0.94
2023	468,074	3,780,090	8.08	1,964,752	397,963	14,655	2,348,059	33,788,589	69.49	33,254	8.36%	6%	1.42%	11.78	0.98
2024	475,453	3,861,386	8.12	2,020,128	415,968	15,125	2,420,972	34,102,668	70.99	35,117	8.44%	6%	1.45%	12.20	1.03
2025	482,831	3,942,681	8.17	2,075,505	433,973	15,594	2,493,885	34,412,393	72.47	36,979	8.52%	5%	1.48%	12.61	1.07

Fuente: FAO FAO Calculado INEI y Calculado Adex Data Trade Adex Data Trade Calculado INEI Calculado Filtrado Calculado Calculado Calculado Calculado Calculado

Elaboración: Propia

3.1.3. Proponer planes estratégicos adecuados de marketing, operaciones, organizacional, de recursos humanos y de RSE para hacer viable la importación de arroz parbolizado.

En este apartado se presenta la propuesta de solución a la creciente demanda de arroz parbolizado en el Perú, los resultados de este apartado se configuran en base a las entrevistas realizadas a los actuales participantes en la cadena de importación y distribución de arroz parbolizado, proveedores internacionales, traders, importadores y distribuidores, así también toma algunas recomendaciones de los antecedentes de investigación.

3.2. Aporte científico

3.2.1. Plan de negocios de importación de arroz parbolizado

Ante la creciente demanda de arroz parbolizado en el Perú y una introducción del producto estable desde el año 2011 y consolidándose en los últimos años, resalta como alternativa de solución la formulación de un plan de negocios de importación y comercialización de arroz parbolizado, el cual toma como principal herramienta el benchmarking, es decir las actuales configuraciones de los negocios más importantes del sector, de aquellas empresas que se han consolidado en los últimos años, así también toma en cuenta las recomendaciones de los involucrados para garantizar el posicionamiento de una nueva marca de arroz parbolizado, en los siguientes apartados se establecerán las decisiones estratégicas del plan de negocios a nivel del marketing, de su estructura operacional, de su organización y aspectos de responsabilidad social empresarial.

3.2.2. Plan de marketing

El plan de marketing de importación y distribución de arroz parbolizado está configurado a través del modelo de las 4 P, los cuáles determinaran la adecuada mezcla de marketing para este producto.

Producto

El producto arroz parbolizado se enfocará en una estrategia de visualización de un producto uniforme en calidad y aspectos nutricionales. El producto es esencialmente arroz sometido a un proceso hidrotérmico conocido como parbolización, su color es ligeramente amarillo y será presentado en sacos de 50 Kg como medida estandar de comercialización para mercados mayoristas,

así también se evaluarán a futuro presentaciones de 750 gr, 1kg, 2kg y 5kg para el mercado retail.

El empaque de 50 Kg será en sacos, bolsas o saquillos de polipropileno en los cuáles se deberá mostrar aspectos de marketing y todas los requerimientos obligatorios de etiquetado: el nombre del producto y su contenido, el fabricante, el importador, el logo, el eslogan, el contenido, condiciones de almacenamiento, fecha de fabricación, fecha de vencimiento, número de lote. De la misma manera en las presentaciones para el mercado retail se utilizará bolsas de polietileno laminado y se incluirá dentro de la etiqueta los aspectos nutricionales.

La marca elegida para el producto es **Ágape**, una palabra griega relacionada al amor desinteresado o al amor de Dios para los creyentes, diferente al amor Filos o amor Eros, relacionado a la familia y al erotismo respectivamente. La marca Ágape es de propiedad de la empresa Garvi Trading y tiene como slogan “**el maná hecho arroz**”. En la figura 4.1. se muestra el diseño preliminar del saco de 50 kg:



Tabla 14: Diseño de envase de 50 Kg – Arroz parbolizado Ágape

Elaboración: propia

El análisis de los países proveedores a nivel estadístico, las entrevistas y conversaciones con diferentes importadores y distribuidores confirman a Brasil como el mejor origen para el producto parbolizado. Actualmente la empresa ha iniciado conversaciones con el principal molino de exportación de Brasil Nelson Wendt y con el molino BR SUL para tener alternativas de producción con ambos proveedores.

Precio

Actualmente hay muchas marcas de arroz con gran participación en el mercado, sin embargo aun es poca la presencia de marcas de arroz parbolizado, sin embargo los altos volúmenes de arroz pulido disponibles en el Perú, tanto nacional como importado, hacen que el arroz parbolizado sea competencia directa del arroz blanco, según lo que se ha podido apreciar el arroz parbolizado tiende a tener similares precios del arroz blanco proveniente de Brasil de sus variedades Puitá y aquellas de Uruguay de sus variedades Olimar.

Por otra parte se conoce que en general la regla de los importadores que permanecen en el mercado es no tener márgenes menores a S/. 4.00 por saco de su costo operativo final, el cuál debe incluir factores como el tipo de cambio utilizado para hacer las transferencias al proveedor internacional, el estado del derecho específico durante la importación, los gastos aduaneros y logísticos, así como aquellos relacionados al pago del impuesto del arroz ivap y coeficientes de impuesto a la renta.

Por lo expuesto se concluye que el precio de venta del producto importado debe seguir una combinación de una estrategia de costing para asegurar el margen mínimo y una estrategia de pricing para adecuarse a las tendencias de precios de mercado.

A continuación se presenta en la tabla 4.1. el costeo modelo de importación para un lote de 125 TM o 5 contenedores con precios actualizados para importación en el segundo semestre del 2019, fecha de inicio del presente proyecto.

Tabla 15

Estrategia de pricing & costing del producto de importación

PROVEEDOR					
Almacén		Derecho Especifico	\$	84.00	
Operador					
Producto	Arroz Parbolizado				
Marca	Ágape				
TM	125				
Sacos	2500	20%	Adelanto		
Incoterms@ 2010	CIF	80%	Saldo		
Precio	USD 550.00	USD	3.35	TC	
Contenedores	5				
ETA Callao					
Sobreestadía					

GRUPO	SUB GRUPO	ITEM	USD	T.C.	S/.	% Costo
CIF		CIF 1	\$ 13,750.00	USD 3.35	S/.	46,062.50 15.19%
		CIF 2	\$ 55,000.00	USD 3.35	S/.	184,250.00 60.77%
		CIF	\$ 68,750.00		S/.	230,312.50 75.96%
ADEUDO		Dº Especifico	\$ 10,500.00	USD 3.35	S/.	35,175.00 11.60%
		IVAP	\$ 3,188.00	USD 3.35	S/.	10,680.00 3.52%
CIF + ADEUDO		CIF + ADEUDO	\$ 82,438.00		S/.	276,167.50 91.08%
GASTOS DE IMPORTACION	DIGESA y SENAS	Registro Sanitario	\$ 116.42	USD 3.35	S/.	390.00 0.13%
		PFI	\$ -	USD 3.35	S/.	- 0.00%
		Inspección Senasa	\$ 108.66	USD 3.35	S/.	364.00 0.12%
	AGENTES MARÍTIMOS	THC	\$ 450.00	USD 3.35	S/.	1,507.50 0.50%
		Handling Agente de Carga	\$ 59.00	USD 3.35	S/.	197.65 0.07%
	OPERADOR LOGÍSTICO	Servicio Logístico Integral	\$ 5,310.00	USD 3.35	S/.	17,788.50 5.87%
	Resguardo	\$ -	USD 3.35	S/.	- 0.00%	
MERCADO DE PRODUCTORES DE SANTA ANITA		Ingreso de Contenedores	\$ 149.25	USD 3.35	S/.	500.00 0.16%
		Ticket de Ingreso	\$ 7.46	USD 3.35	S/.	25.00 0.01%
		Cuadrillas	\$ 261.19	USD 3.35	S/.	875.00 0.29%
		Otros	\$ -	USD 3.35	S/.	- 0.00%
GASTOS FINANCIEROS		Comisión Adelanto	\$ 45.00	USD 3.35	S/.	150.75 0.05%
		Comisión Saldo	\$ 45.00	USD 3.35	S/.	150.75 0.05%
IMPUESTOS		Diferencia IVAP (Venta - Compra)	\$ 547.01	USD 3.35	S/.	1,832.50 0.60%
		Impuesto a la Renta	\$ 970.15	USD 3.35	S/.	3,250.00 1.07%
FINAL		DPP TOTAL US\$	\$ 89,537.00		S/.	303,199.15 100.00%
Liquidación Operativa 1		PRECIO VENTA S/.		S/.	130.00 2500 S/.	325,000.00 100.00%
		COSTO TOTAL		S/.	121.28 2500 S/.	303,199.15 93.29%
		UTILIDAD		S/.	8.72 S/.	21,800.85 6.71%

Elaboración: propia

Plaza

Según la revisión de los reportes censuales de inventarios y comercialización de arroz se confirma que la gran venta de arroz importado se realiza en el Mercado de Productores de Santa Anita, el cuál a su vez sirve como medida de referencia para los estudios de precios realizados por el MINAG. Todos los importadores de arroz parbolizado tienen sus principales almacenes y puntos de venta dentro del mismo mercado, por lo que se concluye que es importante consolidar una presencia en esa locación para a partir de ahí iniciar la venta directa del producto o direccionar la distribución hacia otros puntos del país.

En cuanto a las diferentes opciones de presencia en el mercado de productores, la empresa actualmente no tiene oficinas ahí pero se conoce que puntos aceptables de venta de 75 m² se venden en alrededor de US\$ 150,000.00 con capacidad promedio de 5000 sacos de almacenamiento y oficinas administrativas, sin embargo los alquileres se encuentran en alrededor de S/. 4,000.00 mensuales, por lo que la empresa con el fin de mantener la mayoría de sus costos variables optará por esta opción.

Promoción

Las estrategias de promoción a practicarse serán de tipo ATL y BTL. En cuanto a las ATL, se contratará cuñas radiales con el fin de promocionar e informar a los oyentes acerca del producto y los puntos donde puedan conseguirlos, incluyendo los distribuidores con los que se logre la canalización del producto hacia otro mercado. Adicional a ello se repartirán volantes informativos en diferentes puntos de la ciudad para que se conozca más del producto y sus beneficios nutricionales. En cuanto a las de tipo BTL, se realizarán activaciones y degustaciones del producto dentro del Mercado de Productores de Santa Anita en forma permanente. Así también los lotes de 50 kg, vendrán con muestras de 250 gr en cada saco que servirán como parte promocional de los clientes mayoristas.

3.2.3. Plan de operaciones

El plan de operaciones está centrado en el proceso de contratación de la mercadería internacional y las operaciones de importación del producto hasta su disposición para la venta a los clientes en el Mercado de Productores de Santa Anita.

Contrato

Se firmarán contratos con los proveedores internacionales Nelson Wendt y Br Sul, con los cuáles la gerencia de Garvi Trading tiene buenas relaciones comerciales, estos contratos suelen especificar adelantos entre el 10 al 20% por el historial de gestión de importaciones de los directores de la empresa, los contratos se acostumbran a realizar por embarques de 125 TM, 5 contenedores o 2500 sacos de 50 kg. Los elementos que incorporan los contratos de importación de arroz como se observan en la figura 4.2. de un modelo de contrato de arroz parbolizado con la empresa BR Sul Industria E Comercio Ltda, son: Producto, especificaciones,

cantidad, embalaje, precio, embarque, incoterms, forma de pago y documentos de embarque.

Tabla 16: Modelo de contrato de importación de arroz parbolizado

Fuente: Archivos Garvi Trading

CONTRATO: 16/17
FECHA: 28/03/2017

POR LA PRESENTE TENEMOS EL AGRADO DE CONFIRMAR A UDS LA SIGUIENTE OPERACIÓN DE COMPRAVENTA DE ARROZ PARBOLIZADO

A) VENDEDOR:

EMPRESA: BR SUL INDUSTRIA Y COMERCIO LTDA.
CNPJ 00768848/0001-65
BR 116 KM 520 N 6000 BAIRRO BARBUDA
PELOTAS/RS - BRASIL

REPRESENTANTE: SUL COMPANY REPRESENTAÇÕES IMP. EXP. LTDA.
TELEFONO +981143868 (RONALDO SILVEIRA)

B) COMPRADOR:

EMPRESA: LOP PERU TRADING SAC
RUC: 20548116598
DIRECCIÓN: PJ. VICTOR FAJARADO, 54 - MERCADO DE PRODUCTORES - SANTA ANITA
PAIS: PERU CIUDAD: LIMA

1.- PRODUCTO	ARROZ PARBOLIZADO CLARO – MARCA ÁGAPE
2.- ESPECIFICACIONES	MAX. 5% GRANOS PARTIDOS, LIBRES DE INSECTOS VIVOS
3.- CANTIDAD	125 TONELADAS METRICAS NETAS.
4.- EMBALAJE	BOLSAS NUEVAS DE POLOPROPILENO POR APROX. 50 KGS NETO C/U EN LA MARCA ÁGAPE.
5.- PRECIO	LA FIJACIÓN DEL PRECIO, SE REALIZARÁ EN DÓLARES ESTADOUNIDENSES. EL MISMO ASCIENDE A USD 570,00 POR TONELADA METRICA NETA, C.I.F. LIBRE DE IMPUESTOS Y OTROS GRAVÁMENES.
6.- EMBARQUE	EL EMBARQUE SE REALIZARA, <u>POSTERIOR DE HABER RECIBIDO EL SWIFT DEL ADELANTO ESPECIFICADO EN EL ITEMS 8.1.</u>
7.- INCOTERMS	CIF – PUERTO CALLAO, PERU
8.- FORMA DE PAGO	EL MONTO TOTAL DEL EMBARQUE ASCIENDE A: USD 71.250,00. LOS PAGOS, SE EFECTUARA TOTALMENTE EN DÓLARES ESTADOUNIDENSE, DE LA SIGUIENTE FORMA: <ul style="list-style-type: none"> • (8.1.) 10% PAGO POR ADELANTADO (USD 7.125,00). • (8.2.) EL RESTANTE 90%, EL COMPRADOR SE COMPROMETE A SALDAR EL PAGO CON LA ENTREGA DE LA COPIA DE LOS DOCUMENTOS VERIFICABLES POR FAX O EMAIL.
9.- DOCUMENTOS DE EMBARQUE	<ul style="list-style-type: none"> • BILL OF LANDING • COMMERCIAL INVOICE • PHYTOSANITARY CERTIFICATE • ORIGIN CERTIFICATE • FUMIGATION CERTIFICATE

ACEPTADO POR EL COMPRADOR
LOP PERU TRADING SAC

ACEPTADO POR EL VENDEDOR
BR SUL INDUSTRIA Y COMERCIO LTDA. |

Transferencia

Una vez aceptado el contrato se suele programar la transferencia del adelanto según las instrucciones bancarias del proveedor, para el caso mostrado en la figura 4.2. Se presenta a continuación las instrucciones enviadas a la institución bancaria para el adelanto del 10% y posteriormente el saldo del 90% posterior a la recepción de las las copias de los documentos que confirman el embarque en las figuras 4.3 y 4.4. respectivamente.

El punto clave a destacar es la negociación del tipo de cambio y las comisiones bancarias.

BBVA Continental FECHA DE SOLICITUD: 28 04 2017

SOLICITUD DE TRANSFERENCIA AL EXTERIOR - GIROS - CHEQUES

1.- TIPO DE TRANSACCIÓN
TRANSFERENCIA AL EXTERIOR GIROS CHEQUES

2.- DATOS DE LA OPERACIÓN (Obligatorio) (*)
Forma de Pago: Efectivo (sólo hasta \$ 10.000) Cargo en Cuenta
Nº de Cuenta a Cargar: 0011-0332-0100016139
MONTO A TRANSFERIR: USD 7,125.00
Moneda: US Dólares Euros Otra Moneda Especificar
Importe: Siete mil ciento veinticinco y 00/100 dólares americanos

3.- GASTOS DE CORRESPONSAL (Obligatorio)
Por Cuenta del Ordenante Por Cuenta del Beneficiario

4.- DATOS DEL ORDENANTE (Obligatorio) (*)
Nombre o Razón Social: Lop Peru Trading SAC.
Dirección: Pj. Víctor Fajardo 54 – Mercado de Productores Santa Anita – Lima – PERU
Tipo de Doc. Identidad: DNI RUC CI CE Otros Especificar
Nº Doc. Identidad: 20557604970 Telf. Fijo: 3548066 Telf. Celular: 978368595 E-mail: jlg@lop.pe

5.- DATOS DEL BENEFICIARIO (Obligatorio) (*)
Nombre: BR SUL IND. E COM LTDA
Dirección: Rodovia BR 116, Km 520, n° 6.000 - Bairro Barbuca Pelotas - Rio Grande do Sul – Brazil País: Brasil
Nº de Cuenta: 13.000077-0 Teléfono: 55 53 30253500
Tipo de Doc. Identidad: N° Doc. Identidad:

6.- DATOS DEL BANCO BENEFICIARIO (Obligatorio)
Código Identificación Banco: SWIFT ABA BILZ SORT CODE Otros: BSCHBRSP
Nº Cuenta con Banco Intermediario: 3544034644001
Nombre: BANCO SANTANDER S.A.
Dirección: BRASIL
Agencia / Sucursal: 4547-3 Ciudad: SAO PAULO País: BRASIL
Otros Datos:

MÁS DATOS
7.- DATOS DEL BANCO INTERMEDIARIO (Opcional)
Código Identificación Banco: SWIFT ABA Otros Especificar: SCBLUS33XXX
Nombre: STANDARD CHARTERED BANK
Dirección: NEW YORK – USA Clearing Code: ABA 026002561 / CHIPS UID 0256

8.- CONCEPTO DE PAGO (Obligatorio)
ADVANCE 125 TM AGAPE

Declaro conocer y aceptar las condiciones aplicables a la presente solicitud que figuran en el reverso de la misma

BBVA Continental LOP PERU TRADING SAC 30770428 11 4433
Consulta de Operaciones

Detalle del movimiento : 397

Número de Cuenta	0011-0332-01-00016139 CUENTA CORRIENTE
Importe	24.812.80 DOLARES US
Descripción de Operación	BRAS TRADING
Límite	TRANSFER. AL EXT. LIG.3079185
Fecha y Hora de Operación	2017-04-28 10:12
Otros Datos	0002

Message Swift

Header: BICONTPLXXX
BANCO CONTINENTAL
LIMA
Receptor: BOPAS00XXX
BANK OF AMERICA N.A.
SAN FRANCISCO

Message Text

30 Referencia del mensaje
307640013002
208 Código de operación bancaria
ORIG
30A Referencia del mensaje
Date: 02 May 2017
Currency: USD (US DOLLAR)
Amount: 7.12500
30K Cliente receptor: None/Direccion
001103320100016139
LOP PERU TRADING SAC
DOC ID: 3077042819
70 VICTOR FAJARDO 54
LIMA PERU
30A Descripción del mensaje: REC
BOPAS00XXX
BANK OF AMERICA N.A.
100 AVENUE OF THE AMERICAS
77A Entidad Agencia de Inicia: REC
BSCHBRSPXXX
BANCO SANTANDER (BRASIL) S.A.
RUA BRIG. LUIZ ANTONIO 1427
30 Cliente beneficiario: None/Direc
130000770
BR SUL IND E COM LTDA
RODOVIA BR 116 KM 520 N 600 BARBUCA
BARBUCA PELOTAS RIO GRANDE DO SUL
PELOTAS - BRASIL
70 Descripción de la remesa
BOKADVANCE 125 AGAPE
71A Especificación de pago
ORIG

Fin de Message Swift

Figura 33: Instrucción bancaria y constancia SWIFT de adelanto del contrato

Fuente: Archivos Garvi Trading

Figura 35: Certificado de libre venta original y traducción

Fuente: Archivos Garvi Trading

SAT Sociedad de Asesoramiento Técnico S.A.C.
LABORATORIO DE ENSAYO ACREDITADO POR EL ORGANISMO PERUANO DE ACREDITACION INACAL - DA CON REGISTRO N° LE-009

INFORME DE ENSAYO N° DT-01949-02-2016

PRODUCTO: Arroz blanco grano extra largo fino parbolizado pulido inodoro 05 de grano quebrado "Agape"
 SOLICITADO POR: LOP Peru Trading S.A.C.
 DIRECCION: P.J. Victor Fajardo N° 54 Depto. 201, Mercado de Productores - Santa Anita - Lima
 FECHA DE RECEPCION: 2016-02-26
 FECHA DE ANALISIS: 2016-02-26
 FECHA DE INFORME: 2016-02-26
 SOLICITUD N°: 0201602016

IDENTIFICACION DE LA MUESTRA: Ninguna
 ESTADO Y CONDICION: Producto en grano / Temperatura Ambiente
 PRESENTACION: Bolsa de polietileno transparente sellada en integrador, sin etiquetas
 CANTIDAD DE MUESTRA: 50 Gramos
 CANTIDAD DE MUESTRA REMANENTE: Ninguna (a solicitud del cliente)

Ítem	Via / Resultado
Mostrador Medio Representativo (M/R)	100%
(%) Calidad de grano-Arroz (1)	Se adjunta anexo
Humedad (g/100g)	12.88

LOS METODOS INDICADOS NO HAN SIDO ACREDITADOS POR INDECOPI-DA

[Firma]
 QUE CONFORMA LA VERDAD
 DEL PROCEDIMIENTO
 DEL 02/02/16

SAT INACAL

SAT Sociedad de Asesoramiento Técnico S.A.C.
INFORME DE ENSAYO N° DT-01949-02-2016

ANEXO

ENSAYO	RESULTADO
CALIDAD DE GRANO	
GRANOS TIPOSOS TOTALES	% 0.00
GRANOS TIPOSOS PARCIALES	% 0.12
GRANOS DAÑADOS	% 0.00
GRANOS QUEBRADOS	% 0.56
GRANOS ROJOS	% 0.00
POLVILLO	% 0.00
MATERIA EXTRAÑA	% 0.00
MEZCLA VARIETAL CONTRASTANTE	% 0.00
ARROCILLO	% 0.00
RELEN	% 0.00
GRANOS INMADUROS	% 0.00
GRADO DE LUSTRE	2
LONGITUD DE GRANO	mm mas de 7
OBSERVACIONES:	

Figura 36: Análisis de laboratorio

Fuente: Archivos Garvi Trading

MINISTERIO DE SALUD PERU
DIGESA
 DIRECCION GENERAL DE SALUD AMBIENTAL E INOCUIDAD ALIMENTARIA

REGISTRO SANITARIO
 Para la puesta en el mercado nacional de alimentos y bebidas de consumo humano

N°: 03529-2017
 Exp. N° 13284-2017-R

A. EMPRESA
 LOP PERU TRADING S.A.C.
 RUC: 20557604970
 P.J. VICTOR FAJARDO NRO. 54 . MERCADO DE PRODUCTORES (AV. LA CULTURA NRO. 701) - SANTA ANITA - LIMA - LIMA
 Teléfono/Fax: -
 Rep. Legal: GARCIA VILLANUEVA JOSE LUIS ANTONIO

B. FABRICACION
 BRASIL
 BR-SUL INDUSTRIA E COMERCIO LTDA

B.1. ALMACENAMIENTO
 LOP PERU TRADING S.A.C.
 P.J. VICTOR FAJARDO NRO. 54 . MERCADO DE PRODUCTORES - SANTA ANITA - LIMA - LIMA

C. ALIMENTOS Y BEBIDAS

Código del Registro Sanitario
 E1522517E
 NALPPR

1 ARROZ - ARROZ EXTRA PARBOLIZADO "AGAPE", en saco de polipropileno de 50 gr hasta 1000 kg. - bolsa de polipropileno de 50 gr hasta 50 kg. - bolsa de polietileno laminado de 50 gr hasta 50 kg.
 Vida Útil del Producto: 24 meses

D. REGISTRO
 La Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria autoriza la inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano de los productos descritos en el ítem C bajo las siguientes condiciones:

- La empresa y su representante legal son solidariamente responsables de que los productos descritos en el ítem C sean puestos en el mercado nacional en condiciones inocuas y aptas para el consumo humano.
- Cualquier cambio en el envase, presentación, requerirá una notificación a la DIGESA, la cual incorporará dicho cambio en el Registro, previa evaluación.
- La vigencia de la presente autorización de inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas es de cinco años a partir de la fecha de su expedición.
- La empresa está obligada a rotular el(los) producto(s), cuyo Registro Sanitario se otorga, con arreglo a lo establecido en el art. 117° del Decreto Supremo 007-98-SA. "Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas".
- Esta inscripción está sujeta a vigilancia sanitaria por parte de DIGESA, la cual podrá revocarla.
- La empresa está obligada a comunicar por escrito a la DIGESA cualquier cambio o modificación en los datos o condiciones bajo las cuales se otorgó el Registro Sanitario a un producto o grupo de productos, por lo menos siete (7) días hábiles antes de ser efectuada, acompañando los recaudos o información que sustentan dicha modificación.
- Los Diseños de etiqueta son competencia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, conforme a lo establecido en Art. 5° de la Ley N° 28405 - Ley de Rotulado de Productos Industriales Manufacturados. La DIGESA solo tiene competencia en el marco de lo establecido en el Artículo 117° "Contenido del rotulado" del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas aprobado con Decreto Supremo N° 007-98-SA.

Lima, 29 de marzo del 2017

[Firma]
 MINISTERIO DE SALUD
 DIRECCION GENERAL DE SALUD AMBIENTAL E INOCUIDAD ALIMENTARIA
 DIGESA
 Lic. Susanna María Sandoval
 Directora Ejecutiva
 Dirección de Certificaciones y Autorizaciones

Figura 37: Registro sanitario final

Fuente: Archivos Garvi Trading

Confirmación de embarque

La empresa importadora debe comunicar inmediatamente a la obtención del Registro Sanitario el código de RS, el cuál debe ser incorporado al diseño del saco, posterior a ello la empresa exportadora se encarga de hacer la reserva de espacio en la nave que transportará los contenedores hasta el puerto del Callao, junto con estos procesos logísticos en origen se van generando los diferentes documentos de la exportación, los cuales son: factura, conocimiento de embarque, certificado de origen, lista de empaque, certificado de fumigación y certificado libre de gases; vale aclarar que a diferencia del arroz blanco el arroz parbolizado no requiere un Permiso Fitosanitario de Importación emitido previamente por SENASA en Perú y un Certificado Fisotaniario de Exportación en el país de origen.

Los documentos emitidos sirven como constancia del embarque para el exportador y confirmación del importador con el cual se debe programar el pago del saldo correspondiente. A continuación para el caso presentado se presenta el modelo de documentos de exportación.



COMMERCIAL INVOICE																			
Invoice reference no. EXP 2027-003	Order reference no. 2024	Invoice issue date May 22, 2027																	
Exporter/Shipper (Name and physical address) Name: BR SUL, S.A. E COM. LTDA. - C.A.M. 00.248.844/0001-00 Address: Rua Santa BR 116, km 520, nº 6-000 - Bairro Barboza City: Portões - Estado: Rio Grande do Sul - Country: Brazil Zip / Postal Code: 90.000-000 Tel: 51 33 30223000 - 51 33 30223000 Mail address: br.sul@brsul.com.br		Importer (Name and physical address) Customer's name: GDP PERU TRADING SAC - RUC 2005762490 Address: P. F. 1802 - 00 - Mercado de Productores - Santa Anita - Lima City: Lima Country: Peru Tax ID: Mail address:																	
Notify Party (Name and physical address) Customer's name: GDP PERU TRADING SAC - RUC 2005762490 Address: P. F. 1802 - 00 - Mercado de Productores - Santa Anita - Lima City: Lima Country: Peru Tax ID: Mail address:		Consignee (Name and physical address) Customer's name: GDP PERU TRADING SAC - RUC 2005762490 Address: P. F. 1802 - 00 - Mercado de Productores - Santa Anita - Lima City: Lima Country: Peru Tax ID: Mail address:																	
Bank Details Correspondent Bank: Mandiant Chartered Bank - New York - USA Swift BIC CODE: MANDUS33 Clearing Code: 6843000201 / CHIPS USD 0250 Account Number: 304400004000 Beneficiary Bank: Banco Santander (Brazil) S.A. Swift BIC CODE: SBBRBR33		Beneficiary Bank: BR SUL S.A. E COM. LTDA. Address: BR 116, km 520, nº 6-000 - Bairro Barboza Portões - Rio Grande do Sul - Brazil Zip / Postal Code: 90.000-000 C/P: 51 33 30223000 / 51 33 30223000 Tel: 51 33 30223000 / 51 33 30223000 Mail address: br.sul@brsul.com.br BIC: BRULBR33 Account Number: 002.000077-0																	
Terms and conditions of delivery and payment Payment terms: 100% in advance - 100% cash against copy of shipment documents																			
Marks and numbers AGAK	Total number of packages 2500 Bags of 30 kg each	Total gross weight (Ton) 225,00 Ton	Date of shipment: June 02, 2027																
Port of loading Rio Grande - Brazil	Port of discharge Callao - Peru	Total net weight (Ton) 225,00 Ton	Package Bags of polystyrene containing 50kg each																
Description of the goods Brazilian Parboiled Rice Grade 1 - max. of 2% broken Crop 2025/2026 - Mark: AGAK		<table border="1"> <thead> <tr> <th>NCM</th> <th>Quantity (Ton)</th> <th>Unit price</th> <th>Total price</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8906.3011</td> <td>225</td> <td>USD 226,241</td> <td>USD 46.194,76</td> </tr> </tbody> </table>	NCM	Quantity (Ton)	Unit price	Total price	8906.3011	225	USD 226,241	USD 46.194,76	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>FOB Value</td> <td>USD 46.194,76</td> </tr> <tr> <td>Weight Value</td> <td>USD 5.000,00</td> </tr> <tr> <td>Freight Value</td> <td>USD 138,24</td> </tr> <tr> <td>Total FOB Value</td> <td>USD 51.332,00</td> </tr> </tbody> </table>	FOB Value	USD 46.194,76	Weight Value	USD 5.000,00	Freight Value	USD 138,24	Total FOB Value	USD 51.332,00
NCM	Quantity (Ton)	Unit price	Total price																
8906.3011	225	USD 226,241	USD 46.194,76																
FOB Value	USD 46.194,76																		
Weight Value	USD 5.000,00																		
Freight Value	USD 138,24																		
Total FOB Value	USD 51.332,00																		
Exporter Signature Export Coordinator BR SUL S.A. E COM. LTDA.																			

BR SUL S.A. E COM. LTDA.
 BR 116, nº 6000 - Portões - RS - CEP 90000-000 - BR - Fone: 51 33 30223000 - Email: www.br.sul@brsul.com.br

ORIGINAL

Figura 38: Factura

Fuente: Archivos Garvi Trading

Figura 39: Conocimiento de embarque – Bill of lading (BL)

Fuente: Archivos Garvi Trading

PAÍS EXPORTADOR: BRASIL		PAÍS IMPORTADOR: PERU
Nº DE ORDEM (1)	NALADI	DENOMINAÇÃO DAS MERCADORIAS
01	1006.30.20	* ORIGEM * BRANQUEADO SEMBRANQUEADO OU BRANQUEADO, MESMO POLIGO DO BRANCO (BLANQUEADO) * POLIGO DO BRANQUEADO * BRANQUEADO PARBOILED RICE GRADE 1-MAX. OF 5% BROKEN CROP 2015/2016 - MARK AGAPE

DECLARAÇÃO DE ORIGEM
DECLARAMOS que as mercadorias indicadas no presente formulário, correspondente à Fatura Comercial nº EXP 2017-103 cumprem com o estabelecido nas normas de origem do Acordo (2) ACE 58 de acordo com a seguinte discriminação:

Nº DE ORDEM	NORMAS (3)
01	ANEXO V, ARTIGO 2º, LETRA C

Data: 22/06/2017

Carimbo e assinatura responsável do exportador ou produtor: **Neider Rogério Stacke**
CPF: 378.694.930-15
RS-SUL INDUSTRIA E COMERCIO LTDA

OBSERVAÇÕES: Declaração Recebida em: 07/06/2017.

CERTIFICADO DE ORIGEM
Certifico a veracidade da presente declaração, a qual carimbo e assino na cidade de Novo Hamburgo-RS, 22/06/2017.

Carimbo e assinatura Entidade Certificadora: **Camila Brando**
FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS E DE SERVIÇOS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Nota: (1) ESTA COLUNA SERÁ INDICADA A ORDEM EM QUE SÃO IDENTIFICADAS AS MERCADORIAS COMPREENDIDAS NO PRESENTE CERTIFICADO, CASO SEJAM INSUFICIENTES OS NÚMEROS DE ORDEM, PROCEDERÁ A INDIVIDUALIZAÇÃO DAS MERCADORIAS EM EXEMPLARES SUPLEMENTARES.
(2) CERTIFICADO, NUMERADOS SUCESSIVAMENTE.
(3) ESPECIFICAR SE TRATA DE UM ACORDO DE ALIANCE REGIONAL OU DE ALCANCE PARCIAL, INDICANDO NÚMERO DE REGISTRO.
(4) NESTA COLUNA SERÁ INDICADA A NORMA DE ORIGEM QUE CUMPRE CADA MERCADORIA INDIVIDUALIZADA POR SEU NÚMERO DE ORDEM.

ORIGINAL

Figura 40: Certificado de origen

Fuente: Archivos Garvi Trading



O valor do produto brasileiro

EXPORTER INFORMATION		PACKING LIST		INVOICE NUMBER DATE	
EXP 2017-103 BR SUL IND. E COM LTDA - RODovia BR 116, KM 520, N° E-000 - BAIRRO BARBUJA, PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL - BRAZIL TEL: 53 30253500 FAX: 53 30253500		7304 100 000 000 kg 100 000 000 kg		1000000000 2017-06-16	
Receiver's name and physical address LCP PERU TRADING S.A.C. - RUC 2000000000 Address: P.O. BOX 46 - Mercado de Productores - Santa Anita - Lima City: Lima Country: Peru Zip: 15000		Shipper's name and physical address LCP PERU TRADING S.A.C. - RUC 2000000000 Address: P.O. BOX 46 - Mercado de Productores - Santa Anita - Lima City: Lima Country: Peru Zip: 15000		Invoice number and date 1000000000 2017-06-16	
Description of the goods Brazilian Parboiled Rice Grade 1 - max. of 5% broken (Org. 2005/2006 - marca: AGARD)		Container SUDU1302302 SUDU7621873 SUDU7311425 SUDU1400139 SUDU7340784		Gross weight 25,000,000 kg 25,000,000 kg 25,000,000 kg 25,000,000 kg 25,000,000 kg	

ORIGINAL

BR SUL IND. E COM. LTDA - ROD. BR 116, KM 520, N° E-000 - BAIRRO BARBUJA, PELOTAS, RS - BRAZIL

Figura 41: Lista de empaque
Fuente: Archivos Garvi Trading



ORIGINAL

Fumigation Certificate
Certificado de fumigação

Numero: 5162017

THE UNDERSIGNED, CERTIFIES THAT THE PRODUCTS REPORTED OF THE UNDER DESCRIBED DESPATCH WERE SUBMITTED TO FUMIGATION ACCORDINGLY FOLLOWING INDICATIONS
O baixo assinado, certifica que os produtos constantes da remessa abaixo descrita foram submetidos a fumigação conforme indicação a seguir

Commercial Invoice	EXP 2017-103 IBL ANRME7700A34N003		
Porto of Origin / Porto de Origem	RIO GRANDE, RS - BRAZIL		
Quantity of packages / Quantidade de volumes	05X20		
Gross weight / Peso bruto	125460.000 KGS		
Kind of product / Natureza do produto	BRAZILIAN PARBOILED RICE GRADE 1 - MAX. OF 5% BROKEN		
Destination / Destino	CALLAO PE		
Name and address of shipper / Nome e endereço do remetente	BR SUL IND. E COM LTDA - RODOVIA BR 116, KM 520, N° E-000 - BAIRRO BARBUJA, PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL - BRAZIL TEL: 53 30253500 55 53 81172500 CNPJ: 00.768.848/0001-65		
Name and address of notify / Nome e endereço do destinatário	LCP PERU TRADING S.A.C. RUC 2000000000 P.O. BOX 46 - MERCADO DE PRODUCTORES SANTA ANITA, LIMA PERU		
TREATMENT - TRATAMENTO			
Navio	ANTOFAGASTA EXPRESS		
Fumigation at / Fumigado em	CONTAINER	Place / local	LEN
Fumigation product / produto utilizado	PHOSPHINE	Date of fumigation	30/05/2017
Dosing / Dose (mg)	03 gr	Exposure time	96 HOURS
Temperature / Temperatura	21 °C	CNTRS	HASU1367242
Remarks / Observações			SUDU7621873 SUDU7311425 SUDU1400139 SUDU7340784

Rio Grande, June, 16th, 2016

INSECT LOG
controle profissional de pragas
CREA 197487
BR RS 0527

Rogério B. de Souza
Engenheiro de Fumigação
CRF 158 399

www.insectlog.com.br

Figura 42: Certificado de fumigación

Fuente: Archivos Garvi Trading

INSECT LOG  **ORIGINAL**
 CONTROLE PROFISSIONAL DE PRAGAS

GAS FREE CERTIFICATE
 Certificado de Fumigação e Exaustão

Número: **2017.GF.028**

Porto of Origin / Porto de Origem	RIO GRANDE - BRAZIL		
Quantity of packages / Quantidade de volumes	05X20		
Gross weight / Peso bruto	125450 000 KGS		
Destination / Destino	CALLAO PE		
Name and address of shipper / Nome e endereço do remetente	BR SUL IND E COM LTDA - RODOVIA BR 116, KM 520, Nº 6.000 - BAIRRO SARBUIDA, PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL BRAZIL TEL. 55 53 30253500 55 53 81172500 CNPJ: 00.768.848/0001-65		
Name and address of notify / Nome e endereço do destinatário	LOP PERU TRADING SAC RUC 20557604970 P.J. F NRO. 46 MERCADO DE PRODUCTORES SANTA ANITA LIMA PERU		

TREATMENT - TRATAMENTO

Vessel / Navio	ANTOFAGASTA EXPRESS		
Fumigation at / Fumigado em	CONTAINER	Place / local	NLN
Fumigation product / produto utilizado	PHOSPHINE	Date of fumigation	30/05/2017
Dosing / dose (m³)	03 gr	Exposure time	24 HOURS
Temperature / Temperatura	21 °C	CNTRS:	
Remarks / Observações		HASU1367242	
		SUDU7621873	
		SUDU7311425	
		SUDU1403139	
		SUDU7545784	

Insect Log, registrada sob o n.º BR 527 no "Ministério da Agricultura do Brasil", certifica que o container acima indicado completou seu processo de exaustão após a expiração do tempo de exposição e está livre de gás.	Insect log, registered under n.º BR 527 at the "Ministry of Agriculture of Brazil", certifies that the above mentioned container completed his process of exhaust gas after expiration of the exposure time and is gas free.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Rio Grande, June, 16th, 2016.

INSECT LOG
 controle profissional de pragas
 CREA 197487
 BR RS 0527

www.insectlog.com.br

Rogério Roberto Nicotini
 Engenheiro Agrônomo
 CREA RS 108 399

Figura 43: Certificado libre de gases

Fuente: Archivos Garvi Trading

Elección del operador logístico y agente de aduanas

Un punto importante a destacar y clave para un negocio de importación es la elección de un operador logístico internacional, quién es parte sustancial de la cadena al brindar un servicio integral de importaciones que permita a la empresa un adecuado flujo de movimientos del producto y la anulación de riesgos de sobrecostos por trámites mal realizados ante las diferentes instancias o empresas de comercio exterior.

El operador logístico internacional tiene como funciones principales, el direccionamiento de la mercadería a los almacenes aduaneros, la contratación de competitivas tarifas de almacenamiento, la gestión de los procesos de declaración aduanera de mercancías ante la SUNAT a través del agente de aduana, el pago y verificación de los vistos buenos de las agencias marítimas, los trámites para

solicitar la inspección de SENASA y aforos aduaneros de ser el caso, la supervisión de estas operaciones, la contratación del transporte y resguardo hasta los almacenes del cliente, la devolución de contenedores vacíos, antes del vencimiento de la sobreestadía o demurrage, que es el plazo máximo permitido para devolver los contenedores vacíos sin sobrecargos diarios, en el caso del arroz el estándar es un rango de 21 a 25 días contados a partir de la descarga del contenedor.

En el caso de Garvi Trading, es parte de un grupo empresarial que también cuenta con su propio operador logístico Garvi Logístics SAC, el detalle de los costos de importación involucrados en las operaciones del operador se muestran en la tabla 4.2. Los operadores logísticos en la actualidad por el servicio integrado de importación cobran un tarifa flat entre \$ 900.00 a \$ 950.00 por contenedor más el IGV. Sus costos internos difieren según la tarifa que tengan acordada con los almacenes aduaneros, los costos de vistos buenos de los agentes marítimos y de las tarifas de recepción o devolución de contenedores vacíos en los almaneces indicados por las navieras involucrada en la operación.

Tabla 17

Servicio logístico integral de importaciones: operaciones y costos aceptables

GARVI TRADING		ARROZ	
ORDEN 18/0006			
SERVICIO:	IMPORTACION		
VOLUMEN:	5		
TIPO:	20'ST		
T/C:	3.400		
B/L:			
DATOS DE FACTURACIÓN			
CONCEPTO	VENTA \$	TOTAL SIN IGV	VENTA X CNTR
SERVICIO LOGÍSTICO	\$ 5,723.00	\$ 4,850.00	\$ 950.00
ADICIONAL TRANSPORTE	\$ -	\$ -	\$ -
RESGUARDO DE CONTENEDOR	\$ 236.00	\$ 200.00	\$ 40.00
VISTO BUENO BL HIJO	\$ -	\$ -	\$ -
MOVILIZACION	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 5,959.00	\$ 5,050.00	\$ 990.00
PROFIT TOTAL X LOTE (US\$)		\$	792.15
PROFIT TOTAL X CNTR (US\$)		\$	158.43
PROFIT TOTAL X LOTE (S/.)		S/.	2,693.30
PROFIT TOTAL X CNTR (S/.)		S/.	538.66
Plantilla Costo			
Montos no incluyen IGV			
		DÓLARES	TOTAL \$
ALMACEN:			
FARGOLINE			
0001-000901	DPW - Tarifa Flat	DOLARES X Cntr	\$ 228.00 \$ 1,140.00
0001-000901	SENASA - CUADRILLA	DOLARES X Cntr	\$ 35.00 \$ 175.00
		Sub Total	\$ 228.00 \$ 1,315.00
VACIOS:			
F040-00141213	Servicio de Recepcion de Contenedor	DOLARES X Cntr	\$ 183.00 \$ 915.00
		Sub Total	\$ 183.00 \$ 915.00
VB:			
IMUPESA			
F040-00141213	Doc Fee Impo	DOLARES X Cntr	\$ 125.00 \$ 625.00
F040-00141213	Box Fee Impo	DOLARES X Cntr	\$ 37.00 \$ 185.00
F040-00141213	Tramite Documentario	DOLARES X Bl	\$ 98.00 \$ 98.00
		Sub Total	\$ 162.00 \$ 908.00
TRANSPORTE:			
	Servicio de Transporte	SOLES 1	\$ 147.06 \$ 147.06
	Servicio de Transporte	SOLES 1	\$ 147.06 \$ 147.06
	Servicio de Transporte	SOLES 1	\$ 147.06 \$ 147.06
	Servicio de Transporte	SOLES 1	\$ 147.06 \$ 147.06
	Servicio de Transporte	SOLES 1	\$ 147.06 \$ 147.06
	RESGUARDO	SOLES 0	\$ 147.06 \$ 147.06
		Sub Total	\$ 882.35 \$ 882.35
AGENCIA DE ADUANA:			
0001-000901	Asesoría en Comercio Exterior	DOLARES X BL	\$ 120.00 \$ 120.00
0001-000901	Precintos	DOLARES X CTN	\$ 1.50 \$ 7.50
0001-000901	Gastos operativos	DOLARES X BL	\$ 10.00 \$ 10.00
		Sub Total	\$ 120.00 \$ 137.50
COSTO TOTAL			\$ 4,157.85
COSTO TOTAL + IGV			\$ 4,906.27

Fuente: Garvi Logistics Sac

Direccionamiento

Las navieras encargadas del despacho, una vez confirmado el embarque deben enviar al importador o a sus agentes autorizados como Notify, el aviso de llegada de la mercadería, donde se señala las fechas probables de arribo a destino, conocida como ETA the Estimated Time of Arrival, con este documento o notificación el importador debe instruir a su operador logístico para que direcciona la carga a los almacenes aduaneros privados para el posterior traslado a la descarga de la nave, de no hacerlo con un tiempo máximo de 48 horas antes de la llegada de la nave, estos contenedores se direccionarán a los almacenes de los propios puertos de descarga como DPW o APM, motivo que puede acarrear sobrecostos para el importador al no tener plazos contratados y tarifas preferenciales con estos terminales. El aviso de llegada también señala el costo de

Callao, se procede a indicación del importador a numerar la DAM, donde se especifica el valor de la mercadería en términos CIF, discriminando el valor FOB, el valor del Flete incluido el THC en destino (que debe sumarse al valor CIF del exportador) y el valor del Seguro Internacional para obtener el CIF aduanero, del cuál se aplicarán los Derechos Específicos a la cantidad importada y el 4% correspondiente al IVAP al valor CIF Aduanero más el monto calculado de Derechos Específicos, una vez que se genera el monto a pagar, el importador tramitará el pago. Inmediatamente Aduanas emitirá según un sistema aleatorio el canal de control de la mercadería, que puede ser: canal verde, levante inmediato, canal naranja al que le corresponde una revisión exhaustiva de documentos o canal rojo que incorpora el canal naranja y además una inspección física de la mercadería, independiente a la inspección sanitaria que realiza SENASA.

DECLARACION UNICA DE IMPORTACION (A1)
REGIMEN 10 - IMPORTACION DEFINITIVA

2. REGISTRO DE ADUANAS					
DECLARACION :	118-2017-10-25-0983-00	FECHA NUMERACION :	11/07/2017	SUJETO A :	VERDE
1. IDENTIFICACION					
1.1. ADUANA :	MARITIMA DEL CALLAO	118	1.2. DECLARANTE :	CMC LOGISTIC S S.A.C.	0414
1.3. IMPORTADOR :	4-20557964970	LOP PERU TRADING S.A.C.	1.5. DIRECCION :	PJ. P. NRO. 46 MERCADO DE PRODUCTORES SA (AV LA CULTURA NRO 701 PUERTA 3) LIMA - LIMA - SANTA ANITA	
3. TRANSACCION					
3.1. MONEDA :	0	3.2. FORMA DE PAGO :	7. OTRAS ESPECIFICQUE	3.3. PLAZO :	0
3.4. ENT.FINANC. :	999.OTROS	3.2. FEC CARTA CRED:		3.6. EXONERACION C.I. :	
4. TRANSPORTE					
4.1. MANIFESTO :	2017-1995	4.2. MODO :	0	4.3. EMPRESA :	7770
				4.4. FEC LLEGADA :	24/06/2017
5. ALMACENAMIENTO Y OTROS					
5.1. TERMINAL :	INVERSI MARITIMAS UNIVERSALES PERU S.A	5181			
5.5. TOTAL PESO NETO (KG) :	123,480.00	5.6. TOTAL PESO BRUTO(KG) :	123,480.00		
5.7. TOTAL CANTIDAD BULTOS :	2,500.00	5.8. TOTAL UNIDADES FISICAS :	123,480.00		
5.9. UNIDADES COMERCIALES :	125.00	5.10. RES. EXO. NUM. :	0.		
5.12. TOTAL SERIES :	1	5.13. TIPO TRATAMIENTO :	NORMAL 1		
6. BASE IMPONIBLE					
6.1. FOB :	0.00	6.2. FLETE :	66,566.76		
6.2. FLETE :		6.4. SEGURO :	133.24		
6.5. CIF :			72,000.00		
LIQUIDACION DEL ADEUDO					
CONCEPTO	LIQUIDACION \$	LIBERACION \$	CANTIDAD A PAGAR \$		
3.1. ADVALOREM	0.00	0.00	0.00		
3.2. DERECHO ESPECIFICO	123.00	0.00	123.00		
3.3. IMP SELECTIVO CONSUMO	0.00	0.00	0.00		
3.4. IMP PROMOCION MUNICIPAL	0.00	0.00	0.00		
3.5. IMP GENERAL A LA VENTA	2,885.00	0.00	2,885.00		
3.6. DERECHO ANTI DUMPING	0.00	0.00	0.00		
3.7. TASA SERVICIO DESPACHO	0.00	0.00	0.00		
3.8. RECARGO NUMERACION	0.00	0.00	0.00		
3.9. SOBRETASA ADICIONAL	0.00	0.00	0.00		
3.11. TOTAL LIQUIDACION			3,008.00		
ULTIMO DIA DE PAGO :	11/07/2017	FECHA CANCELACION :	11/07/2017	BANCO DE CANCELACION :	002BANCO DE CREDITO DEL PERU

SERIE	PUERTO EMBARQUE	GUIA AEREA O BL.	FEC EMB.	DECL. PREC.	ITEM	FEC. VCTD	CERT. ORIGEN	ESTADO
	CANT. BULTOS	CLASE	UNIDADES FISICAS U.F.	PESO NETO (KG)	PESO BRUTO (KG)	MONEDA TRANS.	FOB US \$	
	FLETE	SEGURO	ADV \$	IGV \$	IFM \$	DSC \$		
	PAIS ORIGEN	PAIS ADQUISICION	TRATO PREF. INT.	TRATO PREF. NAC.	COO. LIBER.			
	CERT. INSPECC. 1	CERT. INSPECC. 2	CERT. INSPECC. 3	Nº FACTURA 1	Nº FACTURA 2	Nº FACTURA 3		
	NANDINA	DESCRIPCION DE PARTIDA ARANCELARIA		NABANDINA	TIPO MBGN	UNIDADES COMERCIALES	TIPO U.C.	
DESCRIPCION DE MERCANCIAS								
1	BRRIG RIO GRANDE	ANRM67700A3N003	10/06/2017	- - -				10
	2,500.00	BUL	123,480.00 KG	123,480.00	123,480.00	66,566.76	66,566.76	
	5,310.00		0.00	2,885.34	0.00	0.00		
	BR BRAZIL	BR BRAZIL	0	0	0			
	10.06.30.00.00	ARROZ SEMBLANQUEADO/BLANQUEADO, INCLU. PULIDO O GLASEADO					125.00	TM
ARROZ PARBOILIZADO AGAPE S/MODELO								
SACOS DE 50 KG								
REG. SANITARIO E1522517E								
COMERCIALIZACION								
BRAZILIAN PARBOILED RICE GRADE 1MAX OF 5% BROKEN								

Figura 46:Detalle de la DAM de importación

Fuente: SUNAT

CONSULTA DE AUTORIZACIÓN DE LEVANTE POR NÚMERO DE DUA	
Retroceder	
Ingreso Número de DUA: 118 - 2017 - 10 - 254983 <input type="button" value="Consultar"/>	
Número de Declaración :	118-2017-10-254983-01-1-00
Fecha de Numeración :	11/07/2017 14:55:25
Modalidad de Despacho Aduanero :	Diferido
Comitente :	RUC-20557604970 LOP PERU TRADING S.A.C
Agencia de Aduanas :	RUC-20922616274 CMC LOGISTIC S S.A.C.
Valor CIF :	USD CIF : 72,010.00 FOB : 66,566.76 Flete : 5,310.00 Seguro : 133.24 USD 3,008.00
Monto Liquidado :	S/. 9,794.00
Monto Garantizado :	11/07/2017 16:40:10
Monto Cancelado :	CANCELACION EN BANCO - PAGO ELECTRONICO
Fecha y Hora de Cancelación :	002 BANCO DE CREDITO DEL PERU
Tipo de Cancelación :	Despacho concluido
Banco :	1 - DEPOSITO TEMPORAL - RUC-20259171891 INVERS.MARITIMAS UNIVERSALES PERU S.A
Garantía :	2,500
Estado de la Declaración :	123,480.00
Punto de Llegada :	
Cantidad de Bultos :	
Peso Bruto (KG) :	
Fecha y Hora de Recepción de Documentos :	
Fecha y Hora de salida de la mercancía :	13/07/2017 15:15:00

Fecha : 26/05/2019 Hora : 17:10:08

LEVANTE AUTORIZADO
FECHA LEVANTE: 11/07/2017 16:51:17

Figura 47: Canal de control y levante autorizado

Fuente: SUNAT

Inspección SENASA

Cómo se mencionó SENASA no requiere un Certificado Fitosanitario para el producto, sin embargo si verifica que el producto este apto para el consumo y no tenga ningún agente físico o biológico que pueda contaminar a otros productos a través de una inspección física. Con el visto bueno el inspector de SENASA emite un acta de conformidad.



Figura 48: Presencia de la tesista en inspección SENASA para arroz parbolizado

Retiro de contenedores de almacenes aduaneros y recepción en punto de venta

Con el levante de Aduanas y la posterior conformidad de SENASA los contenedores son programados para ser despachados a los almacenes o puntos de venta del importador, en este caso el traslado al mercado de productores, el

ingreso al mercado de productores actualmente tiene un costo de S/. 100.00 inc. IGV para cualquier unidad de transporte y la descarga por estibadores un costo de S/. 7.00 / TM. Una vez descargado en los clientes y en los almacenes inicia la venta formal a clientes.

3.2.4. Plan de organización

El modelo de negocios de Garvi Trading para el arroz parbolizado estará centrado principalmente en la cadena Importación y Distribución mayorista, para este modelo requiere, según el benchmarking realizado, de la siguiente estructura y funcionarios:

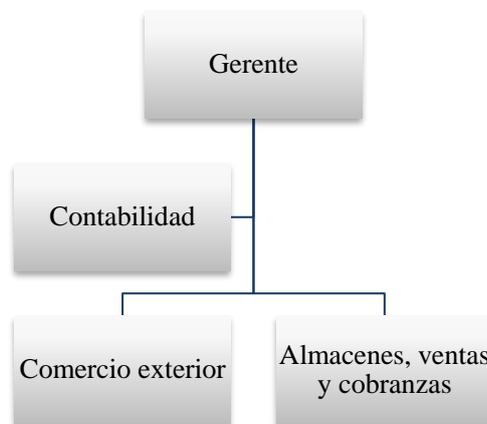


Figura 49: Estructura organizacional de Garvi Trading – División: Arroz

El gerente de la unidad de negocios de arroz parbolizado estará a cargo de la planificación, organización, dirección y control del rubro, tomará las decisiones respecto a compras internacionales, monitoreará el mercado, establecerá los vínculos con clientes y proveedores financieros, entre otros propios del cargo.

El contador o contadora junto con un asistente contable estará a cargo de los diferentes procesos contables relacionados a la cadena de valor de la importación de arroz parbolizado, trabajará de la mano con el área de comercio exterior para mantener una adecuada trazabilidad de los movimientos contables con cada contrato de importación, así también coordinará con el área de almacenes, ventas y cobranzas lo relacionado al control contable de stocks, clientes y cuentas por cobrar. Además preparará la información financiera solicitada por la gerencia.

El área de comercio exterior estará a cargo de una sola persona, quién se encargará de los trámites y seguimientos de las operaciones de importación desde el cierre de contratos, trámites y registros, procesos aduaneros y logísticos. Evaluará adecuadamente a los proveedores del servicio logístico y también preparará los reportes de costing de los productos importadores para la toma de decisiones de precios entre otros. Permanente evaluará el comportamiento del mercado de importaciones de arroz parbolizado.

El área de almacenamiento, ventas y cobranzas, a cargo de un supervisor y un asistente llevarán el control de los productos recibidos, el adecuado manejo de kardex, así también apoyará en la venta de productos y la gestión bajo parámetros de control de las cuentas por cobrar.

3.2.5. Plan de responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial tiene como finalidad propiciar la acción socialmente responsable para contribuir al bien común y al desarrollo sostenible de los interesados, logrando en las empresas un nuevo valor y generando una mayor rentabilidad. En la figura 4.20 se observa los stakeholders de Garvi Trading.

Figura 50

Plan de responsabilidad social



Figura 4.20. **Stakeholders de Garvi Trading**

Elaboración: propia

Para garantizar la sostenibilidad del negocio se propone asegurar que los principios éticos, el respeto a las personas y al ambiente, se cumplan actuando según los lineamientos de responsabilidad social aceptados. Prestando atención a los aportes y comentarios de sus grupos de interés, tratando en la medida de lo posible de aplicar programas puntuales para cada uno de ellos.

3.2.6. Viabilidad económica y financiera

En el presente apartado se realiza una evaluación económica - financiera que permite cuantificar los beneficios y la generación de valor de la propuesta del modelo de negocio, considera la inversión inicial requerida, los flujos proyectados, la tasa de descuento y los indicadores de evaluación.

a. Supuestos Generales

Para realizar las proyecciones de costos, gastos e ingresos del modelo de negocio, se tuvo en cuenta los siguientes supuestos:

La planta trabaja con 20 contenedores mensuales, equivalente a 500 TM, equivalente a 1000 sacos de 50 kg cada uno.

El precio de venta es CIF CALLAO de US\$ 550 por tm.

Se proyectará el derecho específico del arroz de acuerdo a la tendencia de precios promedio de Uruguay, según la base de la franja de precios establecida por MEF.

El precio del servicio logístico integral de importaciones será de US\$ 950 por contenedor más IGV.

Se trabajará con un tipo de cambio promedio de S/. 3.31 / US\$.

Las inversiones se financiarían con capital propio.

Las ventas o ingresos se calcularon teniendo en cuenta que la demanda para el primer año toma como referencia la capacidad de inversión de la empresa.

Al ser un negocio comercial, con la mayoría de sus costos variables, puede obtener rentabilidad por cada lote, por lo que la operación será evaluada en el horizonte de un año.

b. Consideraciones de los ingresos de venta

En la siguiente tabla se observa el desagregado del ingreso de ventas mensual propuesto tomando en cuenta el precio promedio actual del arroz parbolizado de origen brasileño. En este ingreso se contiene el porcentaje del IVAP 4% que debe declararse mensualmente a través del PDT contable similar al

tratamiento del IGV, sin embargo en esta venta el impuesto deja de cobrarse para los demás participantes de la cadena, al monto de este impuesto se le reducirá el IVAP pagado en aduana durante la importación, el cuál actúa como un crédito fiscal.

Tabla 18

Consideraciones de los ingresos de venta

	Producto		Mes
Ingresos	Arroz parbolizado	Sacos	10000
	Valor de venta		s/.1,250,000.00
	Ivap	4%	s/.50,000.00
	Ingresos totales		s/.1,300,000.00

Elaboración: propia

c. Consideraciones de los egresos operativos del proceso de importación

En la siguiente tabla se observan los indicadores claves del costeo operativo de importación para arroz parbolizado de Brasil.

Tabla

19

Consideraciones de los egresos del proceso de importación

	PRODUCTO	ORIGEN	MES
M	CIF Parbolizado	USD / TM	\$ 550.00
	Tipo de Cambio	S/. / USD	S/. 3.31
REF	Derecho Específico	USD / TM	\$ 83.00
	Registro Sanitario DIGESA	S/. Documento	S/. 390.00
TASAS	Inspección Senasa	S/. / TM	S/. 2.74
	THC	Máx / Ctn	\$ 90.00
LOGISTICOS	Handling	Max / BL	\$ 59.00
	Servicio Logístico Integral	USD / CTN	\$ 950.00
	Ingreso a Productores	S/. / CTN	S/. 100.00

	Ticket de Ingreso	S/. / CTN	S/ 5.00
	Cuadrillas / Desestiba	S/. / TM	S/ 7.00

Elaboración: propia

Así también en la siguiente tabla se observan los costos operativos de la importación desde el pago al proveedor en términos CIF, el monto del adeudo, logísticos integrales y otros operativos hasta el almacén del importador.

Tabla 20

Consideraciones de los egresos operativos

	CARGO	ITEM	MES
	Precio CIF		S/. 910,250.00
	Derecho Específico		S/ 137,365.00
	IVAP	4%	S/ 41,904.60
	CIF + Adeudo		S/. 1,089,519.60
	Registro Sanitario	Una sola vez	S/ 390.00
	Inspección SENASA		S/ 1,368.00
	THC		S/ 5,958.00
	Emisión de BL		S/ 231.70
	Servicio Logístico Integral		S/ 62,890.00
	Ingreso a Productores		S/ 2,000.00
	Ticket de Ingreso		S/ 100.00
	Cuadrillas o Desestiba		S/ 3,500.00
OPERATIVOS	DDP		S/. 1,165,957.30

Elaboración: propia

d. Consideraciones de las inversiones

En la siguiente tabla se observan las inversiones necesarias para operar las nuevas instalaciones en el Mercado de Productores de Santa Anita de acuerdo al nivel organizacional propuesto.

Tabla 21

Consideraciones de las inversiones

INVERSIONES	BANCO	ITEMS	MES	
	Computadoras	4	S/.	6,000.00
	Impresora	2	S/.	800.00
	Letrero	1	S/.	
			1,000.00	
	Escritorios	4	S/.	2,000.00
	Estantes	2	S/.	800.00
	Sillas y/o Muebles	6	S/.	280.00
	Caseta Venta + Adm	1	S/.	6,000.00
	Cámaras de Seguridad	Instalación	S/.	
Otros		S/.	2,500.00	
TOTAL INVERSIONES		S/.	20,880.00	

Elaboración: propia

e. Consideraciones de los egresos de planillas

La siguiente tabla toma en consideración los costos de mantener una planilla acorde a la propuesta original del presente plan de negocios.

Tabla 22

Consideraciones de los egresos de planilla

	TRABAJA	SUELDO	ESSALUD	TOTAL				
	DOR	BRUTO						
		S/.	S/.	S/.				
	Gerente	4,000.00	360.00	4,360.00				
POR MES	Contador	2,500.00	225.00	2,725.00				
	Asistente	S/.	S/.	S/.				
	Contable	1,500.00	135.00	1,635.00				
	Comercio	S/.	S/.	S/.				
	Exterior	2,000.00	180.00	2,180.00				
	Jefe de	S/.	S/.	S/.				
	Ventas	2,500.00	225.00	2,725.00				
	Asistente	S/.	S/.	S/.				
	de Ventas	1,500.00	135.00	1,635.00				
			S/.	S/.	S/.			
	TOTAL	14,000.00	1,260.00	15,260.00				

	TRABAJA	S.B.	GRAT.	GRAT.		ESSALUD	TOTA	PROM
				DICIEMBR	CTS			
ANUALIZADO	DOR	ANUAL	JULIO	E				
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	Gerente	48,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	5,040.00	65,040.00	5,420.00
		S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	Contador	30,000.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	3,150.00	40,650.00	3,387.50

Asistente Contable	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	18,000.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,890.00	24,390.00	2,032.50
Comercio Exterior	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	24,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,520.00	32,520.00	2,710.00
Jefe de Ventas	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	30,000.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	3,150.00	40,650.00	3,387.50
Asistente de Ventas	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	18,000.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,890.00	24,390.00	2,032.50
TOTAL	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	168,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	17,640.00	227,640.00	18,970.00

Elaboración: propia

f. Consideraciones de los egresos financieros

La siguiente tabla muestra las consideraciones financieras del proyecto, los cuáles solo representan los costos de transferencias al exterior de US\$ 45.00 c/u (referencia BANBIF), para 4 contratos mensuales, correspondiente a 8 transferencias internacionales por mes.

Tabla 23

Consideraciones de los egresos financieros

FINANCIERO	Banco	Línea	Mes
	Prestamo Saldo		
Comis. Trans. Internac.		\$ 45 / Envío	S/.
			2,383.20
Total financiero			S/. 2,383.20

Elaboración: propia

g. Consideraciones de los egresos administrativos

La siguiente tabla muestra los egresos administrativos relacionados al día a día de la organización.

Tabla 24

Consideraciones de los egresos administrativos

ADMINISTRATIVO	CONCEPTO	ITEM	MES
	Alquiler		S/.4,000
			12,000.00
Teléfonos		Fijo e Internet	S/.
			140.00
		Celulares	S/.
			200.00
Electricidad			S/.
			50.00

Limpeza	Utiles y Servicio	S/. 200.00
Transporte interno		S/. 500.00
Total administrativo		S/. 13,090.00

Elaboración: propia

h. Consideraciones del pago de impuestos

La siguiente tabla muestra los impuestos a pagar por mes, relativos al IVAP neto y al impuesto a la renta.

Tabla 25

Consideraciones de los impuestos

	Concepto	Item	Enero
IMPUESTOS	IVAP (de Ventas - de Aduanas)		S/. 8,095.40
	Impuesto Renta	29.00%	S/. 8,328.66
	Total impuestos		S/. 16,424.06

Elaboración: propia

i. Integración y proyección del flujo de caja económico y financiero

La siguiente tabla muestra la integración de todos los grupos de ingresos y egresos del proyecto de importación

Tabla 26

Integración y flujo de caja económico y financiero

		CTN AL MES	20	SACOS POR CONT.	500	TOTAL SACOS / MES	10000	SACOS / AÑO	120000												
a.	PRODUCTO	ORIGEN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES					
	PRECIO																				
M	Precio Parbolizado	Brasil	S/.	130.00	S/.	130.00	S/.	130.00	S/.	130.00	S/.	130.00	S/.	130.00	S/.	130.00					
	CIIF Parbolizado	USD / TM	\$	550.00	\$	550.00	\$	550.00	\$	550.00	\$	550.00	\$	550.00	\$	550.00					
REF	Tipo de Cambio	S/./USD	S/.	3.31	S/.	3.31	S/.	3.31	S/.	3.31	S/.	3.31	S/.	3.31	S/.	3.31					
	Derecho Especifico	USD / TM	\$	83.00	\$	83.00	\$	83.00	\$	83.00	\$	83.00	\$	83.00	\$	83.00					
TASAS	Registro Sanitario DIGESA	S/./ Documento	S/.	390.00	S/.	390.00	S/.	390.00	S/.	390.00	S/.	390.00	S/.	390.00	S/.	390.00					
	Inspección Senasa	S/./ TM	S/.	2.74	S/.	2.74	S/.	2.74	S/.	2.74	S/.	2.74	S/.	2.74	S/.	2.74					
LOGISTICOS	THC	Max / Ctn	\$	90.00	\$	90.00	\$	90.00	\$	90.00	\$	90.00	\$	90.00	\$	90.00					
	Handling	Max / BL	\$	59.00	\$	59.00	\$	59.00	\$	59.00	\$	59.00	\$	59.00	\$	59.00					
	Servicio Logístico Integral	USD / CTN	\$	950.00	\$	950.00	\$	950.00	\$	950.00	\$	950.00	\$	950.00	\$	950.00					
	Ingreso a Productores	S/./ CTN	S/.	100.00	S/.	90.00	S/.	90.00	S/.	90.00	S/.	90.00	S/.	90.00	S/.	90.83					
	Ticket de Ingreso	S/./ CTN	S/.	5.00	S/.	5.00	S/.	5.00	S/.	5.00	S/.	5.00	S/.	5.00	S/.	5.00					
	Cuadrillas / Desestiba	S/./ TM	S/.	7.00	S/.	7.00	S/.	7.00	S/.	7.00	S/.	7.00	S/.	7.00	S/.	7.00					
INGRESOS	PRODUCTO		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES					
	ARROZ PARBOLIZADO	SACOS	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	120000	10000					
	VALOR DE VENTA	S/.	1,250,000.00	S/.	1,250,000.00	S/.	1,250,000.00	S/.	1,250,000.00	S/.	1,250,000.00	S/.	1,250,000.00	S/.	1,250,000.00	S/.	15,000,000.00				
	IVAP	4%	S/.	50,000.00	S/.	50,000.00	S/.	50,000.00	S/.	50,000.00	S/.	50,000.00	S/.	50,000.00	S/.	50,000.00	S/.	600,000.00			
INGRESOS TOTALES	S/.	1,300,000.00	S/.	1,300,000.00	S/.	1,300,000.00	S/.	1,300,000.00	S/.	1,300,000.00	S/.	1,300,000.00	S/.	1,300,000.00	S/.	15,600,000.00					
OPERATIVOS	CARGO	ITEM	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES					
	Precio CIF	S/.	910,250.00	S/.	910,250.00	S/.	910,250.00	S/.	910,250.00	S/.	910,250.00	S/.	910,250.00	S/.	910,250.00	S/.	10,923,000.00				
	Derecho Especifico	S/.	137,365.00	S/.	137,365.00	S/.	137,365.00	S/.	137,365.00	S/.	137,365.00	S/.	137,365.00	S/.	137,365.00	S/.	1,648,380.00				
	IVAP	4%	S/.	41,904.60	S/.	41,904.60	S/.	41,904.60	S/.	41,904.60	S/.	41,904.60	S/.	41,904.60	S/.	41,904.60	S/.	502,855.20			
	CIF + Adeudo	S/.	1,089,519.60	S/.	1,089,519.60	S/.	1,089,519.60	S/.	1,089,519.60	S/.	1,089,519.60	S/.	1,089,519.60	S/.	1,089,519.60	S/.	13,074,235.20				
	Registro Sanitario	Una sola vez	S/.	390.00												S/.	390.00				
	Inspección SENASA	S/.	1,368.00	S/.	1,368.00	S/.	1,368.00	S/.	1,368.00	S/.	1,368.00	S/.	1,368.00	S/.	1,368.00	S/.	16,416.00				
	THC	S/.	5,958.00	S/.	5,958.00	S/.	5,958.00	S/.	5,958.00	S/.	5,958.00	S/.	5,958.00	S/.	5,958.00	S/.	71,496.00				
	Emisión de BL	S/.	231.70	S/.	231.70	S/.	231.70	S/.	231.70	S/.	231.70	S/.	231.70	S/.	231.70	S/.	2,780.40				
	Servicio Logístico Integral	S/.	62,890.00	S/.	62,890.00	S/.	62,890.00	S/.	62,890.00	S/.	62,890.00	S/.	62,890.00	S/.	62,890.00	S/.	754,680.00				
	Ingreso a Productores	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	S/.	24,000.00				
	Ticket de Ingreso	S/.	100.00	S/.	100.00	S/.	100.00	S/.	100.00	S/.	100.00	S/.	100.00	S/.	100.00	S/.	1,200.00				
	Cuadrillas o Desestiba	S/.	3,500.00	S/.	3,500.00	S/.	3,500.00	S/.	3,500.00	S/.	3,500.00	S/.	3,500.00	S/.	3,500.00	S/.	42,000.00				
	DDP	S/.	1,165,957.30	S/.	1,165,567.30	S/.	1,165,567.30	S/.	1,165,567.30	S/.	1,165,567.30	S/.	1,165,567.30	S/.	1,165,567.30	S/.	13,987,197.60				

FINANCIERO	BANCO	LÍNEA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES	
	Prestamo															S/. -	S/. -
Saldo																	
Comis. Trans. Internac.	\$ 45 / Envío	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20
TOTAL FINANCIERO		S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20

ADMINISTRATIVO	CONCEPTO	ITEM	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES	
	Alquiler	S/ 4,000	S/.	12,000.00	S/.	4,000.00	S/.	4,000.00	S/.								
Teléfonos	Fijo e Internet	S/.	140.00	S/.	140.00	S/.	140.00	S/.	140.00	S/.	140.00	S/.	140.00	S/.	140.00	S/.	140.00
	Celulares	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00
Electricidad		S/.	50.00	S/.	50.00	S/.	50.00	S/.	50.00	S/.	50.00	S/.	50.00	S/.	50.00	S/.	50.00
Limpieza	Útiles y Servicio	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00	S/.	200.00
Transporte interno		S/.	500.00	S/.	500.00	S/.	500.00	S/.	500.00	S/.	500.00	S/.	500.00	S/.	500.00	S/.	500.00
TOTAL ADMINISTRATIVO		S/.	13,090.00	S/.	5,090.00	S/.	5,090.00	S/.	5,090.00	S/.	5,090.00	S/.	5,090.00	S/.	5,090.00	S/.	5,090.00

IMPUESTOS	CONCEPTO	ITEM	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES	
	IVAP (de Ventas - de Aduanas)		S/.	8,095.40	S/.	8,095.40	S/.										
Impuesto Renta	29.00%	S/.	8,328.66	S/.	16,816.96	S/.	16,816.96	S/.	16,302.93								
TOTAL IMPUESTOS		S/.	16,424.06	S/.	24,912.36	S/.	24,912.36	S/.	24,398.33								

RESUMEN EGRESOS	CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES	
	OPERATIVOS	S/.	1,165,957.30	S/.	1,165,567.30	S/.										
INVERSIONES	S/.	20,880.00	S/.	-	S/.	20,880.00										
PERSONAL	S/.	18,970.00	S/.	18,970.00	S/.	18,970.00	S/.	18,970.00	S/.	18,970.00	S/.	18,970.00	S/.	18,970.00	S/.	18,970.00
FINANCIERO	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20	S/.	2,383.20
ADMINISTRATIVO	S/.	13,090.00	S/.	5,090.00												
IMPUESTOS	S/.	16,424.06	S/.	24,912.36	S/.	24,398.33										
TOTAL EGRESOS	S/.	1,237,704.56	S/.	1,216,922.86	S/.	1,218,181.33										

FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUALIZADO	PROMEDIO MES	
	(+) FLUJO DE INGRESOS	S/.	1,300,000.00	S/.												
(-) FLUJO DE EGRESOS	S/.	1,237,704.56	S/.	1,216,922.86	S/.	1,218,181.33										
UTILIDAD MENSUAL	S/.	62,295.45	S/.	83,077.15	S/.	83,077.15										
Promedio por Saco	S/.	6.23	S/.	8.31	S/.	8.88										
UTILIDAD ACUMULADA	S/.	62,295.45	S/.	145,372.59	S/.	228,449.74	S/.	311,526.88	S/.	394,604.03	S/.	477,681.17	S/.	560,758.32	S/.	643,835.46
MES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	6.55%	de la Ventas Anuales	

Los resultados del análisis económico y financiero muestran rentabilidad desde la primera operación, la ventaja del modelo de negocios propuesto se basa en mantener los costos variables de toda la operación y la decisión de no invertir en un local propio, sino en un local alquilado, del cuál se confirma su disponibilidad en el Mercado de Productores de Santa Anita, la rentabilidad para el primer año es del 6.55% de las ventas y el período de recuperación es de apenas 1 mes.

3.3. Discusión

La discusión de resultados se realizó de acuerdo a los hallazgos hechos en la presentación de los resultados que se encontraron en la investigación en función de la validez de la metodología utilizada, la integración con resultados de otras investigaciones reflejadas en los antecedentes, la integración con los resultados de otras investigaciones y el nuevo conocimiento generado, además la contrastación de las hipótesis con los resultados identificados..

De acuerdo al objetivo específico 01, se analizó el comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado en el siglo XXI. Con respecto a las importaciones mundiales de arroz pilado, reflejadas en la tabla 3.4, el 2018 se importaron 37 millones de toneladas, año en el que el Perú se ubicó en el puesto 36 de países importadores con un valor de 160,361 miles de USD para 271 mil TM, el cuál representa una tasa de crecimiento negativa en valor de -31% respecto al 2017, sin embargo, en el acumulado de los últimos cuatro años 2014/2018 se aprecia un crecimiento del 8% en valor y 11% en cantidad importada. Los resultados reflejados analizados por cada año a nivel detallado de cada de estudio coinciden con las publicaciones de entidades nacionales e internacionales.

En ese mismo contexto se analizó la evolución de las importaciones desde los años 2000-2018 en valor US\$ CIF, como se observa en el año 2017 la cantidad de importación fue muy superior a los 200 millones de US\$ el punto máximo en esta década. Por otro lado, es fundamental mencionar el rol que cumple Uruguay como proveedor de arroz pilado para Perú, mostrándose como el principal país proveedor desde el año 2000-2018. Perú importa de este país durante todo el trayecto de estos años y en cantidades considerables, en los últimos años de forma similar se está manteniendo Brasil como proveedor, no cabe duda que en los últimos años estos dos países cubren casi el 90% del valor de las importaciones.

Según este análisis de las importaciones de arroz, los hallazgos se relacionan con la investigación diversas de arroz presentadas en los antecedentes que identificar a Uruguay como el país más atractivo para importar arroz blanco por

sus ventajas comparativas y competitivas señalando que es el primer exportador de arroz de todo América Latina, que al producir en escala, reduce los costos y permite precios atractivos que se verían reflejado en el producto final. Varios de estos estudios concluyen así que el proyecto de importación de arroz es rentable con un margen de ganancia del 20% al ser un producto de alta rotación y de consumo diario. Sin embargo, cuando se analiza la evolución específica de las importaciones de arroz parbolizado es Brasil, el país de origen que ha crecido en participación de mercado, factor identificado en las entrevistas realizadas a los participantes de la cadena de importación y distribución de arroz parbolizado, los cuáles confieren al producto parbolizado brasileño ventajas diferenciales en cuanto a calidad, cocción y sabor frente al producto uruguayo o tailandés, además los márgenes analizados posteriormente no llegan al 20% sino al 4% como máximo.

El objetivo específico 02 relacionado a la proyección de la oferta y demanda de arroz parbolizado importado en el Perú hasta el año 2025, lleva a resultados que permiten precisar que se tiene una demanda dinámica de empresas importadoras de arroz parbolizado, el crecimiento del 2019 al 2015 sería del 5% y en la comercialización de arroz en general será de 8.52% según la tabla 3.10. También se evidencia la evolución de la variedad y su participación por empresas, en primer lugar COMPROMAS BF E.I.R.L. con una participación que se origina el año 2016, asimismo se aprecia el acelerado crecimiento en los siguientes años llegando así el 2018 a la cantidad de 7081 toneladas para un total importado de 15,320 TM, sin embargo si hablamos de cantidad total de importación tenemos a GRUPO PARCKERS´S S.A.C. con participación desde el año 2014 que con el transcurso del tiempo ha ido incrementando con respecto a sus cantidades llegando a una totalidad desde el año 2014 al 2018 de 21,383 toneladas. Otras de las empresas que han tomado importancia en los últimos años es DISTRIBUCIÓN EL SOL S.R.L. con un crecimiento visible desde el año 2016 con cantidades mayores a las que tenía en años anteriores y DISTRIBUCIONES ALIMENTARIA S.A. con una participación desde el año 2010. Asimismo, muchas marcas han aparecido para identificar a la oferta de arroz parbolizado, destacando los últimos años la marca Emociones, Don Mario, Tallo Verde, Chica Quori, Dorado entre otros. En la tabla 3.9 se identifica las empresas encargadas de distribución de estas marcas

comerciales, mucha de las cuáles no son de exclusividad del importador sino son marcas que vienen desde origen, lo que ha venido como señalan los importadores representando tensiones entre las acreditaciones de quiénes son responsables del crecimiento y penetración de mercado, sobre todo cuando se desconoce los datos al detalle. A diferencia del arroz blanco donde se prioriza el uso de marcas privadas por importador. Este enfoque lógico sirve como oportunidad para determinar una propuesta de marca propia, en el cuál se puede tener un control adecuado de la futura penetración y protección de competencia desleal que quieran aprovechar el posicionamiento de la marca.

Finalmente el objetivo específico 03 propuso planes estratégicos adecuados de marketing, operaciones, organizacional, de recursos humanos y de RSE para hacer viable la importación de arroz parbolizado. Para el desarrollo del plan estratégico se analizó el producto “arroz parbolizado”, que se enfocará en una estrategia de visualización de un producto uniforme en calidad y aspectos nutricionales. El producto es esencialmente arroz sometido a un proceso hidrotérmico conocido como parbolización, su color es ligeramente amarillo y será presentado en sacos de 50 Kg como medida estandar de comercialización para mercados mayoristas. Respecto al precio se pudo conocer que los importadores que permanecen en el mercado es no tener márgenes menores a S/. 4.00 por saco de su costo operativo final, el cuál debe incluir factores como el tipo de cambio utilizado para hacer las transferencias al proveedor internacional, el estado del derecho específico durante la importación, los gastos aduaneros y logísticos, así como aquellos relacionados al pago del impuesto del arroz ivap y coeficientes de impuesto a la renta.

En lo que respecta a la plaza las diferentes opciones de presencia en el mercado de productores, la empresa actualmente no tiene oficinas ahí pero se conoce que puntos aceptables de venta de 75 m² se venden en alrededor de US\$ 150,000.00 con capacidad promedio de 5000 sacos de almacenamiento y oficinas administrativas, sin embargo los alquileres se encuentran en alrededor de S/. 4,000.00 mensuales, por lo que la empresa con el fin de mantener la mayoría de sus costos variables optará por esta opción.

Y las estrategias de promoción a practicarse serán de tipo ATL y BTL. En cuanto a las ATL, se contratará cuñas radiales con el fin de promocionar e informar a los oyentes acerca del producto y los puntos donde puedan conseguirlos, incluyendo los distribuidores con los que se logre la canalización del producto hacia otro mercado. Adicional a ello se repartirán volantes informativos en diferentes puntos de la ciudad para que se conozca más del producto y sus beneficios nutricionales. En cuanto a las de tipo BTL, se realizarán activaciones y degustaciones del producto dentro del Mercado de Productores de Santa Anita en forma permanente. Así también los lotes de 50 kg, vendrán con muestras de 250 gr en cada saco que servirán como parte promocional de los clientes mayoristas.

También en el plan de operaciones se firmarían contratos con los proveedores internacionales Nelson Wendt y Br Sul, con los cuáles la gerencia de Garvi Trading tiene buenas relaciones comerciales, estos contratos suelen especificar adelantos entre el 10 al 20% por el historial de gestión de importaciones de los directores de la empresa, los contratos se acostumbran a realizar por embarques de 125 TM, 5 contenedores o 2500 sacos de 50 kg. Los elementos que incorporan los contratos de importación de arroz como se observan en la figura 4.2. de un modelo de contrato de arroz parbolizado con la empresa BR Sul Industria E Comercio Ltda, son: Producto, especificaciones, cantidad, embalaje, precio, embarque, incoterms, forma de pago y documentos de embarque.

Por lo expuesto se concluye que el precio de venta del producto importado debe seguir una combinación de una estrategia de costing para asegurar el margen mínimo y una estrategia de pricing para adecuarse a las tendencias de precios de mercado. Y finalmente el desagregado del ingreso de ventas mensual propuesto tomando en cuenta el precio promedio actual del arroz parbolizado de origen brasileño. En este ingreso se contiene el porcentaje del IVAP 4% que debe declararse mensualmente a través del PDT contable similar al tratamiento del IGV, sin embargo, en esta venta el impuesto deja de cobrarse para los demás participantes de la cadena, al monto de este impuesto se le reducirá el IVAP pagado en aduana durante la importación, el cuál actúa como un crédito fiscal.

Esta propuesta esquematizada a través de un modelo de negocio requería un análisis adicional de inversiones con compra de local propio lo cual configuraría mayores necesidades de financiamiento y períodos de recuperación a determinar, sin embargo en la presente tesis se propuso este modelo generalmente variable debido a una decisión de la gerencia patrocinadora de la presente investigación. Otros aspectos que deberían evaluarse son el impacto de la producción local de arroz en el desplazamiento de la importación de arroz parbolizado y viceversa, mientras se redacta esta tesis es conocida la crisis de la industria local de arroz por producción excesiva y altos costos de producción.

IV. CONCLUSIONES

4.1. Conclusiones

Las importaciones de arroz parbolizado, se originaron en el año 2001 de forma anecdótica, sin embargo a partir del año 2011 se inician las importaciones vía marítima, en la actualidad las importaciones de arroz parbolizado representan el 10% de las importaciones totales. Brasil se ha consolidado como el principal mercado de origen de arroz parbolizado, y en segundo lugar Uruguay que lidera el mercado de arroz blanco importado.

La demanda de arroz parbolizado es muy dinámica, con empresas que cambian cada año su participación de mercado como las empresas Compromas BF EIRL, Grupo PARCKERS´S S.A.C, Distribución EL SOL S.R.L. y Distribuciones Alimentaria S.A., STYWI, entre otras, cuyas participaciones difieren cada año. Asimismo el dinamismo se explica también en muchas marcas que han aparecido para identificar a la oferta de arroz parbolizado, destacando los últimos años la marca Emociones, Don Mario, Tallo Verde y Chica Quori.

Para una adecuada participación de GARVI TRADING en el mercado de arroz parbolizado, se esta configurando la marca Ágape de origen Brasileño en envases de 50 Kg, a distribuirse principalmente en el Mercado de Productores de Santa Anita a través del alquiler de un espacio de oficina y almacén, con precios de venta del producto que oscilen entre 125-135 de acuerdo a los niveles de precios de mercado y respetando márgenes mínimos de S/. 4.00 por envase a nivel operativo. La capacidad propuesta del producto es de 500 TM mensuales, los cuáles generan rentabilidad desde la primera operación, por lo que no es necesario fuentes de financiamiento de largo plazo al mantener un modelo negocio netamente comercial con la mayoría de sus costos variables.

4.2. Recomendaciones

Como primera recomendación es mantener actualizada la información sobre las importaciones que realiza el país, esto permite conocer cuáles son las empresas que más importan y como ofertan su producto en el mercado peruano, y realizar estudios de mercado con el propósito de ofertar este producto de acuerdo a las presentaciones más aceptadas.

Se recomienda, tomar en cuenta la información que se emite en este trabajo de investigación a empresas que actualmente participan en el mercado como: Compromas BF EIRL, Grupo PARCKERS´S S.A.C, Distribución EL SOL S.R.L. y Distribuciones Alimentaria S.A., STYWI, con la finalidad de tomar decisiones acertadas respecto a la importación de arroz parbolizado.

Se recomienda completar, estos datos encontrados con un estudio más profundo para la realización de un plan estratégico a mediano y largo plazo con respecto al arroz parbolizado teniendo en cuenta que están apareciendo marcas: Don Mario, Tallo Verde y Chica Quori y puedan seguir creciendo en el mercado.

Bibliografía

- Acuña Rivera, J. M., Cajahuanca Capcha, P., Rivera Muñoz, H. P., & Trelles, F. F. (2017). *Planeamiento estratégico del arroz en el Perú*. Tesis, CENTRUM Graduate School of Business Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado, Santiago de Surco, Lima, Perú.
- Ávila Granados, J. (2000). *Enciclopedia Del Aceite de Oliva*. Barcelona: Planeta.
- Bello, M. (2009). *Procesamiento hidrotérmico de arroz cáscara. Efecto de las condiciones de hidratación y cocción en el rendimiento, textura y propiedades térmicas del grano elaborado*. Tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires, Departamento de Industrias - Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, Buenos Aires, Argentina.
- Cerero, N. (2008). *Análisis del comportamiento del mercado de las oleaginosas y otros factores en el año 2008*. México: Comité Nacional Sistema Producto Oleaginosas.
- Chirinos, O., Adachi, L., & García, J. (2009). *Plan de negocios de aceite de sacha inchi*. Lima: ESAN.
- Chirinos, O., Adachi, L., Calderón, F., Díaz, R., Larrea, L., Mucha, G., & Roque, L. (2009). *Exportación de sacha inchi al mercado de Estados Unidos* (Primera ed., Vol. Serie Gerencia Global). Lima: Universidad ESAN.
- Costas Rojas, V. A. (2001). *EXTRACCIÓN ENZIMÁTICA Y CARACTERIZACIÓN DEL ACEITE DE*. Santiago: Universidad de Chile.
- Franco, D. (2004). *Aceite de Maní*. Argentina: Cámara de la Industria Aceitera de la República Argentina.
- Friedmann, A., & Well, B. (2010). *Arroz, negocio creciente*. Informe especial, Agencia del Gobierno de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Asunción, Paraguay.
- Gardiazabal, F. (1991). *El Cultivo del Palto*. Chile.
- González Seminario, M., & Seminario Ruiz, K. (2016). *Plan de negocios para la transformación y comercialización de arroz integral en los distritos de Piura y Castilla*. Tesis, Universidad de Piura, Programa Académico de Administración de Empresas - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Piura, Perú.

- Gutierrez, M. A., & Betancourt, Y. (2004). Aceite de Peitas de Uva. *E-Consulta Periódico Digital*.
- Hamaker, E., Valles, C., Gilman, R., Clark, D., García, H., Gonzales, A., . . . Lescano, M. (1992). *Aminoacid and fatty acid profile of the Inca Peanut (Plukenetia volubilis. L)*. American Association of Cereal Chemists.
- Kiple, K. (2000). *Cambridge World Enciclopedia of Food*. England: Cambridge University Press.
- Llonto Caicedo, Y. (2015). *Enfoque microeconómico del cultivo de arroz - problemas y desafíos*. Análisis, Instituto de Economía y Desarrollo, Lambayeque, Perú.
- López Olivos, S. (2010). *Beneficios para la Salud del Aceite de Palta*. Obtenido de www.paltita.com
- López, E. (2008). *Análisis y perspectivas del mercado mundial de aceites, grasas y proteínas*. México: Comité Nacional Sistema Producto Oleaginosas.
- Mattar Fajardo, M. (2008). Aproximación del manejo del palto en el Perú. *Seminario Internacional de Fisiología y Manejo Técnico de Huertos Frutales*. Ica.
- Matute Zúñiga, K. A. (2015). *Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de arroz parbolizado en el Cantón Simón Bolívar*. Trabajo de titulación, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Carrera de Ingeniería de Emprendedores - Facultad de Especialidades Empresariales, Guayaquil, Ecuador.
- Maximixe. (2010). *Informe de Estructura y Tendencias de Mercado de Palta*. Maximixe. Lima: Maximixe.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2013). *El ABC del comercio exterior - Guía práctica del importador*. Guía, MINCETUR, Viceministerio de Comercio Exterior - Dirección Nacional de Desarrollo de Comercio Exterior, San Isidro - Lima, Perú.
- Razeto Migliaro, B. (2008). *El Palto (Aguacate)*. Chile: Edición y comercialización de libros.
- Rioja Santur, D. A., & Pérez Gonzáles, M. (2017). *Viabilidad de la importación de arroz (oryza sativa) a Perú del mercado de Uruguay*. Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ingeniería, Arquitectura y

Urbanismo - Escuela Académico Profesional de Ingeniería Agroindustrial y Comercio Exterior, Pimentel, Perú.

Romero Blachet, M. A. (2006). Producción de Aceite de Palta en Chile, una Alternativa de Negocio. Santiago de Chile, Chile: Universidad de Chile.

Rostrán Jarquín, V. M., & Rodríguez Barrera, H. J. (2014). *Factibilidad de los sistemas productivos del beneficiado de arroz blanco versus arroz parbolizado, trillo San Juan, San Isidro, 2013*. Monografía, Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua, Managua, Facultad Regional Multidisciplinaria - Matagalpa, Managua, Nicaragua. Obtenido de Repositorio Institucional UNAN-Managua:
<http://repositorio.unan.edu.ni/7034/1/6554.pdf>

Secretaría de Agricultura y Ganadería [SAG]. (2003). *Manual técnico para el cultivo de arroz (oryza sativa)*. Manual, Secretaría de Agricultura y Ganadería [SAG], Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria, Comayagua, Honduras.

Tenorio M., J. (2007). *Manual para el Cultivo de Palto (Persea americana)*. Lima: INICTEL - UNI.

Vargas Belmonte, A. (2013). *Marketing y plan de negocios de la microempresa* (1a edición ed.). Antequera, Málaga, España: IC Editorial.

Anexos

Matriz de consistencia

TIPO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS
------	----------	-----------	-----------

GENERAL	¿El análisis histórico de la comercialización de arroz parbolizado en el Perú y su proyección hacen viable económica y financieramente un nuevo proyecto de importación?	Analizar la comercialización histórica de arroz parbolizado en el Perú y su proyección para determinar la viabilidad económica y financiera de un nuevo proyecto de importación.	La comercialización histórica de arroz parbolizado en el Perú y su proyección hacen viable económica y financieramente un nuevo proyecto de importación.
ESPECÍFICOS	¿Cuál ha sido el comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado durante el siglo XXI?	Analizar el comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado en el siglo XXI.	El comportamiento histórico de las importaciones peruanas de arroz parbolizado en el siglo XXI ha crecido en forma exponencial y con alto dinamismo.
	¿Cuál será el comportamiento proyectado del consumo de arroz parbolizado en el Perú hasta el 2025?	Proyectar la oferta y demanda de arroz parbolizado importado en el Perú hasta el año 2025.	El análisis de la oferta y demanda de arroz parbolizado importado en el Perú hasta el año 2025 muestra una futura demanda insatisfecha que puede ser cubierta por un nuevo proyecto de importación.
	¿Cuáles son los planes de marketing, operaciones, organizacionales y de RSE adecuados para hacer viable la importación de arroz parbolizado?	Proponer planes estratégicos adecuados de marketing, operaciones, organizacional, de recursos humanos y de RSE para hacer viable la importación de arroz parbolizado.	Los planes estratégicos de marketing, operaciones, organizacional y de RSE son adecuados para la viabilidad de la importación de arroz parbolizado.

Instrumentos de recolección de datos

Anexo 2.1. Guía de Entrevista

Objetivo del Instrumento: Identificar el modelo de negocios de la importación de arroz parbolizado y los factores que influyen en su comercialización.

Variable	Item	Guía de Entrevista
ANÁLISIS DEL ENTORNO	1	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores políticos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?
	2	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores económicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?
	3	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores sociales han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?
	4	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores tecnológicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?
	5	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores ecológicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?
	6	Indique los volúmenes de importación de arroz parbolizado que su empresa ha realizado los últimos 4 años.
	7	¿Qué factores, a su juicio, han incidido en el comportamiento experimentado por el precio interno de la venta de arroz parbolizado?
	8	¿Qué factores de la cadena de comercialización de arroz afectan positivamente las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?
	9	¿Qué factores de la cadena de comercialización de arroz afectan negativamente las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?
VARIABLES DE MARKETING	10	¿Puede describir física y técnicamente el arroz parbolizado importado por la empresa?
	11	¿Cuáles son los principales usos que se le da al producto?
	12	¿Quiénes son actualmente sus clientes finales?
	13	¿Cuáles son las exigencias de calidad requeridas por el mercado?
	14	Describa cómo su empresa determina los precios de venta del arroz parbolizado vendido en el mercado interno.
	15	¿Cuenta con alguna política de promoción para del arroz parbolizado?

	16	¿Cómo organiza la distribución de sus productos hacia la entrega a sus clientes directos?
VARIABLES DE OPERACIONES	17	Explique detalladamente el proceso de importación de arroz parbolizado ¿Puede hacernos llegar un diagrama que grafique dicho proceso productivo?
	18	¿Qué cantidad de arroz parbolizado proyecta importar en los próximos años?
	19	Proporcione información sobre los recursos claves utilizados en la empresa para la importación de arroz parbolizado.
	20	¿Cómo se organiza el área de importaciones de la empresa a nivel administrativo?
VARIABLES DE ORGANIZACIÓN	21	¿Cómo se organiza el área de comercialización de arroz parbolizado a nivel operativo?
	22	¿Cuáles son los principales desafíos que tiene el área organizacional de la empresa?
	23	¿Actualmente es parte de algún gremio importador o empresarial? De ser el caso, ¿cuenta con apoyo técnico y comercial para incrementar la disponibilidad del producto o el acceso a nuevos mercados?
VARIABLES DE RSE	24	¿Qué agentes gubernamentales o privados intervienen en las diversas etapas de comercialización del producto?
	25	¿Qué agentes sociales intervienen en las diversas etapas de comercialización del arroz parbolizado que su empresa emplea para fabricar el producto objeto de investigación (desde que el producto llega al puerto de destino hasta que es entregada a sus clientes)?
	26	¿Cuál es la situación económica y financiera de la empresa en los 3 últimos años?
ECONÓMICA Y FINANCIERA	27	¿La empresa trabaja con una fuerte cantidad de financiamiento?
	28	¿El aporte de los socios o propietarios es mayor al financiamiento de la empresa?
	29	¿Considera que la empresa puede seguir creciendo en la comercialización de arroz parbolizado?
	30	¿Se tiene la intención de invertir para ampliar la comercialización de arroz parbolizado?
	31	¿Cuál es la rentabilidad de sus últimos lotes de arroz parbolizado? Se puede decir que es la esperada.
	32	¿Qué dificultades se tiene en la empresa para dinamizar las importaciones de arroz parbolizado?

Validación de Jueces Expertos

Validación 1: M.Sc. Mónica Del Pilar, Pintado Damián

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CARTILLA DE EVALUACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS		
1	Nombre del Juez	<i>Mónica del Pilar Pintado Damián</i>
2	Profesión	<i>Lic. Neg. Int. / Adm. Pública</i>
	Mayor Grado Académico Obtenido	<i>M.Sc. En Administración - Gerencia Empr.</i>
	Experiencia Profesional - Años	<i>12 años</i>
	Institución donde labora	<i>ProComex Costa Rica/US\$/US\$MP/UN/PRG</i>
	Cargo	<i>Consultora internacional / Docente</i>
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ PARBOLIZADO EN EL PERÚ Y SU VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN		
Autor: Penélope Luisa, Muñoz Montoya		
Asesor: Dr. Ing. Christian Abraham Dios Castillo, MBA.		
Instrumento Evaluado:		Guía de Entrevista
Objetivo del Instrumento:		Identificar el modelo de negocios de la empresa vinculada a la importación de arroz parbolizado
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de Variables. Esta guía de entrevista será usado para identificar el proceso de comercialización de arroz parbolizado en el Perú, el modelo de negocios de las empresas del sector, y los desafíos identificados por las mismas empresas. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con una equis (X) 'A' si esta de acuerdo o 'D' si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique las sugerencias del caso.		
Variable	Ítem	Guía de Entrevista
ANÁLISIS DEL ENTORNO	1	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores políticos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	2	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores económicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	3	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores sociales han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	4	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores tecnológicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	5	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores ecológicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	6	Indique los volúmenes de importación de arroz parbolizado que su empresa ha realizado los últimos 4 años. Sugerecias:
	7	¿Qué factores, a su juicio, han incidido en el comportamiento experimentado por el precio interno de la venta de arroz parbolizado? Sugerecias:

	8	¿Qué factores de la cadena de comercialización de arroz afectan positivamente las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?	A (X)	D ()
	9	¿Qué factores de la cadena de comercialización de arroz afectan negativamente las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?	A (X)	D ()
VARIABLES DE MARKETING	10	¿Puede describir física y técnicamente el arroz parbolizado importado por la empresa?	A (X)	D ()
	11	¿Cuáles son los principales usos que se le da al producto?	A (X)	D ()
	12	¿Quiénes son actualmente sus clientes finales?	A (X)	D ()
	13	¿Cuáles son las exigencias de calidad requeridas por el mercado?	A (X)	D ()
	14	Describa cómo su empresa determina los precios de venta del arroz parbolizado vendido en el mercado interno.	A (X)	D ()
	15	¿Cuenta con alguna política de promoción para del arroz parbolizado?	A (X)	D ()
	16	¿Cómo organiza la distribución de sus productos hacia la entrega a sus clientes directos?	A (X)	D ()
VARIABLES DE OPERACIONES	17	Explique detalladamente el proceso de importación de arroz parbolizado ¿Puede hacemos llegar un diagrama que grafique dicho proceso productivo?	A (X)	D ()
	18	¿Qué cantidad de arroz parbolizado proyecta importar en los próximos años?	A (X)	D ()
	19	Proporcione información sobre los recursos claves utilizados en la empresa para la importación de arroz parbolizado.	A (X)	D ()
ÁREAS DE ORGANIZACIÓN	20	¿Cómo se organiza el área de importaciones de la empresa a nivel administrativo?	A (X)	D ()
	21	¿Cómo se organiza el área de comercialización de arroz parbolizado a nivel operativo?	A (X)	D ()

VARIABLE	22	¿Cuáles son los principales desafíos que tiene el área organizacional de la empresa?	A (X)	D ()
VARIABLES DE RSE	23	¿Actualmente es parte de algún gremio importador o empresarial? De ser el caso, ¿cuenta con apoyo técnico y comercial para incrementar la disponibilidad del producto o el acceso a nuevos mercados?	A (X)	D ()
	24	¿Qué agentes gubernamentales o privados intervienen en las diversas etapas de comercialización del producto?	A (X)	D ()
	25	¿Qué agentes sociales intervienen en las diversas etapas de comercialización del arroz parbolizado que su empresa emplea para fabricar el producto objeto de investigación (desde que el producto llega al puerto de destino hasta que es entregada a sus clientes)?	A (X)	D ()
ECONÓMICA Y FINANCIERA	26	¿Cuál es la situación económica y financiera de la empresa en los 5 últimos años?	A (X)	D ()
	27	¿La empresa trabaja con una fuerte cantidad de financiamiento?	A (X)	D ()
	28	¿El aporte de los socios o propietarios es mayor al financiamiento de la empresa?	A (X)	D ()
	29	¿Considera que la empresa puede seguir creciendo en la comercialización de arroz parbolizado?	A (X)	D ()
	30	¿Se tiene la intención de invertir para ampliar la comercialización de arroz parbolizado?	A (X)	D ()
	31	¿Cuál es la rentabilidad de sus últimos lotes de arroz parbolizado? Se puede decir que es la esperada.	A (X)	D ()
	32	¿Qué dificultades se tiene en la empresa para dinamizar las importaciones de arroz parbolizado?	A (X)	D ()
Otras sugerencias:				
Firma y Sello del Juez Experto				
				

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CARTILLA DE EVALUACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS		
1	Nombre del Ítem:	Dr. José Antonio García Villanueva
2	Profesión:	MBA, Lic. En Negocios Internacionales
	Mayor Grado Académico Obtenido:	Magíster
	Experiencia Profesional - Años:	Docente pregrado y posgrado (7) Empresario (12)
	Institución donde labora:	Suniel Trading L.L.C.
	Cargo:	International Trader Latam
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ PARBOLIZADO EN EL PERÚ Y SU VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN		
Autor: Penélope Luisa, Maíra Montoya		
Asesor: Dr. Ing. Christian Abraham Dini Castillo, MBA.		
Instrumento Evaluado:		Guía de Entrevista
Objetivo del Instrumento:		Identificar el modelo de negocios de la empresa vinculada a la importación de arroz parbolizado
Detalle del Instrumento: El instrumento ha sido construido a partir de los indicadores de la Operacionalización de Variables. Esta guía de entrevista será usado para identificar el proceso de comercialización de arroz parbolizado en el Perú, el modelo de negocios de las empresas del sector, y los desafíos identificados por las mismas empresas. Agradeceré evaluar cada ítem marcando con una equis (X) 'A' si está de acuerdo o 'D' si está en desacuerdo. Si está en desacuerdo por favor indique las sugerencias del caso.		
Variable	Ítem	Guía de Entrevista
ANÁLISIS DEL ENTORNO	1	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores políticos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	2	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores económicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	3	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores sociales han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	4	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores tecnológicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	5	Puede explicar a su juicio, ¿qué factores ecológicos han incidido o inciden en el comportamiento experimentado en las importaciones de arroz parbolizado de la empresa? Sugerecias:
	6	Indique los volúmenes de importación de arroz parbolizado que su empresa ha realizado los últimos 4 años. Sugerecias:
	7	¿Qué factores, a su juicio, han incidido en el comportamiento experimentado por el precio interno de la venta de arroz parbolizado? Sugerecias:

	8	¿Qué factores de la cadena de comercialización de arroz afectan positivamente las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	9	¿Qué factores de la cadena de comercialización de arroz afectan negativamente las importaciones de arroz parbolizado de la empresa?	A (X)	D ()	Sugerencias:
VARIABLES DE MARKETING	10	¿Puede describir física y técnicamente el arroz parbolizado importado por la empresa?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	11	¿Cuáles son los principales usos que se le da al producto?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	12	¿Quiénes son actualmente sus clientes finales?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	13	¿Cuáles son las exigencias de calidad requeridas por el mercado?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	14	Describa cómo su empresa determina los precios de venta del arroz parbolizado vendido en el mercado interno.	A (X)	D ()	Sugerencias:
	15	¿Cuenta con alguna política de promoción para del arroz parbolizado?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	16	¿Cómo organiza la distribución de sus productos hacia la entrega a sus clientes directos?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	VARIABLES DE OPERACIONES	17	Explique detalladamente el proceso de importación de arroz parbolizado ¿Puede hacernos llegar un diagrama que grafique dicho proceso productivo?	A (X)	D ()
18		¿Qué cantidad de arroz parbolizado proyecta importar en los próximos años?	A (X)	D ()	Sugerencias:
19		Proporcione información sobre los recursos claves utilizados en la empresa para la importación de arroz parbolizado.	A (X)	D ()	Sugerencias:
ÁREAS DE ORGANIZACIÓN	20	¿Cómo se organiza el área de importaciones de la empresa a nivel administrativo?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	21	¿Cómo se organiza el área de comercialización de arroz parbolizado a nivel operativo?	A (X)	D ()	Sugerencias:

VARIABLE	22	¿Cuáles son los principales desafíos que tiene el área organizacional de la empresa?	A (X)	D ()	Sugerencias:
VARIABLES DE RSE	23	¿Actualmente es parte de algún gremio importador o empresarial? De ser el caso, ¿cuenta con apoyo técnico y comercial para incrementar la disponibilidad del producto o el acceso a nuevos mercados?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	24	¿Qué agentes gubernamentales o privados intervienen en las diversas etapas de comercialización del producto?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	25	¿Qué agentes sociales intervienen en las diversas etapas de comercialización del arroz parbolizado que su empresa emplea para fabricar el producto objeto de investigación (desde que el producto llega al puerto de destino hasta que es entregada a sus clientes)?	A (X)	D ()	Sugerencias:
ECONÓMICA Y FINANCIERA	26	¿Cuál es la situación económica y financiera de la empresa en los 3 últimos años?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	27	¿La empresa trabaja con una fuerte cantidad de financiamiento?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	28	¿El aporte de los socios o propietarios es mayor al financiamiento de la empresa?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	29	¿Considera que la empresa puede seguir creciendo en la comercialización de arroz parbolizado?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	30	¿Se tiene la intención de invertir para ampliar la comercialización de arroz parbolizado?	A (X)	D ()	Sugerencias:
	31	¿Cuál es la rentabilidad de sus últimos lotes de arroz parbolizado? Se puede decir que es la esperada.	A (X)	D ()	Sugerencias:
	32	¿Qué dificultades se tiene en la empresa para dinamizar las importaciones de arroz parbolizado?	A (X)	D ()	Sugerencias:
<p>Otras sugerencias: <i>Insistir en el comportamiento de la marca del importador frente a su competencia, consultar acerca del apoyo de su proveedor para posicionarse el producto y las claves de calidad en los procesos productivos.</i></p>					
<p>Firma y Sello del Juez Externo</p> <div style="text-align: center;">  </div>					

Constancia emitida por la institución que autoriza la realización de la investigación



CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio de la presente, informamos que la empresa GARVI TRADING SAC, identificada con RUC 20602764860, domiciliada en Malecón Cisneros 238 Int. 1401, Distrito de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima, autoriza a la alumna Penélope Luisa Muñoz Montoya identificada con DNI 72431790 de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, de la Universidad Señor de Sipán, hacer el trabajo de campo y recolección de información necesaria con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su tesis de grado, la cual lleva por título:

ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ PARBOLIZADO EN EL PERÚ Y SU VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN

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

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud de la interesada, para los fines que estime conveniente.

Lima, 28 de Diciembre del 2018.


Roger Alberto García Villanueva
Gerente General
roger@garvi.pe

Malecón Cisneros 238 – Dpto 1401 - Miraflores – Lima
+ 51 (1) 3428320 // +51 97838555 // www.garvi.pe