



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE ARILOS DE GRANADA EN PRESENTACIÓN
READY TO EAT A FLORIDA, ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR
JOSELYN INGRID ALCÁNTARA GARCÍA**

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

LIMA – PERÚ

2016



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE ARILOS DE GRANADA EN PRESENTACIÓN
READY TO EAT A FLORIDA, ESTADOS UNIDOS**

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

PRESENTADO POR:

JOSELYN INGRID ALCÁNTARA GARCÍA

LIMA-PERÚ

2016

DEDICATORIA

Este trabajo va a dedicado a mis padres; por todo el apoyo y respaldo que me han brindado durante toda mi vida, brindándome siempre su amor y compañía y por todo el esfuerzo realizado para brindarme la educación que tengo.

A mis amistades que han sido de gran apoyo, compartiendo sus conocimientos que ha podido ser plasmado en este plan de negocio.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de nacer nuevamente, de siempre estar cuidando mis pasos y darme las fuerzas y sabiduría para poder realizar sus buenas obras.

A mis padres, por todo el apoyo incondicional que me han brindado en todo el trayecto de mi vida, y por ser parte de mi inspiración.

A mi Iglesia NAN y a mis amistades con propósito que han brindado su colaboración en este trabajo.

A nuestros profesores universitarios, ya que siempre respondían ante alguna consulta o duda que hayamos tenido.

CONTENIDO

1	RESUMEN EJECUTIVO	1
2	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	3
2.1	Nombre o razón social	3
2.2	Actividad económica o codificación Internacional (CIU)	3
2.3	Ubicación, Factibilidad Municipal y Sectorial.....	5
2.4	Misión, Visión, Objetivos de la empresa, principio de la empresa en Marcha	6
2.4.1	Misión	6
2.4.2	Visión	6
2.4.3	Valores	7
2.4.4	Objetivos de la empresa y principio de la empresa en Marcha	7
2.5	Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	9
2.6	Estructura Orgánica.....	12
2.7	Cuadro de Asignación de Personal.....	17
2.8	Forma Jurídica Empresarial	18
2.9	Registros de Marca y procedimiento en INDECOPI	20
2.10	Registros y trámites Municipales.....	21
2.10.1	Licencia de Funcionamiento	21
2.11	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	22
2.11.1	Obtención del RUC	22
2.11.2	Modalidades	25
2.12	Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	31
2.13	Régimen Laboral Especial	33
2.14	Modalidades de Contratos Laborales	34
2.15	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	35
2.15.1	Los Contratos Comerciales	35
2.15.2	La responsabilidad civil de los Accionistas	36
3	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	38
3.1	Descripción del producto	38
3.1.1	Clasificación arancelaria	41
3.1.2	Propuesta de valor	42
3.1.3	Ficha técnica comercial.....	45

3.1.4	Ficha País: Estados Unidos	46
3.2	Investigación del Mercado de Objetivo	53
3.2.1	Segmentación de mercado objetivo.....	54
3.2.2	Tendencias de consumo	59
3.3	Análisis de la oferta y la demanda	61
3.3.1	Análisis de la oferta.....	61
3.3.2	Análisis de la demanda.....	68
3.4	Estrategias de Ventas y Distribución	79
3.4.1	Estrategias de segmentación	79
3.4.2	Estrategias de posicionamiento	80
3.4.3	Estrategias de distribución	81
3.5	Estrategias de Promoción.....	83
3.5.1	Ferias	83
3.5.2	Envío de muestras	85
3.5.3	Publicaciones.....	85
3.6	Tamaño de Planta. Factores condiciones	86
3.7	Plan de Marketing	86
4	Plan logística Internacional	89
4.1	Envase, empaques y embalaje.....	89
4.1.1	Envase	89
4.1.2	Empaque.....	92
4.1.3	Embalaje:	94
4.2	Diseño del rotulado y marcado	94
4.2.1	Diseño del rotulado	94
4.2.2	Diseño del marcado.....	97
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga	98
4.4	Cadena de DFI de exportación	100
5	PLAN DE COMERCIO EXTERIOR	104
5.1	Fijación de precios	104
5.1.1	Métodos de fijación de precio	104
5.1.2	Cotización de precio.....	106
5.2	Contrato de exportaciones.....	106
5.3	Elección y aplicación del Incoterm.....	107

5.4	Determinación del medio de pago.....	109
5.5	Elección del régimen de exportación	110
5.6	Gestión del despacho de aduanas	111
5.7	Flujograma de exportación.....	111
6	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	112
6.1	Inversión fija	113
6.1.1	Activos Intangibles.....	113
6.1.2	Activos Intangibles.....	114
6.2	Capital de trabajo	114
6.3	Inversión total	115
6.4	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	115
6.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito	116
6.6	Presupuestos de costos	119
6.6.1	Costos directos	119
6.6.2	Costos Indirectos.....	120
6.7	Punto de equilibrio	123
6.8	Tributación de la exportación.....	125
6.9	Presupuestos de Ingresos.....	125
6.10	Presupuestos de Egresos	126
6.11	Flujo de caja proyectado	126
6.12	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	129
6.13	Evaluación de la inversión	131
6.13.1	Evaluación Económica.....	131
6.13.2	Evaluación Financiera.....	131
6.13.3	Evaluación Social.....	132
6.13.4	Impacto Ambiental.....	132
6.14	Evaluación de los Costos de Oportunidad del capital del trabajo	133
6.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	134
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	139
7.1	Conclusiones	139
7.2	Recomendaciones.....	141
8	BIBLIOGRAFÍA	142
9	ANEXOS	143

Índice de Tablas

Tabla 1. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	4
Tabla 2. Licencia y Permisos para abrir nuestra empresa	6
Tabla 3. Principales características de la ley de MYPE	10
Tabla 4. Pasos para registrar una empresa en la SUNAT	12
Tabla 5. Cuadro de Asignación Personal	18
Tabla 6. Características principales de una Sociedad Anónima Cerrada	19
Tabla 7. Categorías de la RUS	26
Tabla 8. Impuestos de la RER.....	30
Tabla 9. Conceptos a incluir al PDT-PLAME	32
Tabla 10. Descripción arancelaria.....	41
Tabla 11. Ficha Técnica	45
Tabla 12. Principales Importadores de Estados Unidos.....	46
Tabla 13. Principales Importadores de Estados Unidos.....	47
Tabla 14. Principales Partidas Importadas	47
Tabla 15. Principales Partidas Exportadoras.....	49
Tabla 16. Importación Peruana por Cuode	50
Tabla 17. Exportación Peruana Por Sector	51
Tabla 18. Balanza Comercial	52
Tabla 19. Principales Países Importadores de la PA 081090.....	53
Tabla 20. Matriz de Selección de Mercado (Países) – Macrosegmentación.....	55
Tabla 21. Matriz de Selección de Mercado (Estado) – Microsegmentación.....	57
Tabla 22. Lista de los exportadores para el producto seleccionado P.A. 081090	61
Tabla 23. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos. 62	
Tabla 24. Principales Empresas Exportadoras en Perú.....	63
Tabla 25. Precios FOB Referenciales en Kilogramos (US\$ / KG)	64
Tabla 26. Empresas exportadoras de arilo de granada a Estados Unidos desde el 2012 al 2016 65	
Tabla 27. Empresas exportadoras a Florida, Estados Unidos en el 2016.....	67
Tabla 28. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú (En unidad: Dólar Americanos miles)	68
Tabla 29. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú (En valor porcentual)	69
Tabla 30. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú (En valor: TONELADAS)	70
Tabla 31. Datos de las exportaciones de Perú a EE.UU según la partida 081090	73
Tabla 32. Población de Florida y Estados Unidos (2006-2015).....	74
Tabla 33. Regresión Simple	75
Tabla 34. Suma de Cuadrados del error	75
Tabla 35. Suma Total Cuadrado.....	76
Tabla 36. Coeficiente de Determinación.....	77
Tabla 37. Tasa de crecimiento anual de la población de EE.UU. (Millones)	78

Tabla 38. Proyección de demanda- Segmentación.....	78
Tabla 39. Feria Nacional- Perú	84
Tabla 40. Ferias Internacionales	84
Tabla 41. Datos de Nutrición del rotulado del producto	97
Tabla 42. Precio/ Kilogramo de los arilos de la granada	105
Tabla 43. Empresas comercializadoras de los arilos de granada (READY-TO-EAT) – EE.UU.	106
Tabla 44. Obligaciones vendedor y comprador en INCOTERM - CPT	108
Tabla 45. Activos Tangibles	113
Tabla 46. Activos Intangibles	114
Tabla 47. Capital de trabajo	114
Tabla 48. Inversión total	115
Tabla 49. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	115
Tabla 50. Fuentes financieras y condiciones de crédito	116
Tabla 51. Estructura de pagos	118
Tabla 52. Costo unitario	119
Tabla 53. Costo total	119
Tabla 54. Costos del DFI por despacho	120
Tabla 55. Presupuesto proyectado de gastos de personal.....	121
Tabla 56. Presupuesto proyectado de gastos indirectos	121
Tabla 57. Presupuesto proyectado de gastos de ventas	122
Tabla 58. Depreciación de equipos	122
Tabla 59. Depreciación y Amortización	123
Tabla 60. Cálculo del punto de equilibrio	123
Tabla 61. Presupuestos de Ingresos	125
Tabla 62. Presupuestos de Egresos	126
Tabla 63. Flujo de caja económico	127
Tabla 64. Flujo de caja financiero.....	128
Tabla 65. Estado de Ganancias y pérdidas	129
Tabla 66. Balance general	130
Tabla 67. Evaluación Económica.....	131
Tabla 68. Evaluación Financiera.....	131
Tabla 69. Cálculo del WACC	133
Tabla 70. Cálculo del COK.....	134
Tabla 71. Riesgo Cambiario- Escenario Optimista.....	135
Tabla 72. Riesgo Cambiario- Escenario Pesimista	136
Tabla 73. Escenarios de riesgo para aplicados al Flujo Económico	137
Tabla 74. Escenarios de riesgo para aplicados al Flujo Financiero.....	137

Índice de Figuras

Figura 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)- Según página web	4
Figura 2. Ubicación del Domicilio Fiscal	5
Figura 3. Organigrama de la empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C	12
Figura 4. Procedimiento obtención de RUC	23
Figura 5. Propuesta de Valor: Esquema de Porter	43
Figura 6. Granada	45
Figura 7. Ubicación del país de destino- Estados Unidos	56
Figura 8. Ubicación del Estado de destino- Florida	58
Figura 9. Granada en presentación EASY TO EAT	60
Figura 10. Participación de las Principales empresas Exportadoras del Perú a EE. UU.....	63
Figura 11. Participación de las empresas exportadoras de arilo de granada a Estados Unidos desde el 2012 al 2016.....	66
Figura 12. Participación de las empresas exportadoras de arilo de granada a Florida, Estados Unidos desde el 2012 al 2016	68
Figura 13. Empresas importadoras de Estados Unidos desde Perú del 2012-2016.....	71
Figura 14. Empresas importadoras de Estados Unidos desde Perú del 2012-2016.....	72
Figura 15. Imagen del envase del Snack de Granadas	90
Figura 16. Imagen del Foil a utilizar	91
Figura 17. Caja de cartón Impermeable	92
Figura 18. Empaque de los arilos de granada en presentación ready to eat	93
Figura 19. Proceso de embalaje	94
Figura 20. Imagen de la etiqueta del producto (Parte delantera).....	96
Figura 21. Imagen de la etiqueta del producto (Parte posterior)	96
Figura 22. Pictogramas de carga internacional utilizada en el producto	98
Figura 23. Proceso de producción de arilos de granada fresca.	100
Figura 24. Proceso del Flujo del Traslado Interno	101
Figura 25. Proceso del Flujo del Traslado Internacional	102
Figura 26. LAYOUT - HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C	103
Figura 27. Esquema Operativo del Incoterm CPT	109
Figura 28. Flujo de carta de crédito	110
Figura 29. Gestión aduanera de la cadena.....	111
Figura 30. Flujograma de exportación	112
Figura 31. Punto de equilibrio.....	124

1 RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, las personas optan por consumir alimentos frescos y que tengan grandes propiedades que aporten a una vida saludable y que contribuyan a evitar cualquier tipo de enfermedades que nos aquejan en estos días.

Después de varios estudios realizados al fruto de la Granada, se pudo rescatar que cuenta con varias propiedades benéficas, dentro de ellas: El alto contenido de antioxidantes ayuda a prevenir el cáncer de mama y de próstata.

Se sabe que al consumir este fruto demanda de mucho trabajo para obtener los granos ya limpios, es por ello que se está optando por la comercialización de los arilos de granada en envases que permita consumirlo de manera sencilla y en cualquier momento del día. Esta idea de negocio convendría ofrecerlo a personas que se preocupen por su salud y que posean una vida muy acelerada por trabajos, estudios, etc. Un mercado muy atractivo sería el de Estados Unidos que son personas que tienen las características señaladas previamente.

Se estima poder lograrlo, contando con una capital y financiamiento por identidades financieras, realizar todo el proceso logístico de compra, producción y exportación contando con la infraestructura y recursos humanos adecuados que va acorde a nuestro fin.

Este negocio tendrá éxito, ya que es un producto muy conocido por las grandes propiedades que posee, el valor agregado que tiene captará la atención del posible consumidor estadounidense por la facilidad de poder consumir un producto de manera más sencilla y rápida o conocido en inglés: READY- TO -EAT. A su

vez, este producto ya es familiar para nuestro futuro consumidor, lo que es más factible que el producto pueda entrar con mayor facilidad a los hogares.

2 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o razón social

El plan de negocio tiene el siguiente nombre como razón social:

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C

El nombre de la empresa fue escogido en Ingles ya que es el idioma más comercial a nivel mundial y que personas y empresas al escuchar el nombre pueda familiarizarse de forma rápida. “HEALTHY FOOD” significa comida sana en español, ya que lo que deseamos ofrecer es un producto natural sin ningún tipo de químico adicional. Y el “PERU EXPORT” que significa Perú exporta, se escogió unirse a las dos primeras palabras porque los productos son netamente peruanos que serán exportados a varios países en el futuro.

Como nombre comercial será la siguiente: HEFOPEX S.A.C. que es la unión de las primeras letras de la razón social.

2.2 Actividad económica o codificación Internacional (CIU)

El presente proyecto se va a comercializar a través del siguiente CIU:

Tabla 1. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

CUADRO N° 1			
SECCION G	DIVISIÓN 46	GRUPO 463	CLASE 4630
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco	Comercio al por mayor de productos alimenticios congelados

Fuente:

https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib0883/Libro.pdf

Elaboración: Propia

Otra manera de poder clasificar es mediante la misma página web:

Buscar por Descripción Buscar por Act. Econ. Buscar por CIU R3

Buscar por Descripción:

Ingrese una palabra o descripción que se relacione a su Actividad Económica:

comercio Buscar ↻

Seleccione una descripción que se relacione a su Actividad Económica:

- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE PESCADO CONGELADO
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE PESCADOS Y MARISCOS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS CONGELADOS**
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS CARNICOS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DEL TABACO
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS LACTEOS HUEVOS ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE VINAGRE
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE VOLATERIA Y OTROS ANIMALES DE GRANJA Y CAZA
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE ZANAHORIAS

El Código CIU Rev. 4 que le corresponde a su Actividad Económica es:

4630-Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco. Ver Nota

Figura 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU)- Según página web

Fuente: INEI

Elaboración: Propia

Los arilos de granada congelada se ofrecerán en envases que sean rápido

de abrirlo y poder consumirlo, entonces el CIU más apto para ello sería el del comercio al por mayor de productos alimenticios congelados (CIU: 4630)

2.3 Ubicación, Factibilidad Municipal y Sectorial

El domicilio fiscal de la empresa se encontrará ubicado entre la Altura Av. Carlos Izaguirre con cruce con la Av. Nestor Gambetta en la provincia constitucional del Callao. Hemos considerado que la empresa tiene que estar en un lugar céntrico para poder exportar, ya que nos encontraríamos a solo 10 min del Aeropuerto Internacional Jorge Chavez. Lo que también beneficiará a la empresa para realizar cualquier trámite que debe hacerse directamente.

La ubicación exacta es Mz F Lote 1 Urb. Las Magnolias – Callao- Callao (Altura de la cuadra 60 de la Av. Néstor Gambeta. Un local de 110 m2 donde se establecerá las oficinas y una zona para el almacenamiento de los productos.

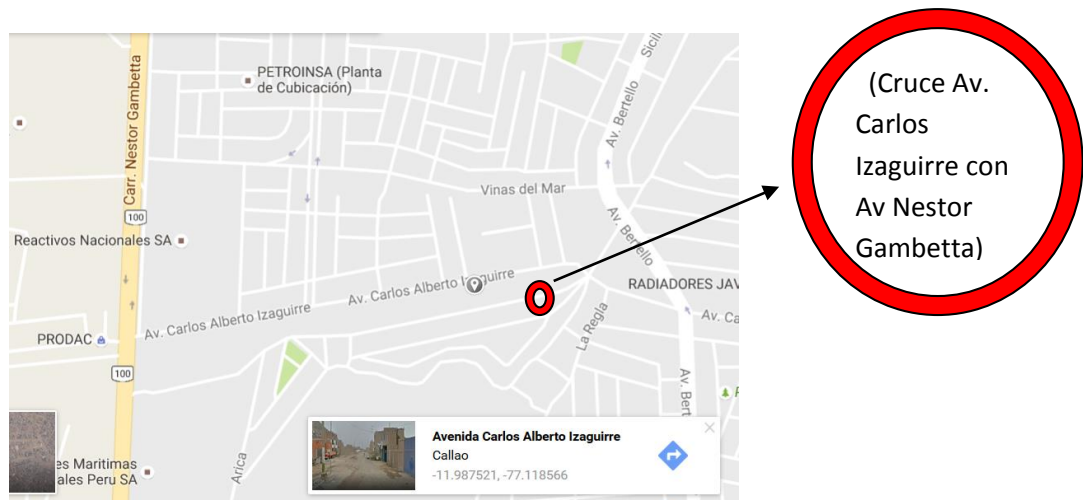


Figura 2. Ubicación del Domicilio Fiscal

Fuente: Google Map

Elaboración: Propia

Para poder abrir nuestra empresa debemos estar sujetos a presentar documentos que nos requieren La Municipalidad y la entidad sectorial:

Tabla 2. Licencia y Permisos para abrir nuestra empresa

Factibilidad Municipal

- Licencia de Funcionamiento (ver ANEXO 1)

Permiso sectorial:

- Certificado Sanitario brindado por DIGESA

Fuente y Elaboración: Propia

2.4 Misión, Visión, Objetivos de la empresa, principio de la empresa en Marcha:

2.4.1 Misión:

Ofrecer los arilos de granada congelada de de alta calidad a las personas que se preocupen por su salud, satisfaciendo las necesidades y expectativas del cliente. Asi mismo, fomentar el desarrollo y la mejora de la situación social y económica de la población de Ica.

2.4.2 Visión:

Incrementar las ventas año tras año y lograr posicionarnos y consolidarnos con el producto por su calidad y a precio justo en 5 años alrededor del país de Estados Unidos.

2.4.3 Valores:

Dentro de los valores éticos que todo colaborador de nuestra empresa posee son las siguientes:

- Lealtad y fidelidad
- Cooperación y compañerismo
- Iniciativa y perseverancia
- Respeto y disciplina
- Identificación y Compromiso
- Honestidad
- Responsabilidad
- Búsqueda de la excelencia y firme propósito de trascender
- Responsabilidad Social

2.4.4 Objetivos de la empresa y principio de la empresa en Marcha

2.4.4.1 Objetivos

- Tener rentabilidad
- Consolidarse en el mercado de destino, primero exportando un volumen pequeño a fin de captar al consumidor, para posterior lograr la exportación de grandes cantidades a fin de abastecer más zonas de alrededor de La Florida.

- Incrementar las utilidades netas año tras año con un incremento del 5% al 10%
- Proyectar una imagen de empresa seria y bien organizada.
- Asegurar la calidad del producto.
- Posicionar y consolidar al producto por su calidad y a precio justo
- Proyectarnos como una empresa modelo en el mercado.
- Tener la infraestructura apropiada para distribución de nuestro producto y personas especializadas en su área para poder llevar a cabo este plan de negocio.
- Establecer una estrategia de comercialización
- Abrir fronteras y analizar la entrada del producto a nuevos mercados internacionales a largo plazo de acuerdo a los resultados encontrados.

2.4.4.2 Principios:

- Ofrecer excelencia a través de la calidad en todos nuestros productos y procesos, excelencia en el recurso humano; personal idóneo y competente
- Brindar una apropiada calidad de vida a nuestros trabajadores; cuidando su seguridad física, social y emocional .Y que a través del entrenamiento y desarrollo profesional y social promover su crecimiento.
- Espíritu emprendedor y de trabajo en equipo a través del compromiso entre todos colaboradores para poder lograr los objetivos de la empresa.

- Cultura de calidad: A través de una mejora continua, fortalecer nuestros procesos y lograr alcanzar la eficacia y eficiencia de satisfacer a nuestros clientes.
- Cultura de resultados, enfocados al crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa para permanecer siempre vigentes.
- Cultura de la innovación, contando con equipos de tecnología avanzada y desarrollar los procesos, para garantizar una continua producción e incremento en la productividad y competitividad de nuestras operaciones.
- Responsabilidad social con la comunidad.

2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características:

Anteriormente el marco legal de las MYPES constaba de la Ley N° 28015: Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo N° 1086 y el Decreto supremo N° 007-2008 –TR. Sin embargo, a través de la Ley N° 30056 (publicada el 2 de Julio de 2013) se realizan modificaciones en el régimen laboral especial de las micro y pequeñas empresas que modifica diversas leyes para poder facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial en la cual indica lo siguiente en el artículo 5° sobre las características de las micro, pequeñas y medianas empresas:

“Se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización; además, se ha creado un nuevo nivel de empresas:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. “

A continuación, se detalla las principales características por cada tipo de MYPE:

Tabla 3. Principales características de la ley de MYPE

Características	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Nivel anual de ventas	Hasta 150 UIT	> 150 Hasta 1700 UIT	> 1700 Hasta 2300 UIT
N° de Trabajadores	De 1 a 10	De 1 a 100	De 1 a 250
Remuneración	RMV (remuneración mínima vital)	RMV (remuneración mínima vital)	RMV (remuneración mínima vital)
CTS	No tiene derecho	1 sueldo	1 sueldo
EsSalud	9% de la remuneración	9% de la remuneración	9% de la remuneración
AFP	13 % de la remuneración	13 % de la remuneración	13 % de la remuneración
Vacaciones	15 días calendario	15 días calendario	30 días calendarios
Gratificaciones	No tiene derecho	2 sueldos	2 sueldos

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C será una Microempresa en desarrollo que estima ir creciendo con el tiempo. Y al ser una Microempresa, tendrá además los siguientes beneficios en los siguientes aspectos:

- En lo tributario: Tendrá crédito tributario en el **Impuesto a la Renta**, por gastos de capacitación desde el año 2014.

- En lo laboral: Existe un **Régimen Laboral Especial** de menores costos para el Empleador y con ciertos derechos para el trabajador.

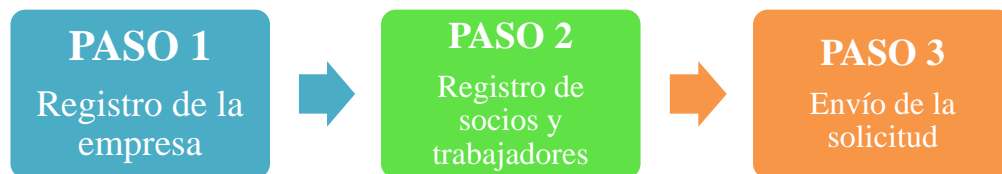
Para proceder con la creación de la microempresa, la empresa se registrará en la REMYPE (Registro Nacional de la Micro y pequeña empresa) mediante un procedimiento de inscripción en Web, la cual se encontraba a cargo del Ministerio de trabajo y promoción del empleo y ya ha pasado a ser administrada por la SUNAT después de los 180 días de haberse publicado la Ley MYPE (D.S.N° 013-2013-PRODUCE).

Para poder registrarse nuestra empresa ya debe contar con los siguientes requisitos:

- N° RUC
- Usuario SOL
- Clave SOL

Una vez que se cuenta con todo ello se procede con los siguientes pasos:

Tabla 4. Pasos para registrar una empresa en la SUNAT



Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

2.6 Estructura Orgánica

Nuestra empresa tendrá una estructura vertical y cada persona que integra al equipo tendrá sus funciones específicas en la cual se plasma a través de la siguiente imagen y se detallará las funciones de cada uno en la organización.

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C

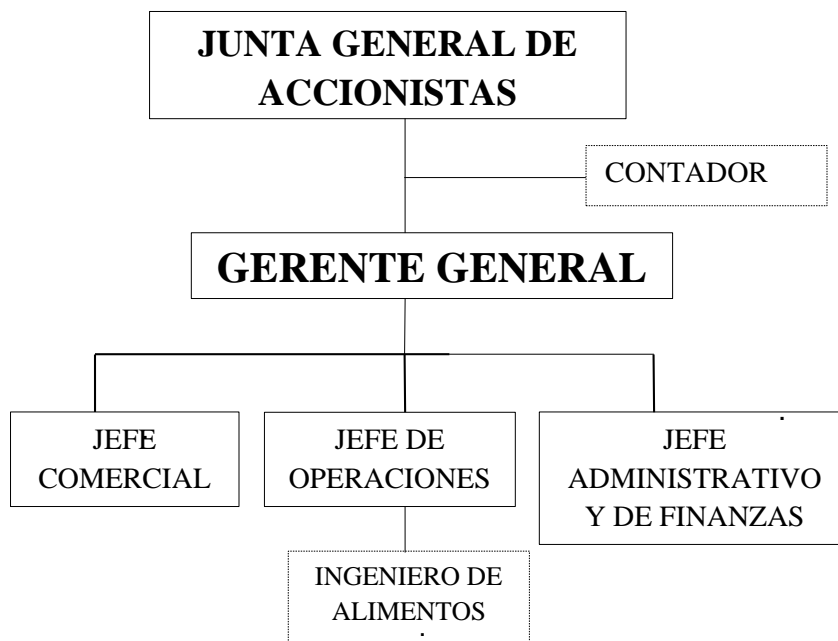


Figura 3. Organigrama de la empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C

Fuente y Elaboración: Propia

Para la ejecución y culminación del Plan de Negocios, se conformará el siguiente equipo:

- ✓ Gerente General
- ✓ Jefe Comercial
- ✓ Jefe de Operaciones
- ✓ Jefe Administrativo y de Finanzas
- ✓ 1 Contador externo (servicios por honorarios)

GERENTE GENERAL:

Características:

- ✓ Licenciado en Administración de Empresas con conocimientos en economía y finanzas
- ✓ Capacidad en negociaciones y trabajar bajo presión
- ✓ Fije objetivos de ventas
- ✓ Ejecutar estrategias
- ✓ Ser líder
- ✓ Responsable y proactivo.
- ✓ Valores éticos

Funciones:

- Ejecutar estrategias que permitan desarrollar un eficiente manejo de la empresa.
- Encargada de tomar las decisiones correctas en el momento adecuado.
- Organizar y enlazar todas las áreas y funciones de la empresa.
- Supervisa el cumplimiento de las normas que existan en la empresa.
- Organizar, dirigir, coordinar y evaluar el desempeño de las labores encomendadas a las distintas áreas.
- Supervisar a los gerentes de área.
- Mantener contacto continuo con los proveedores.
- Revisar y rubricar los convenios, contratos, permisos y las autorizaciones, en los asuntos de su competencia.
- Atender a las contingencias que pueden ocurrir.
- Llevar una buena relación con los clientes, al mismo tiempo que buscar nuevos.

JEFE COMERCIAL

- Estar en comunicación con los posibles clientes y ofrecerles nuestro producto.
- Hacer los requerimientos al área de logística de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- Está en constante comunicación con los clientes
- Ayuda en labores administrativas
- Establecer una estrategia de comercialización y políticas de venta.
- Establecer una estrategia de promoción del producto.

JEFE DE OPERACIONES

- Controlar y coordinar la cadena de suministros.
- Verificar el cumplimiento del stock de acuerdo a las órdenes de compra del área de ventas.
- Coordinar el cumplimiento de los tiempos de las exportaciones con los operadores logísticos (agentes de aduana, carga, navieras, etc.)
- Realizar las coordinaciones con proveedores para las compras de insumos, materias primas y materias auxiliares.
- Solicitar los insumos y evaluar la que nos proporcione mejores

condiciones de compra y plazos de pago.

JEFE ADMINISTRATIVO Y DE FINANZAS

- Llevar la planificación, la dirección, el control y dirección de la mano con el Gerente general
- Llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar las metas organizacionales.
- Manejar de manera optima los recursos materiales y humanos
- Estará a cargo del capital humano de la empresa.
- Revisar los cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, alquileres, entre otras.
- Elaboración y control de presupuestos.
- Aprobar y firmar la emisión de cheques, notas de débito, entre otras, para la adquisición de bienes y servicios.
- Control de Cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar.
- Análisis de los Estados Financieros para facilitar la toma de decisiones a la Gerencia.
- Control de Ingresos y Egresos con el fin de administrar el Capital de Trabajo.

CONTADOR

- Preparar el pago de impuestos según cronograma de pagos de la SUNAT.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración del IGV.
- Registro de operaciones realizadas en la empresa.
- Registro de compras, gastos y ventas.
- Declaración de impuestos, declaración y pago de planillas electrónicas
- Llevar libros contables (Diario, mayor y inventarios).

2.7 Cuadro de Asignación de Personal

En el siguiente cuadro se plasmará las remuneraciones mensuales de todos los colaboradores de la empresa, con todos los pagos correspondientes según lo que estipula a la ley Laboral Especial que toda microempresa debe brindar a sus empleados.

Tabla 5. Cuadro de Asignación Personal

Cargo	Cantidad de personal	Remun. Mensual	Remun. Anual 12 sueldos	AFP 13%	Sub total	Vacaciones Sueldo (15 días)	ESSALUD 9%	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	S/.2,100	S/.25,200	S/.3,276	S/.25,200	S/.1,050	S/.2,268	S/.28,518
Jefe Administrativo y Finanzas	1	S/.1,500	S/.18,000	S/.2,340	S/.18,000	S/.750	S/.1,620	S/.20,370
Jefe de Operaciones	1	S/.1,300	S/.15,600	S/.2,028	S/.15,600	S/.650	S/.1,404	S/.17,654
Contabilista – externo	1	S/.400	S/.4,800		S/.4,800			S/.4,800
Ingeniero de alimentos	1	S/.150	S/.1,800		S/.1,800			S/.1,800
TOTAL ANUAL					S/.63,600	S/.2,450	S/.5,292	S/.73,142

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior el monto total anual a pagar es el monto de S/ 73,142.00; sin embargo, en el año 2019 se contratará un nuevo personal que tendrá el cargo de Jefe Comercial, teniendo como remuneración el monto de S/ 1300.00.

2.8 Forma Jurídica Empresarial

Para formar una persona jurídica dependerá de distintas características, dentro de las cuales para ser una Sociedad Anónima Cerrada:

Tabla 6. Características principales de una Sociedad Anónima Cerrada

Características	De 2 a 20 accionistas.
Denominación	La denominación es seguida de las palabras “Sociedad Anónima Cerrada”, o de las siglas “S.A.C.”
Órganos	Junta General de Accionistas, directorio (opcional) y Gerencia
Capital social	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
Duración	Determinado o Indeterminado
Transferencia	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: Pro Inversión

Elaboración :Propia

Acorde a lo indicado previamente **HEALTHY FOOD PERU EXPORT** será una Sociedad Anónima Cerrada porque tendrá las siguientes características:

1. Tendrá 2 accionistas
2. No poseerá directorio ya que es una empresa que recién está iniciando sus actividades empresariales.
3. Los órganos de la empresa serán:
 - La Junta general de Accionistas.
 - La gerencia General
4. El capital social estará conformada por acciones, de los cuales será aportado por cada uno de los socios quienes no responden personalmente por las deudas sociales. Los aportes brindados de la empresa serán dinerarios

5. Duración: Indeterminada
6. Transferencia: La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de
7. Matrícula de Acciones de la Sociedad.

2.9 Registros de Marca y procedimiento en INDECOPI

HEFOPEX S.A.C. por el comienzo de sus actividades empresariales no contará con marca propia porque es una microempresa que recién está comenzando en un mercado nuevo. Sin embargo, en el futuro se planifica poder tener una marca comercial para nuestro producto la cual según INDECOPI en la actualidad se debe realizar el siguiente procedimiento:

1. Se debe presentar tres del mismo formato de la solicitud completado, de la cual dos es para la Autoridad y la restante para el administrativo.
2. Consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC). El representante legal (En nuestro caso el Gerente General) deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
3. Indicar el domicilio de la empresa para las respectivas notificaciones
4. Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

5. Debemos señalar el producto por la cual tendrá el signo solicitado.
6. Debe ser firmada la solicitud por nuestro representante.
7. Se deberá adjuntar la constancia de pago por el derecho de trámite, que equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada que es el monto de S/. 549.05

2.10 Registros y trámites Municipales

2.10.1 Licencia de Funcionamiento

Para que una empresa se encuentre dentro de la ley para el funcionamiento como establecimiento comercial, el principal requisito es obtener la Licencia Municipal.

Ya que el domicilio fiscal de la empresa **HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C.** se encuentra en la provincia constitucional del Callao, la Municipalidad del Callao es la encargada de brindar la licencia. Y según su página oficial, indica que se debe entregar lo siguiente para obtener la Licencia de Funcionamiento:

- Formulario único de de trámite (FUT)
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- Copia fedatizada del Certificado De Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil – INDECI, (Establecimientos que superen los 500 Mts² o se encuentren ubicados dentro de un área mayor)

- Copia fedatizada de la VIGENCIA DE PODER del Representante Legal de nuestra empresa
- Copia Simple de La Autorización Sectorial
- Pago X tasa de Licencia, Según Área.

Otros:

- No. de RUC (correspondiente al solicitante, dirección del local y actividad a desarrollar)
- Carta Poder legalizada notarialmente (persona jurídica)

2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

2.11.1 Obtención del RUC

Al crear una empresa jurídica, después de haber escogido que tipo de organización se va a formar, debemos conocer el tipo de régimen de Impuesto a la Renta se va a escoger, dentro de ellas tenemos:

- Nuevo Régimen Único Simplificado – Nuevo RUS (En este régimen no estoy obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas – IGV)
- Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER
- Régimen General del Impuesto a la Renta (En estos dos últimos regímenes sí estoy obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas)

– IGV)

Una vez escogido el régimen se procede con la obtención de RUC:

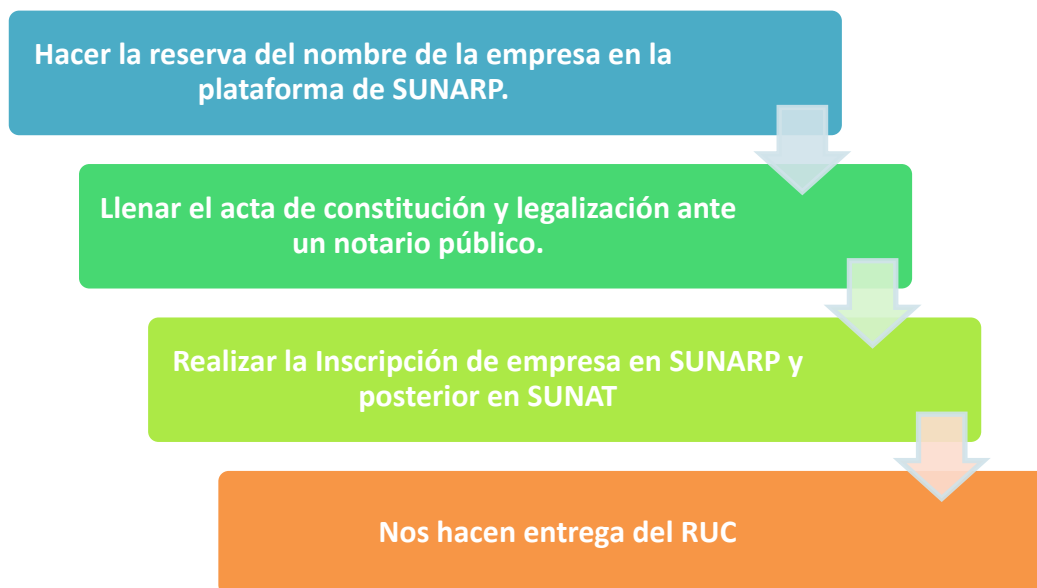


Figura 4. Procedimiento obtención de RUC

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Al realizar todo el procedimiento mencionado, el representante legal (Gerente General) debe mostrar los documentos originales y presentar las copias de los siguientes documentos:

- Documento de identidad del representante legal.
- Para sustentar el domicilio fiscal se presentará uno de los siguientes documentos: Recibo de agua, luz, telefonía fija, televisión por cable (con fecha de vencimiento dentro de los últimos dos meses) o de la última declaración jurada de predio o autovalúo, entre otros

documentos autorizados por la SUNAT.

- La partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos (Con una antigüedad no mayor a 30 días calendarios)
- En el caso de la declaración de establecimiento(s) anexo(s), deberá exhibir el original y presentar fotocopia de uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo.
- Exhibir el original y presentar una fotocopia de su documento de identidad.
- Presentar una carta poder con firma legalizada ante notario público o autenticada por un fedatario de la SUNAT (especificando que es para realizar el trámite de inscripción de la Persona Jurídica en el Registro Único de Contribuyentes).
- Presentar los siguientes formularios firmados por el representante legal o persona autorizada:
 - Formulario N° 2119, solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.
 - Formulario N° 2054, representantes legales.
 - Formulario N° 2046, establecimientos anexos (sólo en el caso de contar con establecimiento anexo distinto al señalado como domicilio fiscal y debidamente sustentado).

2.11.2 Modalidades:

Como se explicó anteriormente dentro de las modalidades tenemos tres, lo cual se detallan a continuación:

2.11.2.1 Nuevo Régimen Único simplificado - NUEVO RUS

Según la SUNAT, indica que es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos.

Dentro de los requisitos para acogerme al Nuevo Régimen Único Simplificado - Nuevo RUS, son los siguientes:

1. El monto de los ingresos no debe superar los S/. 360,000
2. Las actividades del negocio solo se pueden generar desde un solo local
3. El valor de mis activos fijos afectados a su actividad no debe superar los S/. 70,000
4. Las adquisiciones afectadas a la actividad no deben superar los S/. 360,000

Las categorías de la RUS son 5 que se detallan a continuación:

Tabla 7. Categorías de la RUS

CATEGORÍA	INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES MENSUALES	CUOTA MENSUAL EN S/.
1	HASTA S/. 5,000	20
2	MÁS DE S/. 5,000 HASTA S/.8,000	50
3	MÁS DE S/. 8,000 HASTA S/. 13,000	200
4	MÁS DE 13,000 HASTA 20,000	400
5	MÁS DE 20,000 HASTA 30,000	600

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Dentro de las obligaciones tributarias se deben presentar solo los siguientes tipos de comprobantes de pago:

- Boletas de Venta
- Tickets o Cintas de máquina registradora

Las empresas que están sujetas a la RUS no se encuentran obligadas a llevar libros contables, pero si deben tener los comprobantes de pago que permitan acreditar mis compras y ventas en el periodo. En caso de tener trabajadores dependientes, si se debe debo llevar Libro de Planillas de Sueldos y Salarios.

2.11.2.2 Régimen General del Impuesto a la Renta

Comprende a las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría.

- El Régimen General involucra dos impuestos:
- Impuesto a la Renta
- Impuesto General a las Ventas

IMPUESTO A LA RENTA

El cálculo del impuesto a la renta en el año 2016 es aplicando la tasa del 28% a la utilidad generada al cierre de cada año. Este cálculo se efectúa en la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta. Sin embargo, se tiene la obligación de efectuar declaraciones y pagos mensuales que son considerados pagos a cuenta del impuesto que se determinará en la Declaración Jurada Anual.

Al momento de calcular el impuesto definitivo, se descontará dichos pagos a cuenta y, en caso de que todavía quedara un saldo por regularizar, se cancelará en el momento de presentar la Declaración Jurada Anual.

Para efectuar el pago a cuenta, se debe considerar que existen dos métodos:

1. Método del Porcentaje del 2%
2. Método del Coeficiente

Estos son obligatorios y se debe determinar cuál corresponde.

Método del porcentaje del 2%:

El impuesto lo determino aplicando el 2% sobre los ingresos netos obtenidos durante el mes.

Método del coeficiente:

El impuesto lo determino aplicando un coeficiente sobre los ingresos netos obtenidos durante el mes. El coeficiente lo determino de la siguiente forma:

Divido el impuesto calculado entre los ingresos netos del ejercicio anterior (ingresos gravables luego de deducir las devoluciones, bonificaciones, descuentos, etc.) El resultado se redondea a cuatro decimales:

$$\text{Coeficiente} = \frac{\text{Impuesto calculado del año anterior}}{\text{Ingresos netos del año anterior}}$$

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. estará sujeta a este Régimen General del Impuesto a la Renta ,ya que el negocio tiene la proyección a crecer y las empresas que pertenecen a esté régimen, son bien vistos ante las entidades financieras ante cualquier futura inversión que desee generar la empresa.

IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS – IGV

El IGV es el tributo que pago por las ventas o servicios que realizo. Grava también las importaciones y la utilización de servicios prestados por no domiciliados. La tasa del IGV es de 18%. El IGV a pagar en cada mes lo determino restando al impuesto bruto

Dentro de los comprobantes de pago que según la SUNAT menciona y que nuestra empresa emitirá serán las siguientes:

- ✓ Facturas.
- ✓ Boletas de venta.
- ✓ Liquidaciones de compra.
- ✓ Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.
- ✓ Notas de crédito y notas de débito.
- ✓ Guías de remisión.

Al acogerse a este régimen se debe llevar una contabilidad completa. Asimismo, debe llevar, adicionalmente, cualquier otro libro especial a que estuviera obligado por el tipo de organización u otras circunstancias particulares (planillas, actas, etc.)

2.11.2.3 Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER),

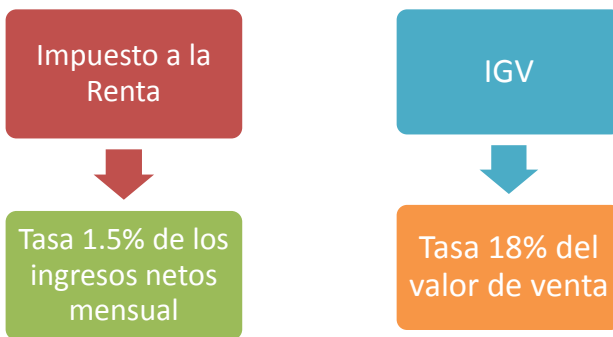
Para poder entrar a este régimen se debe de cumplir los siguientes requisitos que indica la base legal del Artículo 120 de la Ley del Impuesto a la Renta:

1. Persona Jurídica
2. Domiciliadas en el país
3. Rentas de tercera categoría provenientes de la actividad de comercio de la venta de los bienes que adquiramos.

Según lo que menciona SUNAT, el acogimiento de este régimen surtirá efecto a partir del período que corresponda a la fecha declarada como inicio de actividades en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Las empresas de este régimen deben cumplir con declarar y pagar mensualmente los siguientes tributos con sus respectivas tasas:

Tabla 8. Impuestos de la RER



Fuente: SUNAT
Elaboración propia

Dentro de los comprobantes de pago que según la SUNAT menciona y que nuestra empresa emitirá serán las siguientes:

- ✓ Facturas.
- ✓ Boletas de venta.

- ✓ Liquidaciones de compra.
- ✓ Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.
- ✓ Notas de crédito y notas de débito.
- ✓ Guías de remisión.

A través del Sistema SOL (Sistema de Operación en Línea) podremos solicitarla impresión de las mismas en las imprentas autorizadas.

Al acogernos a este régimen solo debemos de registrar nuestras operaciones en los siguientes libros y registros contables:

- ✓ Registro de compras.
- ✓ Registro de ventas.
- ✓ Libro de Inventarios y Balances
- ✓ Libro de planilla de sueldo y salarios

2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Según la SUNAT, La PLAME es uno de los componentes de la Planilla Electrónica que significa Planilla Mensual de Pagos que comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derecho habientes en el Registro de Información Laboral (T-Registro).

Este documento se descarga el programa por medio de la misma página de la SUNAT, donde se elabora, genera la declaración jurada y se envía en SUNAT operaciones en Línea.

La empresa **HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C.** debe agrupar toda la información de sus trabajadores, pensionistas, prestadores de servicio, personal en formación- Modalidad Formativa Laboral y otros y personal de terceros en el PDT- PLAME que serán los siguientes conceptos:

Tabla 9. Conceptos a incluir al PDT-PLAME

Información establecida en la R.M N.º 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.	Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.	Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría
Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad	Contribuciones al Essalud, respecto de las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independientes que sean incorporados por mandato de una ley especial a ESSALUD como asegurados regulares	Contribuciones a ESSALUD por concepto de pensiones
Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990	Prima por el concepto de “+ Vida Seguro de Accidentes”	Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD.
COSAP, creada por el artículo 4º de la Ley N° 28046	Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046	Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro

Fuente: SUNAT
Elaboración propia

2.13 Régimen Laboral Especial:

La empresa **HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C.** aplicará el régimen laboral especial de acuerdo a la Ley N° 28015 a los colaboradores, brindando los siguientes derechos laborales:

- ✓ Remuneración Mínima Vital para el trabajador (**Una RMV**)
- ✓ Jornada de trabajo de 8 horas
- ✓ Descanso semanal y en días feriados
- ✓ Remuneración por trabajos en sobretiempo
- ✓ Descanso vacacional de **15 días**
- ✓ Cobertura de Seguridad Social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud); sin embargo, se optará en brindar el seguro ESSALUD a todos los integrantes de la empresa.
- ✓ Indemnización por despido de **10 días de remuneración por año de servicios** (con un tope de **90 días** de remuneración)

No siendo obligatorio lo siguiente:

- ✓ El pago de la compensación por tiempo de Servicios.
- ✓ Las gratificaciones de Fiestas Patrias y Navidad.
- ✓ La asignación familiar.

Por otro lado, para que la empresa, pueda acogerse a la ley en mención, debe cumplir con las siguientes características:

1. Previamente estar inscrito como Microempresa;
2. Indicar en el contrato indicar expresamente que el documento está bajo el Régimen laboral especial señalando la Ley de creación como es la Ley N° 28015.
3. No realizar actividades diferentes a lo que indica en su contrato.
4. Los trabajadores de la empresa deben figurar en la planilla de la empresa.

2.14 Modalidades de Contratos Laborales:

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C tiene como prioridad a sus trabajadores, por ende debe haber un contrato sólido estipulado entre la empresa y el empleado desde el primer día de ingreso del trabajador

Dentro de las distintas clases de contrato, escogeremos el Contrato de Inicio o de Lanzamiento de una nueva actividad, ya que al ser una empresa recién constituida se va a contratar nuevo personal; sin embargo, una vez concluido el contrato que estará sujeto a un periodo de prueba, el cual tiene una duración de 3 meses, se procederá otro con 6 meses de duración hasta llegar a la duración de 1 año. Una vez que el trabajador haya cumplido más de 3 años laborando en la empresa, se procederá con un contrato por tiempo indeterminado.

El tipo de contrato utilizado será el contrato laboral a plazo fijo según lo establecido en el artículo 53 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

El contrato laboral se encuentra compuestos por las siguientes partes:

1. Prestación personal del servicio
2. Vinculo de subordinación
3. Remuneración

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas:

2.15.1 Los Contratos Comerciales

Los contratos comerciales es un contrato vinculante entre dos partes, donde hay obligaciones donde se obligan realizar o no realizar. Estos contratos pueden ser escritos o verbales, de preferencia es que sea escrito para que no haya ningún tipo de inconvenientes al momento de realizar lo acordado. Los contratos pueden abarcar todos los aspectos comerciales como contrataciones, salarios, seguridad del empleado, locaciones, préstamos, etc.

En caso si un contrato una de las partes no cumple con el acuerdo establecido en el mismo, se considerará como un “incumplimiento de contrato”. En caso sea un caso mayor, implicaría un sistema judicial para que se haga cumplir el contrato, o se puede solicitar que se pague una compensación por los daños ocasionados.

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C realizará contratos para el trabajo con terceros, dentro de los cuales estarán los contratos de prestación de servicios de:

- Asesor Legal: Se encargará de la revisión y ejecución para contratos nacionales

e internacionales con los proveedores o clientes nacionales e internacionales, donde se fijarán el tiempo de duración del contrato, el precio, los plazos de entrega, cantidad, definición del producto/servicio, etc.

- Personal de Sistemas: Instalación y revisión del sistema informático que se utilizará en la empresa.
- Contratos individuales de trabajo: Trabajadores de la empresa.

2.15.2 La responsabilidad civil de los Accionistas:

- Los accionistas tiene el derecho de recibir los dividendos que viene a ser parte del beneficio que la empresa reparte entre los propietarios, aunque la junta de accionistas pueda decidir no repartirlos
- En caso si la empresa llegara a disolverse y liquidarse, el accionista tiene l derecho de recibir su parte proporcional por el monto total de la liquidación.
- El accionista debe acudir a las Juntas Generales de Accionistas.
- Están en el derecho de informase sobre la situación de la empresa.
- El accionista puede transmitir sus acciones a otra persona sin ningún tipo de restricción en las sociedades cotizas; sin embargo, en las no cotizadas, ya sea por posible falta de liquidez exista la posibilidad que la transmisión esté sujeta a limitaciones de los estatutos o por normas legales.
- El accionista esta al derecho de la separación en la cual recibirá el importe de sus acciones

- Está en el derecho de convocar a la Junta encaso sus acciones representen el 5% del capital, el cual pueden solicitar el día que el mismo proponga.
- El accionista tiene el derecho de impugnar acuerdos sociales, en la cual puede ejercitar una acción judicial para impugnar los acuerdos de la Junta que sean contrarios a la ley, o a los estatutos, o que lesionen en beneficio de uno, varios accionistas o de terceros, los intereses de la sociedad.

3 PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 Descripción del producto

La granada es un fruto antioxidante, antiinflamatorio y antimicrobiano que puede prevenir desde el asma hasta la aparición de tumores.

Además con este fruto se puede preparar diversos platos de comida y que un producto bueno para tener una dieta balanceada.

El color de su piel es escarlata encierra, de la que contiene una gran variedad de componentes beneficiosos para el correcto funcionamiento del organismo. “La granada es rica en potasio y aporta cantidades considerables de magnesio, fósforo y hierro. Contiene vitamina C, B1 (tiamina), B2 (riboflavina) y niacina”, señala Ángel Carbonell Barrachina, catedrático del departamento de Tecnología Agroalimentaria de la Universidad Miguel Hernández de Alicante.

Pero los compuestos con mayor interés nutricional y funcional presentes en la granada son los polifenoles. Su contenido en este fruto es superior al de productos tan ricos en antioxidantes como los arándanos, el vino o el té verde”, asegura el experto.

Propiedades de la granada (Por 100 gramos*)

- Energía (kcal): 31,83
- Proteínas (g): 0,70
- Grasa (g): 0,10

- Hidratos de carbono (g): 7,50
- Colesterol (mg): 0,00
- Fibra (g): 0,20

Por 100 gramos de porción comestible

- Vitaminas (Por 100 gramos*)
- Vitamina B1 (mg): 0,02
- Vitamina B2 (mg): 0,02
- Vitamina B6 (mg): 0,11
- Vitamina B12 (µg): 0,00
- Vitamina C (mg): 5,70
- Ácido fólico (µg): 0,00
- Vitamina B3 (mg): 0,30
- Vitamina A (µg): 3,50
- Vitamina D (µg): 0,00

LOS BENEFICIOS DE LA GRANADA:

Dentro de los beneficios que tiene este fruto que resalta Carbonell:

- Una mejor salud bucal y cutánea debido a las propiedades antiinflamatorias, antimicrobianas y anti envejecimiento de esta fruta y una mejor salud cardiovascular por su elevado contenido en antioxidantes.
- Algunos estudios indican que el zumo de la grana ayuda a tener resultados positivos sobre la calidad del esperma y la disfunción eréctil.
- Pero merecen una mención especial las posibles propiedades antitumorales de la granada. Estudios clínicos recientes señalan que los compuestos bioactivos de la granada son un tratamiento preventivo muy interesante para determinados tipos de cáncer, sobre todo el de colon y el de próstata
- Vanessa Quintao Marques, nutricionista del Hospital Universitario Quirón de Madrid, comenta que a esta fruta se le asignan efectos favorables para aliviar el asma, la fiebre y las enfermedades cardiovasculares. Además, evita la retención de líquidos, ayuda a combatir la hipertensión, la anemia ferropénica, la arteriosclerosis, el exceso de ácido úrico y los parásitos intestinales.
- Beneficia el proceso de digestión ya que es astringente y puede ayudar en problemas de flatulencia, cólicos y diarrea
- Debido a su bajo contenido calórico, su poder diurético y su aporte de fibra, se recomienda incluso en dietas de adelgazamiento, por lo cual se garantiza un aporte vitamínico bastante completo en forma de alimento bajo en calorías

- los compuestos antioxidantes de la granada ralentizan el proceso de envejecimiento de la piel, pues son capaces de disminuir el estrés oxidativo de las células cutáneas”, aunque matiza que el mecanismo de acción todavía no está claro.
- El aceite de la semilla de la granada tiene una acción protectora sobre las radiaciones solares de tipo UVB. Con sus propiedades antioxidantes, antimicrobianas y antienvjecimiento, la granada es una gran aliada de la salud, pero también de la belleza.

3.1.1 Clasificación arancelaria

La partida arancelaria del producto de los arilos de granada será la siguiente:

Tabla 10. Descripción arancelaria

SECCIÓN:II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO:8	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
08.10.90	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
08.10.90	- Los demás:
08.10.90.90.00	--Las demás

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

3.1.2 Propuesta de valor

El producto a ofrecer, se diferencia por los insumos de alta calidad que se emplean en su elaboración y por ser 100% natural y sin ningún tipo de preservante. La elaboración del producto consiste en extraer los arilos del mismo fruto de la granada y ofrecerlo en un recipiente que sea fácil de llevar y de poder consumirlo en cualquier momento.

El principal insumo es la granada, que de la cual en Perú se ha otorgado la certificación Rainforest Alliance a la primera finca de granada en Latinoamérica, tras cumplir con los lineamientos de sostenibilidad de la Red de Agricultura Sostenible (RAS), los cuales resguardan el medio ambiente, la vida silvestre y procuran el bienestar de los trabajadores.

Por ello, al ofrecer este producto el consumidor verá que es participe con la comunidad, lo que genera una propuesta interesante y atractiva en el mercado de destino, ya que no solo ello llamará la atención sino también por la presentación del producto y la calidad del insumo.

Además, por todos los beneficios y propiedades resaltados previamente que nos brinda el consumo de los arilos de Granada podemos garantizar que se ofrecerá un producto que ayude a tener una vida más saludable. Y dentro de la propuesta de valor según el esquema de Porter lo podemos observar en la siguiente figura:



Figura 5. Propuesta de Valor: Esquema de Porter

Elaboración: Propia

1. Abastecimiento: La empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C solo se encargará de realizar la compra al proveedor con el producto terminado, coordinar el día de entrega del producto a su almacén según esté estipulado en el contrato acordado.
2. Desarrollo tecnológico: El uso de diseños de procesos de las operaciones, de selección de personal a un futuro.
3. Recursos Humanos: Se pasará por un proceso de selección de personal y que el perfil del mismo encaje con lo que requerimos para la labor que va a realizar dentro de la empresa. Luego se procederá con la contratación, capacitación, motivación, entre otras.
4. Infraestructura de la empresa: La empresa tendrá un local en la cual se


ejercerán todas las tareas respectivas para lograr la misión de la empresa. A su vez, tendrá un almacén en frío que permita mantener los productos en la condición perfecta, hasta su despacho de exportación.

5. Logística Interna: El jefe de operaciones se encargará de la recepción, almacenamiento y distribución del producto. A su vez, se contratará un ingeniero especializado que brinde el visto bueno para proceder con la distribución de los productos.
6. Operaciones: A su vez, realizar el proceso de distribución desde el punto de origen hasta destino de manera eficiente.
7. Logística Externa: Se procederá con la distribución de los productos al Aeropuerto Internacional Jorge Chavez, para luego realizar toda la distribución física internacional hacia el país de destino.
8. Marketing y ventas: Por ser una empresa que recién está realizando sus actividades empresariales, se enfocará en la promoción del producto a través de ferias nacionales y luego internacionales. Además, se evaluará la fuerza de ventas, fijación de precios y la investigación de mercado para poder entrar a nuestros destinos internacionales.
9. Servicios: Se realizarán servicios de postventa para conocer el punto de vista del consumidor sobre el producto e identificar si existe algún tipo de inconvenientes con el producto para la mejora continua.

3.1.3 Ficha técnica comercial

Tabla 11. Ficha Técnica

Fuente: SIICEX

<p>NOMBRE COMERCIAL: Granada</p> <p>DESCRIPCIÓN Fruta roja carnosas llamada balausta tipo Baya.</p> <p>PRESENTACIÓN Fresco</p>	<p>Figura 6. Granada</p>  <p>Fuente: Siicex</p>						
<p>NOMBRE CIENTÍFICO Punica granatum</p> <table border="0"> <tr> <td>Partida</td> <td>Descripción</td> </tr> <tr> <td>0810901000</td> <td>GRANADILLA, MARACUYA (PARCHITA) Y DEMAS FRUTAS DE LA PASION (PASSIFLORA SPP.) FRESC</td> </tr> <tr> <td>0810909000</td> <td>LOS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS FRESCOS</td> </tr> </table>		Partida	Descripción	0810901000	GRANADILLA, MARACUYA (PARCHITA) Y DEMAS FRUTAS DE LA PASION (PASSIFLORA SPP.) FRESC	0810909000	LOS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS FRESCOS
Partida	Descripción						
0810901000	GRANADILLA, MARACUYA (PARCHITA) Y DEMAS FRUTAS DE LA PASION (PASSIFLORA SPP.) FRESC						
0810909000	LOS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS FRESCOS						
<p>ESPECIES Y VARIEDADES Wonderfull, Emek, Kamel, Acco y Shany</p>	<p>ZONAS DE PRODUCCIÓN Ica, Lima, La Libertad, Tacna, Lambayeque, Ancash.</p>						
<p>ORIGEN Desde Irán hasta el norte de los Himalayas en India.</p>	<p>USOS Y APLICACIONES Para la alimentación, rica en polifenoles, la granada destaca por su enorme poder antioxidante y propiedades antisépticas y antiinflamatorias.</p>						
<p>PRINCIPALES MERCADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES (2015): Vietnam, Tailandia, China • PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES (2015): China, Vietnam, Países bajos. • PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN (2015): Países bajos, Estados Unidos, Reino Unido, Rusia y Canadá. 							

Elaboración: Propia

3.1.4 Ficha País: Estados Unidos

Tabla 12. Principales Importadores de Estados Unidos

N°	País	% Var 15-14	%Part 15	Fob-15 (Miles US\$)
1	Canadá	-10%	18.6%	\$279,990,084.00
2	México	-2%	15.7%	\$236,377,320.00
3	China	-6%	7.7%	\$116,186,202.00
4	Japón	-7%	4.2%	\$62,470,435.00
5	Reino Unido	5%	3.7%	\$56,341,696.00
6	Alemania	1%	3.3%	\$49,617,249.00
7	Corea, República de	-2%	2.9%	\$43,497,950.00
8	Países Bajos	-6%	2.7%	\$40,694,723.00
9	Hong Kong, China	-9%	2.5%	\$37,133,932.00
10	Bélgica	-2%	2.3%	\$34,103,941.00

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se puede apreciar que el principal importador de Estados Unidos es Canadá, que importó la cantidad \$279, 990,084.00 que representa el 18.6% de todas las importaciones realizadas en el año 2015; sin embargo, se puede apreciar que del año 2014 al 2015 ha disminuido un 10%. En segundo lugar se aprecia el mercado de México que es un país vecino de Estados Unidos, el cual ha importado un monto de \$236,377,320.00 en el año 2015, disminuyendo un 2% a comparación del año anterior.

Tabla 13. Principales Importadores de Estados Unidos

N°	País	% Var 15-14	%Part 15	Fob-15 (Miles US\$)
1	China	3%	21.8%	\$502,632,478.00
2	Canadá	-15%	13.0%	\$301,035,596.00
3	México	0%	12.9%	\$297,499,549.00
4	Japón	-2%	5.8%	\$134,775,666.00
5	Alemania	1%	5.5%	\$126,478,576.00
6	Corea,	3%	3.2%	\$74,121,235.00
7	Reino Unido	6%	2.5%	\$58,728,948.00
8	Francia	2%	2.1%	\$48,692,330.00
9	India	-1%	2.0%	\$46,626,294.00
10	Italia	4%	2.0%	\$45,278,834.00

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se observa que China es el principal exportador a Estado Unidos a nivel mundial con un monto de \$502,632,478.00 que equivale el 21.8% de todas las exportaciones realizadas mundialmente en el año 2015, teniendo en segundo lugar en participación Canadá con un monto del 13% con un monto de \$301,035,596.00, de la cual ha disminuido un monto del 3% con respecto al año anterior.

Tabla 14. Principales Partidas Importadas

Código	Partida	% Var 12-11	%Part 12	Fob-12 (Miles US\$)
270900	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	-6.0%	13.8%	342,500,290
870323	Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar break o station wagon y los de carreras, con motor de émbolo pistón alternativo de encendido.	21.6%	3.3%	62,699,885
999999	Materias no especificadas	10.9%	2.8%	59,800,496
870324	Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar break o station wagon y los de	17.4%	2.8%	56,261,508

	carreras, con motor de émbolo pistón alternativo de encendido.			
271019	destilados de petróleo ligero, no especificado en otra parte	-0.7%	2.3%	54,914,853
847130	máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, digitales, portátiles, de peso <= 10 kg, que estén constituidas,	2.1%	1.9%	43,191,696
851712	Telephones for cellular networks/for other wireless networks, other than Line telephone sets with cordless handsets	2.8%	1.9%	42,885,421
271011	acohol de aviación	-4.7%	1.6%	39,239,616
300490	Los demás medicamentos (excep. 30.02/30.05/30.06) constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor.	-8.7%	1.5%	37,960,639
851762	Machines for the reception, conversion & transmission/regeneration of voice, images/other data, incl. switching & routing apparatus	14.6%	1.2%	24,082,419
Otros Productos (5012)			66.9%	1,498,112,243

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se puede apreciar que el principal producto que Estados Unidos importa a nivel mundial son los aceites de petróleo o de mineral bituminoso que en el año 2012 representó el monto de 342,500,290 miles de dólares, seguido de Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar break o station wagon y los de carreras, con motor de émbolo pistón alternativo representando un monto de 62,699,885 miles de dólares en valor FOB.

Tabla 15. Principales Partidas Exportadoras

Código	Partida	%Var 12-11	%Part 12	Fob-12 (Miles US\$)
271019	destilados de petróleo ligero, no especificado en otra parte	13.3%	4.6%	62,961,289
710812	Oro, incl. el oro platinado, en bruto, para uso no monetario (exc. en polvo)	37.5%	2.2%	24,367,879
271011	alcohol de aviación	10.5%	2.0%	27,746,446
120100	Habas (porotos, frijoles, fréjoles) de soja (soya), incluso quebrantadas	41.9%	1.6%	17,441,977
870324	Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar break o station wagon y los de carreras, con motor de émbolo pistón alternativo de encendido	18.0%	1.4%	17,798,052
300490	Los demás medicamentos (excep. 30.02/30.05/30.06) constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por m	2.4%	1.4%	20,466,183
870323	Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar break o station wagon y los de carreras, con motor de émbolo pistón alternativo de encendido por c	-12.3%	1.3%	23,387,919
854231	Electronic integrated circuits, processors & controllers, whether/not combined with memories, converters, logic circuits, amplifiers, clock & timing circuits,/other circuits	-0.6%	1.1%	16,814,545
710239	diamantes, trabajados, sin montar ni engarzar (exc. diamantes industriales)	-6.8%	1.1%	17,720,817
Otros Productos (5026)			74.6%	1,127,285,585

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se puede apreciar que el principal producto que Estados Unidos exportó en el año 2012 fueron los destilados de petróleo ligero con un monto de 62,961,289 en miles de dólares, seguidamente de Oro, incl. el oro platinado, en bruto, para uso no monetario, representando el monto de 24,367,879 en miles de dólares.

Tabla 16. Importación Peruana por Cuode

CUODE	CIF 2014 (Miles US\$)	CIF 2013 (Miles US\$)	% Var 14-13	% Part 2014
MAT. PRIMAS Y PROD. INTERMED. PARA LA INDUSTRIA	2,465,983	2,106,115	17%	48%
COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y PRODUCTOS CONEXOS	2,429,296	2,644,667	-8%	48%
MAT. PRIMAS Y PROD. INTERMED. PARA LA AGRICULTURA	204,202	213,465	-4%	4%
MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	5,099,482	4,964,246	3%	58%
BIENES DE CAPITAL PARA LA INDUSTRIA	1,688,917	1,535,495	10%	57%
EQUIPOS DE TRANSPORTE	476,535	692,939	-31%	16%
COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y PRODUCTOS CONEXOS	343,746	401,655	-14%	12%
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	247,186	193,011	28%	8%
MAT. PRIMAS Y PROD. INTERMED. PARA LA INDUSTRIA	135,830	239,576	-43%	5%
BIENES DE CAPITAL PARA LA AGRICULTURA	27,527	20,266	36%	1%
MAT. PRIMAS Y PROD. INTERMED. PARA LA AGRICULTURA	21,511	17,826	21%	1%
BIENES DE CONSUMO NO DURADERO	17,610	14,080	25%	1%
BIENES DE CONSUMO DURADERO	248	806	-69%	0%
DIVERSOS	113	2	4567%	0%
BIENES DE CAPITAL Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	2,959,224	3,115,656	-5%	33%
BIENES DE CONSUMO NO DURADERO	456,777	425,544	7%	58%
BIENES DE CONSUMO DURADERO	332,293	310,203	7%	42%
BIENES DE CONSUMO	789,070	735,748	7%	9%

DIVERSOS	8,171	7,215	13%	100%
DIVERSOS	8,171	7,215	13%	0%

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

Dentro de las importaciones peruanas realizadas desde Estados Unidos por cuode según la tabla anterior, en primer lugar se encuentran las materias primas y productos intermedios para la industria que representa el 2,465,983 en miles de dólares en valor CIF en el año 2014, aumentando el 17% a comparación del año 2013. Ocupando en segundo lugar se encuentran los combustibles, lubricantes y productos conexos con el valor de 2,429,296 en miles de dólares en valor CIF en el año 2014, de la cual disminuyó el 8% a comparación del año anterior.

Tabla 17. Exportación Peruana Por Sector

Sector	Fob-1 (Miles US\$)	Fob-13 (Miles US\$)	% Var 14-13	% Cont 14
TRADICIONAL	3,233,535	5,065,807	-36%	53%
Petróleo y derivados	1,516,325	1,692,814	-10%	25%
Minería	1,472,899	3,165,311	-53%	24%
Agrícola	203,878	169,223	20%	3%
Pesquero	40,433	38,459	5%	1%
NO TRADICIONAL	2,854,872	2,706,332	5%	48%
Agropecuario	1,275,923	1,051,862	21%	21%
Textil	660,863	654,581	1%	11%
Pesquero	228,296	226,644	1%	4%
Sidero-metalúrgico	209,924	356,270	-41%	3%
Minería no metálica	155,323	159,868	-3%	3%
Químico	100,500	55,623	81%	2%
Metal-mecánico	118,109	94,136	25%	2%
Maderas y papeles	32,013	39,720	-19%	1%
Varios (incluye Joyería)	71,745	64,982	10%	1%

Pieles y cueros	1,646	2,278	-28%	0%
Artesanías	529	368	44%	0%

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se puede observar que el Perú ha exportado mayor cantidad de productos del sector tradicional que del no tradicional, con el monto de 3,233,535 de miles de dólares en el año 2014 con una diferencia del 36% a comparación del año anterior. A su vez, según los productos no tradicionales ha habido un aumento del 5% en el monto de exportaciones lo que intuye que es un buen indicador porque el objetivo es poder exportar más productos no tradicionales que tradicionales.

Tabla 18. Balanza Comercial

Año	Exportación (Miles US\$)	Importación (Miles US\$)	Balanza (Miles US\$)
2014	6,088,406.80	8,396,886.47	-2,308,479.66
2013	7,772,139.20	8,376,337.63	-604,198.43

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior representa la balanza comercial de lo cual se calcula la diferencia de las exportaciones menos las importaciones y en el año 2013 hubo una diferencia del monto de 604,198.43 en miles de dólares quedando en negativo. En el año 2014 hubo una diferencia del valor de 2,308,479.66 en miles de dólares en negativo. Este aumento se debió que el valor de exportación en el año 2014 fue

menor que el año 2013 y el valor de las importaciones era solo una diferencia del 0.24%

3.2 Investigación del Mercado de Objetivo

Para determinar cuál sería nuestro mercado objetivo, debemos señalar los principales demandantes del producto perteneciente a la partida arancelaria 081090 los cuales se presentan, a continuación:

Tabla 19. Principales Países Importadores de la PA 081090

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	2464813	2542373	2697450	2720404	2993958
China	569396	799855	921352	917325	1097436
Vietnam	18122	13055	9785	8112	259584
Países Bajos	122412	126991	153410	174308	158507
Estados Unidos de América	113596	125455	135544	138290	142630
Hong Kong, China	171169	176553	147833	153807	142484
Alemania	171245	117793	117651	131370	107094
Rusia	223864	127987	158640	119170	84347
Indonesia	124898	152746	78402	99664	73097
Francia	96483	70683	80942	84221	65574
Kuwait	9850	10551	13452	24212	63814
Emiratos Árabes Unidos		56492	62690	73662	62055
Reino Unido	86051	53625	40974	48661	55096
Bélgica	45042	43674	45388	62229	52380
Italia	61619	41354	49483	52357	52265
Canadá	56016	49955	54428	56692	51471

Unidad: En miles de Dólares Americanos

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se puede determinar que el principal demandante de La PA 081090 es China con un valor de 1 097,436 miles de dólar americanos que equivalen alrededor del 36% de todo el valor importado en el mundo, siguiendo en segundo lugar Vietnam (participación: 8.67%), tercer lugar Países bajos (participación: 5.29%) y en cuarto Lugar Estados Unidos (participación: 4.76%). Como se puede observar la mayoría de los principales países importadores son asiáticos y de Europa y los únicos de América del norte es Estados Unidos y Canadá. Por ende lo que se anhela es exportar a un país que esté más cerca a nuestro país y que conozca del producto por ahorro de costos.

Por ello, a fin de tener una elección asertiva, se ha realizado la elección del mercado, comenzando mediante una macro segmentación y posterior micro segmentación.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

3.2.1.1 Macrosegmentación

Para conocer el mercado objetivo, se ha elaborado un cuadro con datos cuantitativos de tres países, lo que se ha puesto un número de ponderación entre el 1, siendo el de menor puntaje (menos conveniente) y el 5, siendo el de mayor puntaje (más conveniente) y se sumarán todos los valores, dándonos como resultado nuestro país de destino. En este caso, nuestro país objetivo, de acuerdo al resultado, es Estados Unidos. En la siguiente tabla, se podrá verificar tal información:

Tabla 20. Matriz de Selección de Mercado (Países) – Macrosegmentación

PONDERACION VARIABLES	VARIABLES	Estados Unidos		Canadá		Reino Unido	
		Q	P	Q	P	Q	P
0.11	POBLACIÓN	5	0.56	2	0.2	3	0.33
0.10	PBI PER CAPITA	5	0.50	5	0.5	4	0.40
0.10	DEMANDA	5	0.50	4	0.4	4	0.40
0.08	RIESGO PAIS	3	0.23	3	0.2	3	0.23
0.09	BARRERAS ARANCELARIAS	5	0.44	5	0.4	3	0.27
0.06	BARRERAS NO ARANCELARIAS	4	0.22	4	0.2	4	0.22
0.04	TENDENCIAS	4	0.18	3	0.1	3	0.13
0.09	COMPETENCIAS	2	0.18	4	0.3	4	0.36
0.11	CAPACIDAD DE PAGO	5	0.56	5	0.5	4	0.44
0.11	COSTO DE TRANSPORTE	5	0.56	4	0.4	3	0.33
0.11	EXIGENCIA POR SALUD	3	0.33	5	0.5	4	0.44
1.00		4.26		4.0		3.57	

Siendo Q: Calificación, P: Ponderación

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla se obtiene como el valor ponderado más alto e de 4.26 que es el país de Estados Unidos, en la cual por diversas variables se concluye que el país al cual se va a dirigir.



Figura 7. Ubicación del país de destino- Estados Unidos

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos

3.2.1.2 Microsegmentación

Estados unidos cuenta con 50 estados federales, dentro de los cuales se ha tomado como 4 estados como posible mercado objetivo a distribuir el producto. En la siguiente tabla se aprecia la ponderación de acuerdo a varias variables y que concluye que Florida sería el mercado de destino:

Tabla 21. Matriz de Selección de Mercado (Estado) – Microsegmentación

PONDERACION VARIABLES	VARIABLES	CALIFORNIA		NEW YORK		TEXAS		FLORIDA	
		Q	P	Q	P	Q	P	Q	P
0.17	POBLACIÓN	5	0.83	4	0.67	4	0.67	4	0.67
0.17	TIENDAS COMERCIALES	5	0.83	5	0.83	4	0.67	5	0.83
0.10	COMPETENCIAS	2	0.20	4	0.40	5	0.50	4	0.40
0.10	CLIMA	3	0.30	3	0.30	4	0.40	5	0.50
0.13	CAPACIDAD DE PAGO	5	0.67	5	0.67	4	0.53	5	0.67
0.17	EXIGENCIA POR SALUD	5	0.83	4	0.67	4	0.67	4	0.67
0.17	IDIOMA	5	0.83	4	0.67	4	0.67	5	0.83
			4.50		4.20		4.10		4.57

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la selección de los posibles Estados se ha tomado en cuenta varias variables entre ellas población, tiendas comerciales, competencias, capacidad de pago, idioma y exigencia por salud. Al realizar la ponderación se ha obtenido el puntaje de 4.57 que es Florida como el mercado objetivo.

Florida:

Florida, también llamada La Florida, es un estado situado en la región Sur de los Estados Unidos, que limita al oeste con el golfo de México, al norte con Alabama y Georgia y al este con el océano Atlántico. En el año 2015 tuvo alrededor de 20,2 millones de habitantes, de lo cual es el tercer estado más poblado del país y con 170 304 kilómetros cuadrados, es el vigésimo segundo estado por superficie.



Figura 8. Ubicación del Estado de destino- Florida

Fuente:

https://es.wikipedia.org/wiki/Florida#/media/File:Florida_in_United_States.svg

Su capital política es Tallahassee, que es la ciudad más grande es Jacksonville, pero Miami cuenta con la aglomeración urbana más poblada, que cuenta con más de 5,4 millones de habitantes.

El clima varía de subtropical en el norte a tropical en el sur.

La lengua oficial de Florida es el inglés. Pero no se debe dejar de tomar en cuenta que también se habla el español en el sur de La Florida y por la presencia de muchos hispanos. En mayo de 1993, el Consejo de Dade County (la región de Miami) incluso decidió autorizar el español como lengua oficial en la administración.

3.2.2 Tendencias de consumo

Las granadas y los arilos de granada continúan ampliando su posicionamiento en el mercado, sobre todo entre los consumidores que buscan alimentos y bebidas con niveles altos de antioxidantes. Las granadas se componen aproximadamente de un 80% de agua y se consumen principalmente como fruta fresca y como jugo.

El norteamericano está cambiando sus hábitos alimenticios hacia productos sanos y nutritivos. El cambio se debe, entre otras causas, a las distintas campañas educativas, programas de salud, populares dietas que se han publicitado ampliamente.

Formas de consumo del producto:

La forma más común de consumo de arilos de granada es en formato de jugo. Sin embargo, existen distintos productos que contienen granada, que son más fáciles de consumir que la fruta fresca y que tienen beneficios nutricionales y de salud similares, por lo que el consumidor la prefiere en estos formatos.

A modo de ejemplo a continuación se detallan las formas de consumo más comunes:

- Arilos frescos (como snack)
- Jugos
- Concentrados de jugo.

- Suplementos alimenticios (cápsulas o polvos para agregar a yogurt, cereales, etc.)
- Helados con sabor a granada
- Barras de cereal con granada
- Arilos de granada cubiertos con chocolate.

En la actualidad, la presentación/comercialización del producto va orientada a entregar y mostrar un producto cada vez más fácil de consumir y que tenga todas las propiedades que la fruta fresca tiene. Estos productos están elaborados bajo el un formato cuyo nombre es “ready-to-eat”, que solo se abre de manera rápida y lo pueden consumir de manera rápida.



Figura 9. Granada en presentación EASY TO EAT

Fuente: <http://www.pomwonderful.com/>

3.3 Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

Como se indicó previamente, la granada y los arilos ha ido incrementando en los últimos años. En la siguiente tabla se puede rescatar los países que exportan todos los productos pertenecientes a la P.A. 081090

Tabla 22. Lista de los exportadores para el producto seleccionado P.A. 081090

Exportadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	2052809	2066362	2047448	2129276	2795810
Vietnam	182225	391392	252146	322635	916049
Tailandia	272655	349538	344901	320951	357342
China	128536	162663	183824	178888	296366
Países Bajos	178287	123467	149148	181807	151706
Hong Kong, China	128246	143212	122033	119127	108050
Turquía	70637	74027	112022	108947	97028
Egipto	60385	83982	91499	74198	89189
España	200216	93072	89045	92695	85076
Estados Unidos de América	102452	88304	77912	76039	78308
India	45312	59534	66080	70280	75592
Colombia	43674	48462	51321	56562	55031
Bélgica	36856	29633	45494	56473	42071
Taipei Chino	14110	17341	26327	29621	39073
Israel	60036	40567	44977	46964	36362
Perú	11720	14535	17910	27075	36247

Unidad: US\$ (Miles)

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se observa lo siguiente: Vietnam es el país que más exporta en valor FOB, seguido por Tailandia y China, y en el puesto 15° se encuentra Perú que está exportando un monto de 36247miles de dólar americano, en el año 2015 y tiene una participación 1.29% de total el monto exportado en el mundo.

Tabla 23. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos

Exportadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	113596	125455	135544	138290	142630
México	80144	84519	92774	86749	88504
Chile	8174	9243	10274	11958	14073
Viet Nam	4818	6440	7940	10399	11484
China	4952	8394	5852	8566	5643
Guatemala	1838	2219	1890	3555	4255
Perú	1180	1342	2606	2161	3354
Tailandia	2276	3969	3832	3023	3299
Nueva Zelandia	1130	966	846	1502	1932
Taipei Chino	3191	2658	3719	4164	1700
República Dominicana	1030	1110	1110	1120	1333

Unidad: US\$ (Miles)

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: Propia

En el anterior cuadro se observa los principales países que proveen al mercado de Estados Unidos, estando México en el primer lugar, seguido de Chile y Perú el sexto lugar.

Tabla 24. Principales Empresas Exportadoras en Perú

Empresas	%Var 14-13	%Part. 14
EXPORTADORA FRUTICOLA DEL SUR SA	130%	43%
INVERSIONES NIVAMA S.A.C.	81%	8%
AGROINVERSIONES VALLE Y PAMPA PER...	65%	7%
CORPORACION APEISA SAC	94%	7%
AGRICOLA HUARMEY S.A.	1395%	4%
AGRO VICTORIA S.A.C.	449%	3%
AGROINDUSTRIAS AIB S.A	871%	3%
PROCESADORA LARAN SAC	66%	2%
CAMPOSOL S.A.	736%	2%
Otras Empresas (46)	--	19%

Fuente: SUNAT
Elaboración propia

En la anterior tabla se observa las principales empresas que exportan todos los productos pertenecientes a la PA 081090, donde están incluidos los arilos de granada.

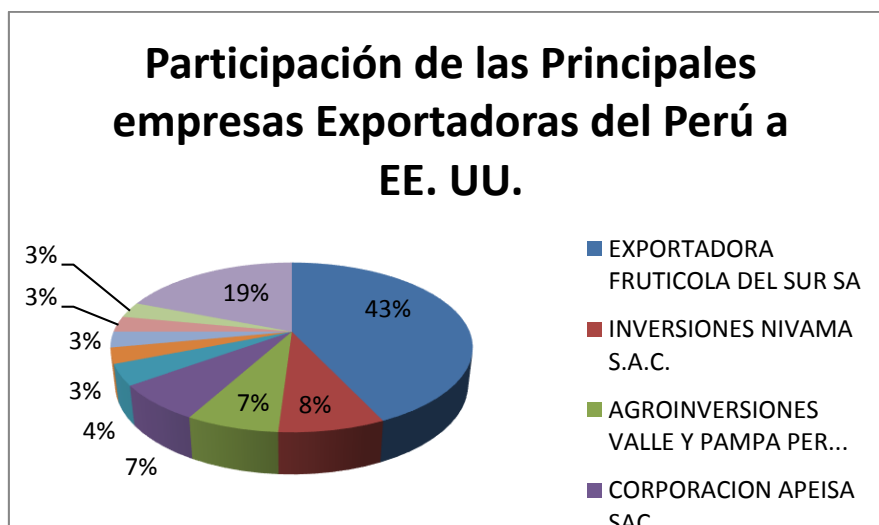


Figura 10. Participación de las Principales empresas Exportadoras del Perú a EE. UU

Fuente: Elaboración Propia

Según la figura 9 se puede plasmar el porcentaje de la participación de cada empresa peruana en el año 2014, siendo EXPORTADORA FRUTÍCOLA DEL SUR S.A. la que tiene mayor participación con el monto del 43%.

Tabla 25. Precios FOB Referenciales en Kilogramos (US\$ / KG)

AÑO	MES	KG
2014	DIC	3.52
	NOV	8.46
	OCT	6.91
	SEP	6.31
	AGO	3.46
	JUL	2.54
	JUN	2.15
	MAY	2.15
	ABR	2.51
	MAR	2.95
	FEB	1.98
	ENE	1.97
2013	DIC	5.96
	NOV	2.8
	OCT	7.6
	SEP	6.43
	AGO	9.46
	JUL	5.26
	JUN	3.65
	MAY	2.39
	ABR	2.69
	MAR	3.08
	FEB	2.71
	ENE	2.03

Fuente: SUNAT
Elaboración propia

En la anterior tabla se aprecian los precios FOB por kilogramos de todos los productos pertenecientes a PA 081090, viendo que en el mes de noviembre del 2014 de 8.4 \$ /kgr pero una disminución en el mes de diciembre a 3.5 \$ /kgr del mismo año.

Sin embargo, los precios obtenidos son de todos los productos que pertenecen a la partida arancelaria indicada, es por ello que a continuación se presenta quienes son nuestros competidores locales y sus precios de los arilos de granada por KG en FOB:

Tabla 26. Empresas exportadoras de arilo de granada a Estados Unidos desde el 2012 al 2016

EMPRESAS EXPORTADORAS DE ARILOS DE GRANADA	PRECIO PROMEDIO (2012 al 2016) US\$/KG
AGRICOLA LOS MEDANOS S.A.	8.92
AGRO VICTORIA S.A.C.	6.30
I.T.N. S.A.	8.96
INVERSIONES NIVAMA S.A.C.	10.65
PROCESADORA LARAN SAC	10.93
Total general	8.92

Fuente: VERITRADE

Elaboración: Propia

En la anterior tabla se plasma las empresas exportadoras desde el año 2012 al 2016 en la cual dentro de ellas se aprecia la empresa AGRO VICTORIA S.A. que posee el precio más bajo de USD 4.45 debido a que solo ha realizado exportaciones durante el 2013 con el precio FOB de U\$ 10.00 y en el 2014 con un precio de USD 6.30.

Participación de las empresas exportadoras de arilo de granada a Estados Unidos desde el 2012 al 2016

■ AGRICOLA LOS MEDANOS S.A. ■ AGRO VICTORIA S.A.C.
■ I.T.N. S.A. ■ INVERSIONES NIVAMA S.A.C.
■ PROCESADORA LARAN SAC

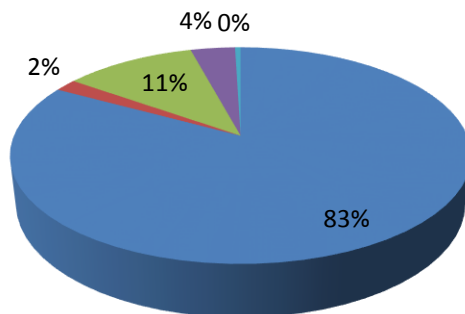


Figura 11. Participación de las empresas exportadoras de arilo de granada a Estados Unidos desde el 2012 al 2016

Fuente: VERITRADE

Elaboración: Propia

Según en la figura se puede observar que el exportador frecuente de estos arilos de granada es la empresa Agrícola los Medanos S.A. que representa el 83% de todas las exportaciones realizadas desde el año 2012 al 2016

Tabla 27. Empresas exportadoras a Florida, Estados Unidos en el 2016

EMPRESAS EXPORTADORAS DE ARILOS DE GRANADA A FLORIDA	PRECIO PROMEDIO (2012-2016) US\$/KG
AGRICOLA LOS MEDANOS S.A.	9.17
INVERSIONES NIVAMA S.A.C.	10.65
PROCESADORA LARAN SAC	10.93
Total general	10.41

Fuente: VERITRADE

Elaboración: Propia

Dentro de todas las empresas que exportan a Estados Unidos, en la tabla anterior se puede observar que existen 3 de ellas que exportan hacia Florida, Agrícola los Medanos S.A. siendo la que ofrece a mejor precio FOB del monto de US\$ 9.17 el kilogramo.

En la siguiente figura se aprecia que a pesar que Agrícola los Medanos S.A. ofrezca el mejor precio, Inversiones Nivama S.A.C. posee más participación con solo 24 exportaciones, seguida por Agrícola los Medanos S.A.C con 6 y Procesadora Laran S.A.C con 3.

Participación de las empresas exportadoras de arilo de granada a Florida, Estados Unidos desde el 2012 al 2016

■ AGRICOLA LOS MEDANOS S.A. ■ INVERSIONES NIVAMA S.A.C.
 ■ PROCESADORA LARAN SAC

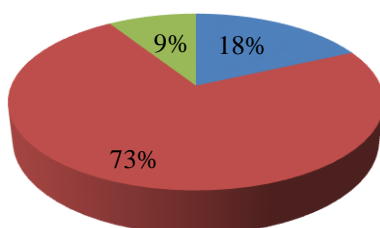


Figura 12. Participación de las empresas exportadoras de arilo de granada a Florida, Estados Unidos desde el 2012 al 2016

Fuente: VERITRADE
 Elaboración: Propia

3.3.2 Análisis de la demanda

Tabla 28. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú (En unidad: Dólar Americanos miles)

Importador	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	11720	14535	17910	27075	36247
Países Bajos	4276	3659	6313	10706	13470
Rusia	2743	3524	4502	6540	7661
Reino Unido	1707	1795	1472	2396	5184
Estados Unidos de América	932	1340	2255	1816	3227
Canadá	692	1162	1226	2145	1920

Unidad: US\$ (Miles)

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior, se aprecia que Países bajos es el país que más exporta Perú los productos pertenecientes a la PA 081090, y dentro los primeros 5lugares se encuentra Estados Unidos en el puesto N° 4 con un valor de 3,227 miles de dólares.

Tabla 29. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú (En valor porcentual)

Importadores	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2011	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2012	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2013	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2014	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2015
Mundo	100	100	100	100	100
Países Bajos	36,5	25,2	35,2	39,5	37,2
Rusia,	23,4	24,2	25,1	24,2	21,1
Reino Unido	14,6	12,3	8,2	8,8	14,3
Estados Unidos de América	8	9,2	12,6	6,7	8,9
Canadá	5,9	8	6,8	7,9	5,3

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: Propia

En el anterior cuadro, se determina el valor porcentual de los productos exportados de Perú de lapa 081090, representando Estado Unidos el 8.9% del total.

Tabla 30. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú (En valor: TONELADAS)

Importadores	2011- Cantidad exportada, Toneladas	2012- Cantidad exportada, Toneladas	2013- Cantidad exportada, Toneladas	2014- Cantidad exportada, Toneladas	2015- Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	4130	5175	6358	10048	16557
Países Bajos	1525	1360	2474	4254	6702
Rusia, Federación de	923	1175	1703	2247	3681
Reino Unido	727	762	564	1070	2652
Canadá	281	417	445	759	791
Estados Unidos de América	115	164	283	262	515

Fuente: TRADE MAP

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar, la cantidad de toneladas ha ido incrementando con el pasar de los años, lo que se puede concluir es que ha habido mayor demanda por parte de los países.

Dentro de los importadores frecuentes de Estados Unidos desde Perú, tenemos a los siguientes:

Empresas importadoras de Estados Unidos desde Perú del 2012-2016

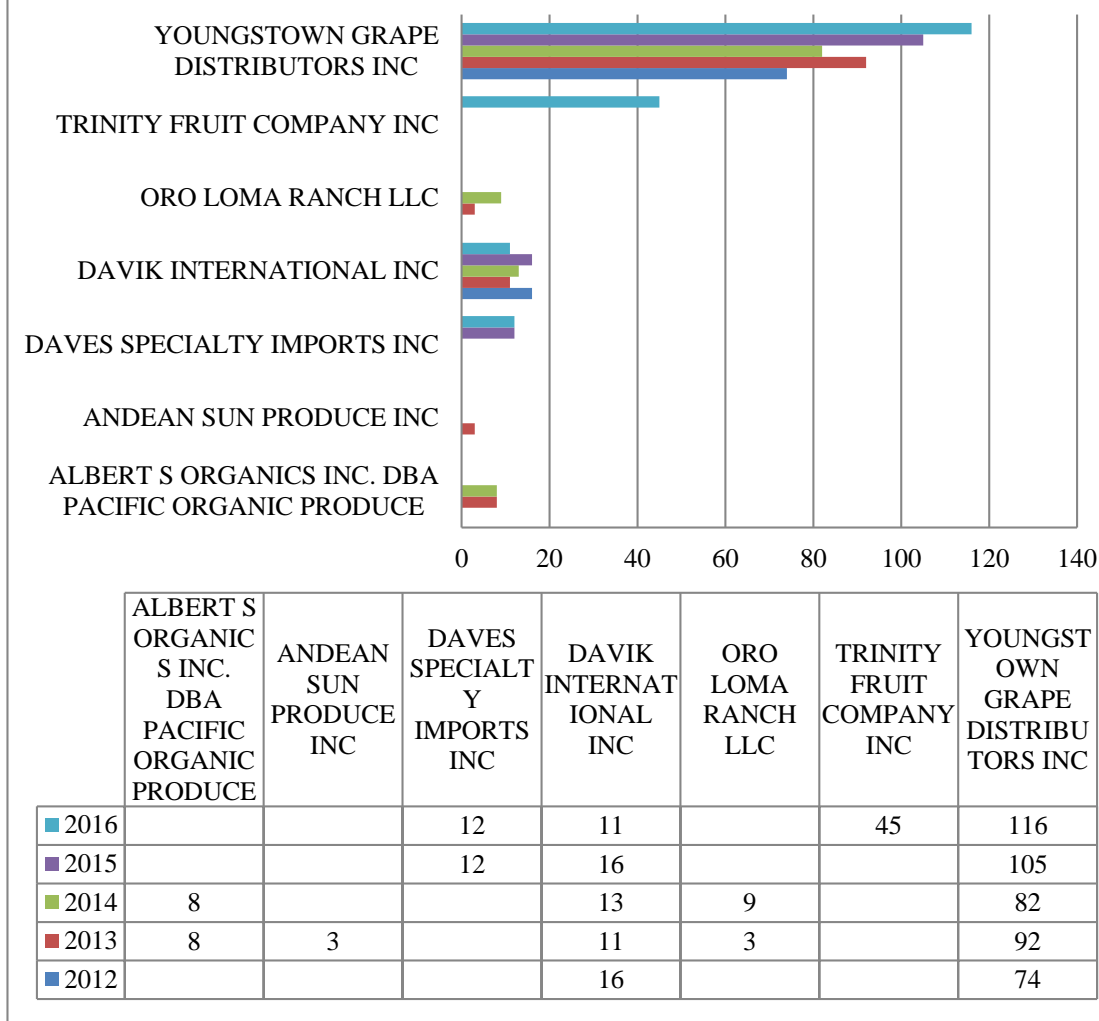


Figura 13. Empresas importadoras de Estados Unidos desde Perú del 2012-2016

Fuente: VERITRADE
Elaboración: Propia

En la figura anterior se aprecia que año tras año desde el 2012 al 2016, las importaciones de las empresas de Estados Unidos desde Perú han ido incrementándose y es lo que se puede ver con la empresa Youngstown Grade Distributors Inc. Alcanzando en el año 2016 el total de 116 importaciones.

La empresa Helthy Food Peru Export S.A.C va a realizar sus exportaciones a Florida, Estados Unidos. Es por ello, que a continuación se menciona las empresas que tienen sede en Florida y que importan desde Perú:

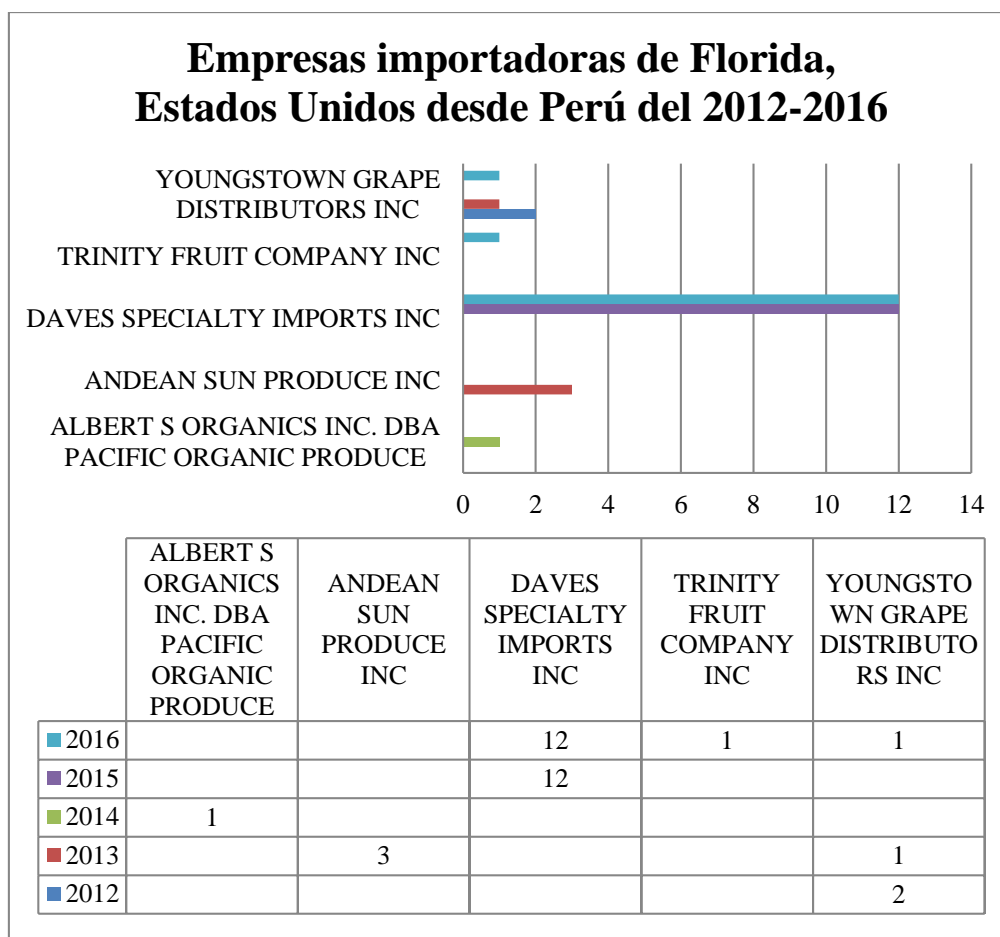


Figura 14. Empresas importadoras de Estados Unidos desde Perú del 2012-2016

Fuente: VERITRADE
Elaboración: Propia

En la figura se aprecia Daves Specialty Imports Inc. es la empresa que ha importado más en los últimos dos años con la misma cantidad de 12 importaciones, seguido por Youngstown Grade Distributors Inc por 4 importaciones en total desde el 2012; sin embargo, con sola una importación en el año 2016.

Se debe tomar en cuenta que aparte de estas empresas importadoras que son las competidoras de los productos que ofrecerá la empresa Helthy Food Peru Export S.A.C, en Florida (Estados Unidos) también existen comercializadores que están detallados en el punto de fijación de precios por el mercado estadounidense.

Tomando en cuenta los valores en FOB exportados de Perú para Estados Unidos, se tomará el valor exportado desde el año 2006 al 2015 para realizar la proyección de demanda. Lo cual se ve reflejado en lo siguiente:

3.3.2.1 Proyección de la Demanda (Cálculo de Método Mínimo Cuadrado)

Tabla 31. Datos de las exportaciones de Perú a EE.UU según la partida 081090

Año	EXPORTACIONES PERÚ A EE UU
2006	0
2007	55
2008	83
2009	340
2010	395
2011	932
2012	1340
2013	2255
2014	1816
2015	3227
	* UM: MILES USD

Fuente: TRADEMAP

Tabla 32. Población de Florida y Estados Unidos (2006-2015)

	EE UU	FLORIDA
2006	298,379,912	18,166,990
2007	301,231,207	18,367,842
2008	304,093,966	18,527,305
2009	306,771,529	18,652,644
2010	309,346,863	18,849,890
2011	311,718,857	19,105,533
2012	314,102,623	19,352,021
2013	316,427,395	19,594,467
2014	318,907,401	19,905,569
2015	321,418,820	20,271,272

Fuente: Census
Elaboración propia

Aplicando:

Año	POBLACIÓN Florida (millones) X_i	Ventas anual Y_i (Miles USD)
2006	18.16	0
2007	18.36	17.77
2008	18.52	26.80
2009	18.65	109.57
2010	18.84	132.38
2011	19.10	314.18
2012	19.35	454.07
2013	19.59	837.83
2014	19.90	680.11
2015	20.27	1221.12

Fuente y elaboración: Propia

Tabla 33. Regresión Simple

Año	POBLACIÓN (millones) Xi	Ventas anual Yi	Xi-X	Yi-Y	(Xi-X)(Yi-Y)	(Xi-X) ²
1	18.16	0.00	-0.914	-379.38	346.76	0.84
2	18.36	17.77	-0.714	-361.61	258.19	0.51
3	18.52	26.80	-0.554	-352.58	195.33	0.31
4	18.65	109.57	-0.424	-269.82	114.40	0.18
5	18.84	132.38	-0.234	-247.00	57.80	0.05
6	19.10	314.18	0.026	-65.21	-1.70	0.00
7	19.35	454.07	0.276	74.69	20.61	0.08
8	19.59	837.83	0.516	458.45	236.56	0.27
9	19.90	680.11	0.826	300.72	248.40	0.68
10	20.27	1221.12	1.196	841.74	1006.72	1.43
	190.74	3793.83			2483.07	4.34
Promedio	19.074	379.38				
	X	Y				

Fuente: Elaboración Propia

$$y=a+bx$$

Hallando b **571.82**
Hallando a **-10527.42**

Tabla 34. Suma de Cuadrados del error

Año	POBLACIÓN (millones) Xi	Ventas anual Yi	yi= ventas	Error Yi- yi	Error al cuadrado
1	18.16	0.00	-143.26	143.26	20522.25
2	18.36	17.77	-28.89	46.67	2177.84
3	18.52	26.80	62.60	-35.80	1281.37
4	18.65	109.57	136.93	-27.37	748.93
5	18.84	132.38	245.58	-113.20	12813.88

6	19.10	314.18	394.25	-80.07	6411.74
7	19.35	454.07	537.20	-83.13	6911.42
8	19.59	837.83	674.44	163.39	26697.07
9	19.90	680.11	851.70	-171.60	29445.21
10	20.27	1221.12	1063.27	157.85	24916.59
	190.74	3793.83		SCE	131926.29
Promedio	19.074	379.38			Suma de cuadrados del error

Fuente y Elaboración: Propia

A	-10527.42
B	571.82

$$Y = -10527.42 + 571.82x$$

Tabla 35. Suma Total Cuadrado

Año	POBLACIÓN (millones) Xi	Ventas anual Yi	Desviación Yi-y	Desviación al cuadrado
1	18.16	0.00	-379.38	143931.72
2	18.36	17.77	-361.61	130760.98
3	18.52	26.80	-352.58	124313.99
4	18.65	109.57	-269.82	72800.81
5	18.84	132.38	-247.00	61010.57
6	19.10	314.18	-65.21	4251.84
7	19.35	454.07	74.69	5578.01
8	19.59	837.83	458.45	210175.58
9	19.90	680.11	300.72	90434.57
10	20.27	1221.12	841.74	708528.03
	190.74	3793.83	STC	1551786.10
Promedio	19.074	379.383343		Suma total de cuadrados

Fuente y Elaboración: Propia

Tabla 36. Coeficiente de Determinación

$$\mathbf{r \text{ cuadrado} = SCR/STC}$$

STC= suma total de cuadrados
suma de cuadrados debida a
SCR= la regresión
SCE= suma de cuadrados del error

$$\mathbf{STC = SCR + SCE}$$

Conocemos:

STC= 1551786.10
SCE= 131926.29

Despejamos:

SCR= STC - SCE
SCR= 1419859.81

**Hallando r
cuadrado**

$$\mathbf{r \text{ cuadrado} = 0.9150}$$

PORCENTAJE 91.50%

Según la tabla 32, se puede determinar que la exportación de los arilos de granada en presentación en snack o ready-to-eat a Florida, Estados Unidos muestra un margen de fiabilidad del 91.50% , lo que conlleva que el proyecto sea viable.

3.3.2.2 Proyección de ventas

Tabla 37. Tasa de crecimiento anual de la población de EE.UU. (Millones)

Año	Población EE.UU. (Millones)	Tasa de crecimiento anual (2014-2020)
2014	318.7	
2020	334.5	0.81%

Supuesto: tasa de crecimiento anual de la población es la misma tanto para EE.UU. como para Florida

Fuente: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2015/demo/p25-1143.pdf>

Tabla 38. Proyección de demanda- Segmentación

AÑO	X	Y	SEGMENTACIÓN
2006	18.16	0	
2007	18.36	17.77	
2008	18.52	26.80	
2009	18.65	109.57	
2010	18.84	132.38	
2011	19.10	314.18	
2012	19.35	454.07	
2013	19.59	837.83	
2014	19.90	680.11	
2015	20.27	1221.12	
2016	20.43	1157.12	
2017	20.60	1251.74	5%
2018	20.77	1347.11	5%
2019	20.93	1443.26	5.5%
2020	21.10	1540.19	5.5%
2021	21.27	1637.90	6 %

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla anterior podemos percatarnos que el nivel proyectado de ventas o también se puede denominar las exportaciones desde Perú hasta el estado de Florida en valor FOB en el año 2017 (1er año) es del monto de 1251.74 en miles de dólares. Lo que la empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. desea

tener una participación del 5%, tomando en cuenta la capacidad de producción y que el cliente final no es el consumidor final, sino las distribuidoras.

3.4 Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1 Estrategias de segmentación

La empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. desea proveer el producto en un mercado que ya tiene conocimiento del fruto y que ya lo consumen; sin embargo, para poder conocer exactamente cuál sería el mercado objetivo, se tendrá que ver qué tipos de segmentación existen para poder determinarlo:

Segmentación geográfica: Como se ha podido ver en las tablas anteriores, dentro de los países que más demandan estos tipos de producto son China, Vietnam, Países bajos, Estados Unidos, Alemania, entre otros. Y según por los costos sería más recomendable brindar el producto a un lugar más cercano y que ya es conocido para el ahorro de costos.

Estrategia de concentración.- Se concentrará en un único producto-mercado. El objetivo de la empresa es dirigirse a un segmento con un producto y se pueda especializar en ofrecer por el momento un solo producto y ver la viabilidad en el mercado de destino.

Estrategia de diferenciación. - Con esta estrategia se puede optar por una especialización selectiva, en la cual se pueda lograr la diferenciación basándose en una adaptación de los atributos físicos del producto que en este caso es el envase.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

La diferenciación es un factor importante dentro del posicionamiento y ver qué posición que se desea alcanzar debe ser rentable. El posicionamiento del producto debe entenderse como un proceso, el incremento del valor añadido y búsqueda de ventajas competitivas.

Tipos de estrategias de posicionamiento que se va a emplear:

- Basada en atributos: Se desea basarse en la estrategia a través del posicionamiento en tres atributos: En envase ligero para poder consumir el producto de manera rápida e instantánea, que nuestro producto es natural al 100% y para poder fortalecerlo es que es un producto 100% natural.
- En base a los beneficios: Se destaca los diversos beneficios del producto.
- Basada en el uso o aplicación del producto: La finalidad del producto será destina a personas que quieren mejorar su salud.
- Frente a la competencia: Los atributos de nuestro producto llevará a que la empresa se diferencie frente a la competencia
- En base a la calidad o al precio: El producto tendrá certificación la cual determine que cumple con los estándares de calidad apropiados y que los precios sean competitivos para nuestro distribuidor.

- Según estilos de vida: Este producto irá dirigido a personas que deseen mejorar su nivel de calidad de vida, que siempre están enfocándose en hacer ejercicios y cuidar no solo su salud, sino también su imagen.

3.4.3 Estrategias de distribución

Hay dos maneras que se puede poner el producto en el mercado, de manera directa e indirecta. Se hará la distribución de manera indirecta ya que HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C no distribuirá el producto al consumidor final si no serán los intermediarios, en este caso los distribuidores. Los precios del producto van a variar un poco mediante este canal, debido a que se va a vender a un precio al intermediario y los distribuidores van a vender a otro precio al cliente final para obtener su ganancia respectiva.

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C por ser una microempresa que recién está haciendo sus actividades empresariales, tendrá el objetivo de brindar una distribución exclusiva, ya que se brindará el producto con marca BLANCA, la cual el distribuidor tendrá el derecho de incluir su marca respectiva y se compromete a no vender marcas competitivas en la misma categoría. Esta estrategia es útil, ya que se quedará diferenciar el producto por una política de alta calidad, La estrecha relación entre distribuidor y la empresa favorece la puesta en marcha de este programa de calidad. Ya que no hay la seguridad que el distribuidor o el bróker trabajen con la empresa por un prolongado tiempo lo que se empleará es realizar contratos anuales, para luego pueda ingresar a otros mercados y con otros distribuidores, como los siguientes:

1. Milam's Markets
Grove Gate Shopping Center
2969 McDonald St
+1 305-446-4909

2. Sabor Tropical Supermarket
8000 NE 5th Ave
+1 305-751-9124

3. Presidente Supermarkets
3.7 (54) · Supermercado
4275 W Flagler St
+1 305-445-2145

4. Publix Super Market On the Bay
1920 West Ave
+1 305-535-4268

5. Sedano's Supermarket
14655 SW 56th St
+1 305-220-7313

6. Walmart Supercenter
Coral Way Shopping Center
8400 Coral Way
+1 305-351-0725

7. ALDI Food Market
1290 NE 108th St

3.5 Estrategias de Promoción

Es fundamental formar importantes canales para poder promocionar los productos, de los cuales hay tres factores importantes. Dentro de ellas tenemos:

3.5.1 Ferias

Es importante asistir a estos eventos que permiten la presentación formal de la empresa y así dar a conocer sus productos, como captar posibles clientes, cerrar negocios con ellos y recopilar todo tipo de información para la mejora del producto. Dentro de las ferias existen las nacionales como las internacionales.

EN EL PERÚ:

Dentro de los organizadores tenemos a:

- PROMPERU
- ADEX (Asociación de Exportadores)
- CAMARA DE COMERCIO DE LIMA
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- Ministerio de la Producción
- Ministerio de Relaciones Exteriores
- Ministerio de Agricultura - MINAG
- AMCHAM –Cámara de Comercio Peruano Americana.
- Las diversas cámaras de comercio binacionales con sede en Lima.

- Las oficinas comerciales de la embajada de diversos países en Lima

Tabla 39. Feria Nacional- Perú

FERIA	LUGAR Y FECHAS
EXPOALIMENTARIA PERU 2016 (La feria internacional de alimentos, bebidas, maquinaria y equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía más grande de la región.), la cual se constituye como el punto de encuentro internacional de empresas exportadoras, y selectos compradores provenientes de los cinco continentes.	Centro de Convenciones del Jockey Plaza- Lima- Perú (Desde del 28 al 30 de septiembre)

Fuente y elaboración: Propia

EN EL EXTRANJERO:

Los diversos organismos públicos y privados vinculados al comercio internacional de cada país (ministerios, cámaras de comercio, gremios empresariales) Dentro de las ferias de acuerdo al perfil del producto que podremos encontrar en Estados Unidos:

Tabla 40. Ferias Internacionales

FERIAS	LUGAR Y FECHAS
NASFT FANCY FOOD WINTER	San Francisco-(January 22 - 24, 2017) 42 nd Winter Fancy Food Show San Francisco- (January 21 - 23, 2018) 43 rd Winter Fancy Food Show
NASFT FANCY FOOD SUMMER	New York City (June 25 - 27, 2017) 63 rd Summer Fancy Food Show

NATURAL PRODUCTS EXPO WEST FRESH IDEAS ORGANIC MARKETPLACE	March 9-11, 2017 Anaheim Hilton & Marriott March 10-12, 2017 Anaheim Convention Center Anaheim, CA, USA
PMA FRESH SUMMIT	October 14-16, 2016 Orange County Convention Center, Orlando, FL
AFFI FROZEN FOOD CONVENTION	<i>AFFI-CON 2017</i> Marzo 4 - 7 , 2017 (San Diego, California)

Fuente y elaboración: Propia

3.5.2 Envío de muestras

El envío de muestras al exterior es una manera de fomentar el reconocimiento del producto en el mercado de destino. Esta manera es un punto de partida de una posible futura actividad comercial, ya que después que el distribuidor haya evaluado el producto y le resulte que tenga potencial, puede tomar la decisión de cerrar un posible negocio.

3.5.3 Publicaciones:

Actualmente utilizar las redes sociales es una manera muy práctica de llegar a tus futuros distribuidores o consumidores. A su vez, una manera de poder dar a entender que la empresa es seria, se utilizará una página web propia donde se dará a conocer la empresa y lo que se desea en un futuro es poder realizar

publicaciones en páginas web relacionadas al mercado agroindustrial así como en revistas donde se enfoquen diversos temas en referencia al sector señalado. De la misma manera artículos donde puedan resaltarse diversos temas de beneficios al consumir la granada.

3.6 Tamaño de Planta. Factores condiciones

La empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. será una empresa que va a tercerizar la producción, por lo que no se posee una planta de producción, más si un almacén propio para los productos.

3.7 Plan de Marketing

A continuación, se detalla las estrategias a realizar por año para poder llegar a la participación del segmento mencionado previamente:

Dentro del primer año – 2017 y segundo año- 2018, HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. tendrá una segmentación del 5% y para ello se requiere estrategias de marketing que serán las siguientes:

- **Producto:** Incluir nuevos servicios al distribuidor, como nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.
- **Precio:** Ingresar con precios bajos y así lograr una rápida acogida
- **Plaza:** Estrategia concentrada (Ofrecer el producto únicamente a los distribuidores de centros comerciales o bodegas)
- **Promoción:** Participación de Ferias Nacionales a partir del segundo año

(Demostración del producto), realizar exhibiciones y entregar muestras y obsequios

Dentro del tercer año – 2018 y cuarto año- 2019 . HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. tendrá una segmentación del 5.5% y para ello se requiere estrategias de marketing que será los siguientes:

- Producto: Incluir nuevos servicios al distribuidor, como nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.
- Precio: Ingresar con precios bajos y así lograr una rápida acogida
- Plaza:

Año 2018 - Ubicar los productos solamente en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de producto que se ofrece (estrategia de distribución selectiva).

Año 2019 - Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro producto, o aumentar nuestros puntos de ventas

- Promoción: Demostración en Ferias, exhibiciones, entrega de muestras y realizar campañas por página web y por Redes sociales

Dentro del quinto año- 2020, la empresa desea tener la segmentación del 6%, de la cual se requerirá ejecutar las siguientes estrategias.

- Producto: Incluir nuevos atributos al producto, por ejemplo, darle un nuevo empaque, un nuevo diseño, nuevos colores.

- Precio: Ingresar con precios bajos y así lograr una rápida acogida
- Plaza: Ubicar nuestros productos en todos los puntos de ventas habidos y por haber (estrategia de distribución intensiva)
- Promoción: Demostración en Ferias, exhibiciones, entrega de muestras y realizar campañas por página web y por Redes sociales.

4 Plan logística Internacional

4.1 Envase, empaques y embalaje

4.1.1 Envase

Según ProChile menciona que las nuevas tecnologías van orientadas a ofrecer un producto cada vez más fácil de consumir y que tenga todas las propiedades que la fruta fresca tiene. Lo que conlleva a que los productos alimentos sean producidos bajo el concepto bajo el concepto “healthy” y en formato “ready-to-eat”

La empresa Helthy Food Peru Export S.A.C va a utilizar el envase de plástico por los siguientes beneficios:

- Es compatible con los alimentos
- Es de bajo costo
- Su manejo es liviano
- Ofrecen mayor resistencia y protección al producto.



Figura 15. Imagen del envase del Snack de Granadas

Fuente: <http://www.plasticosvaldes.com/productos/referencia/asc/10>

La presentación a utilizar sería de 200 gr de arilos de granada en un vaso de plástico transparente en la cual se pueda apreciar el contenido y será sellado con el foil de aluminio debido que este material según MINCETUR indica que es un material de alta visibilidad y es atractivo, como también prolonga la vida de los productos, ya que es impermeable, lo que evita que exista oxidación, shock térmico u otro factor que deteriore el producto. Entre otras propiedades que tiene este material son las siguientes:

- Carencia de absorción
- Impermeabilidad a las grasas
- Higiene: El foil de aluminio es esencialmente higiénico y también lo es su apariencia.

- Carencia de toxicidad
- Carencia de sabor y olor el foil se utiliza para proteger dichos alimentos a fin de que no absorban sabores u olores desagradables de sus entornos.
- Resistencia a la luz visible y a la luz ultravioleta
- Capacidad de permanencia
- Resistencia a la contaminación:
- Conductibilidad del calor
- Características de termo sellado



Figura 16. Imagen del Foil a utilizar

Fuente: <http://troformas.com.co/cms/Default.asp?Page=370>

4.1.2 Empaque

Según MINCETUR, el cartón corrugado plano es un material se utiliza para distintos tipos de embalajes para diversos productos, como frutas, productos procesados, máquinas industriales. A su vez, es utilizado para transporte en granel en grandes caja en contenedores. Adicionalmente, el cortón es muy conveniente utilizarlo en distintos modos de transporte, puede ser marítimo o aéreo.

Se debe tomar en cuenta que el producto por permanecer en un cierto tipo de temperatura, las cajas deben tener un forro interior impermeable para que así sea resistente a la humedad.



Figura 17. Caja de cartón Impermeable

Fuente: <http://fontpackaging.com/product/cajas-de-carton-plasticadas/>

Por otro lado, las medidas de nuestra caja serán de 0.40x0.30x0.10m, donde agrupará exactamente 12 botellas de snacks de arilos de granada. A continuación se detalla:



Figura 18. Empaque de los arilos de granada en presentación ready to eat

Elaboración: Propia

Según la figura anterior se puede apreciar varios datos que son necesarios para el correcto envío, dentro de las cuales se detallan:

- Datos del exportador
- Origen
- Destino
- Peso bruto
- Medidas
- Cantidad
- Número de orden
- Pictogramas

4.1.3 Embalaje:

Una vez que ya se unitarice las cajas en los pallets, se procederá a embalarla con papel film, incluir los zunchos y las esquineras para que la carga pueda sostenerse hasta llegar al punto de destino de la manera apropiada.

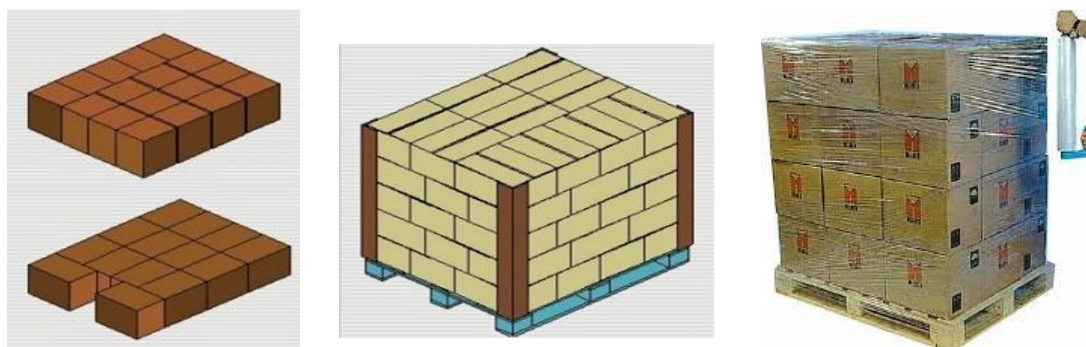


Figura 19. Proceso de embalaje

Fuente: <https://esparragosenconservaupc.wordpress.com/preparacion-de-la-carga/>

4.2 Diseño del rotulado y marcado:

4.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado debe tener ciertas características que deben de incluir en ella y dentro de los requisitos de Rotulado y Etiquetado según la FDA en la Ley de Modernización de Seguridad Alimentaria indica lo siguiente:

En 1990, el NLEA (Acta de Etiquetado Nutricional y Educación) le entregó al FDA la autoridad sobre el etiquetado, requiriendo presentar claramente los aspectos nutricionales de los productos alimenticios. Actualmente, los productores

de alimentos procesados deben incluir el monto de cada nutriente, por porción, como un valor absoluto y un porcentaje del valor diario (%DV) de una dieta recomendada.

Los componentes obligatorios en el Panel Nutricional de cada etiqueta son:

- Total de calorías, calorías de grasa, total de grasa, grasa saturada, colesterol, sodio, total de carbohidratos, fibra dietética, azúcares, proteínas, vitamina A, vitamina C, calcio y hierro.
- Adicionalmente, el NLEA permite que los productores de alimentos procesados puedan hacer declaraciones de salud en cuanto a la relación entre ciertos nutrientes y las condiciones de salud de ciertas enfermedades, siempre y cuando estén aprobadas por el FDA.
- Las leyes Aduaneras en EE.UU. requieren que cada artículo importado tenga el nombre del país de origen en inglés, en un lugar destacado. Para indicar al comprador estadounidense final, el nombre del país en el cual el producto fue producido.



Figura 20. Imagen de la etiqueta del producto (Parte delantera)

Fuente y Elaboración: Propia



Figura 21. Imagen de la etiqueta del producto (Parte posterior)

Fuente y Elaboración: Propia

Tabla 41. Datos de Nutrición del rotulado del producto

Nutrition Facts/ Datos de Nutrición	
Serving size/Tamaño por Ración 7.05 oz (200 gr)	
Serving per container/ Raciones por envase 1	
Amount Per Serving/ Cantidad por Ración	
Calories /Calorías 164	Calories from Fat/ Calorías de Grasa 16.4
	% Daily Value/ Valor Diario*
Total Fat 1g	2%
Saturated Fat/ Grasa Saturada 1g	1%
Trans Fat/ Grasa Trans 0g	
Cholesterol/ Colesterol 0mg	
Sodium/ Sodio 20mg	1%
Potassium/ Potasio 145mg	4%
Total Carbohydrate/ Carbohidrato total 20g	7%
Dietary Fiber/ Fibra Dietética 6g	24%
Sugars/ Azúcares 9g	
Protein/ Proteínas 2g	
Vitamin A / Vitamina A 0%	Vitamin C/ Vitamina C 8%
Calcium/ Calcio 1%	Iron/Hierro 3%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet	Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2,000 calorías

Fuente y Elaboración: Propia

4.2.2 Diseño del mercado

Los pictogramas son símbolos que detallan de manera simbólica de qué forma se debe manipular o proteger la mercadería a exportar durante el transporte al lugar de destino y el almacenamiento de la carga. En este caso, se empleará 4:

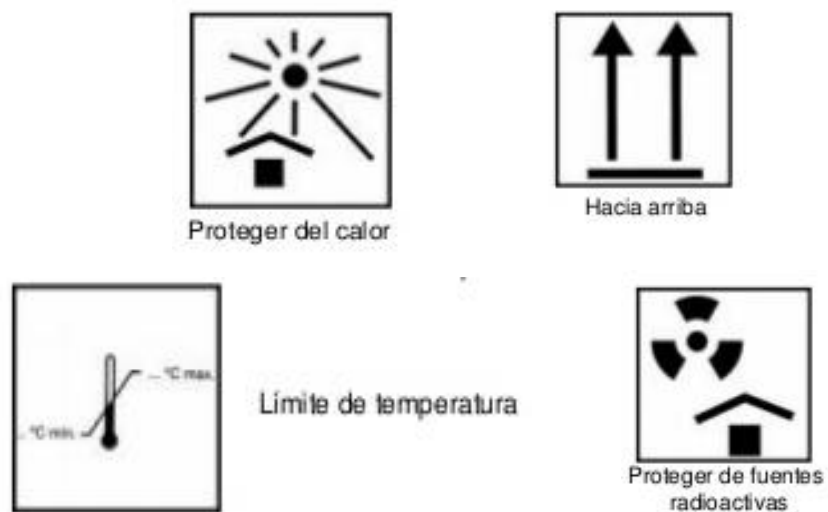


Figura 22. Pictogramas de carga internacional utilizada en el producto

Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/517914025874391994/>

4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Como ya se explicó anteriormente se utilizarán las cajas impermeables para la exportación donde irán dentro los snacks de los arilos de granada y se va a unitarizar de la siguiente manera:

Pallet a utilizar: Pallet universal (120cm x 100 cm x 0.10 cm)

40 cm	caja N° 1 (16 unidades)	caja N° 2 (16 unidades)	caja N° 3 (16 unidades)
30 cm	caja N° 4 (12 unidades)	caja N° 5 (12 unidades)	caja N° 6 (12 unidades)
30 cm	caja N° 7 (12 unidades)	caja N° 8 (12 unidades)	caja N° 9 (12 unidades)
	40 cm	40 cm	40 cm

Medidas del Contenedor Aéreo Cool Container LD9	
Disponibilidad interna	253 cm x 206cm x 142 cm

Medidas	
Pallet	120 cm x 100 cm x 10 cm
Caja 1ra presentación (12 unid)	30cm x 40 cm x 10 cm
Caja 2da presentación (16 unid)	40cm x 40 cm x 10 cm
Vaso de arilos	8 cm x 8 cm x 9cm
volumen caja de 1ra presentación	0.012
volumen caja de 2da presentación	0.016
Peso por cada unidad del snack	220 gr
Peso por cada caja	250 gr / 300 gr

Cálculo	
(Altura disponible del contenedor - altura del pallet)/ altura caja	$(142 \text{ cm} - 10 \text{ cm}) / 10 = 13.2 = 13 \text{ filas de cajas}$
Cantidad de cajas (2da prest.) por fila x filas de cajas x unidades por caja	$3 \times 13 = 39 \text{ cajas de 1ra presentación (16 und)} = 39 \times 16 = 624 \text{ unid}$
Cantidad de cajas (1ra prest.) por fila x filas de cajas x unidades por caja	$6 \times 13 = 78 \text{ cajas de 2da presentación (12 und)} = 78 \times 12 = 936 \text{ unid}$
Total de unidades de vasos de arilos por Pallet	$624 + 936 = 1560 \text{ unid}$
En total serán 2 pallets por contenedor	$1560 \times 2 = 3120 \text{ unid}$
Volumen total de cajas 1ra presentación (Por pallet)	$0.012 \times 78 = 0.936$
Volumen total de cajas 2da presentación (Por Pallet)	$0.016 \times 39 = 0.624$
Volumen total de las cajas (2 pallets)	3.12
Volumen de los pallets (2 pallets)	0.24
Volumen total	3.36
Peso total	737.60 kg

4.4 Cadena de DFI de exportación



Figura 23. Proceso de producción de arilos de granada fresca.

Fuente: Varios

Elaboración: Propia

El procedimiento para el traslado de la mercadería desde el almacén del proveedor hasta la entrega de la carga en la Aduana Aérea del Callao



Figura 24. Proceso del Flujo del Traslado Interno

Fuente: Varios

Elaboración: Propia

La empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C contratará los servicios de la empresa operador logístico TECNOSERV, el cual hará el servicio del traslado desde el almacén hasta el aeropuerto y realizando a su vez el proceso del despacho aduanero para su respectiva salida al punto de destino. Debido a que la carga se pactará con el INCOTERM CPT, el transporte internacional será PREPAID (asumido por el exportador). El flujo teniendo en cuenta las responsabilidades por cada parte involucrada será la siguiente:

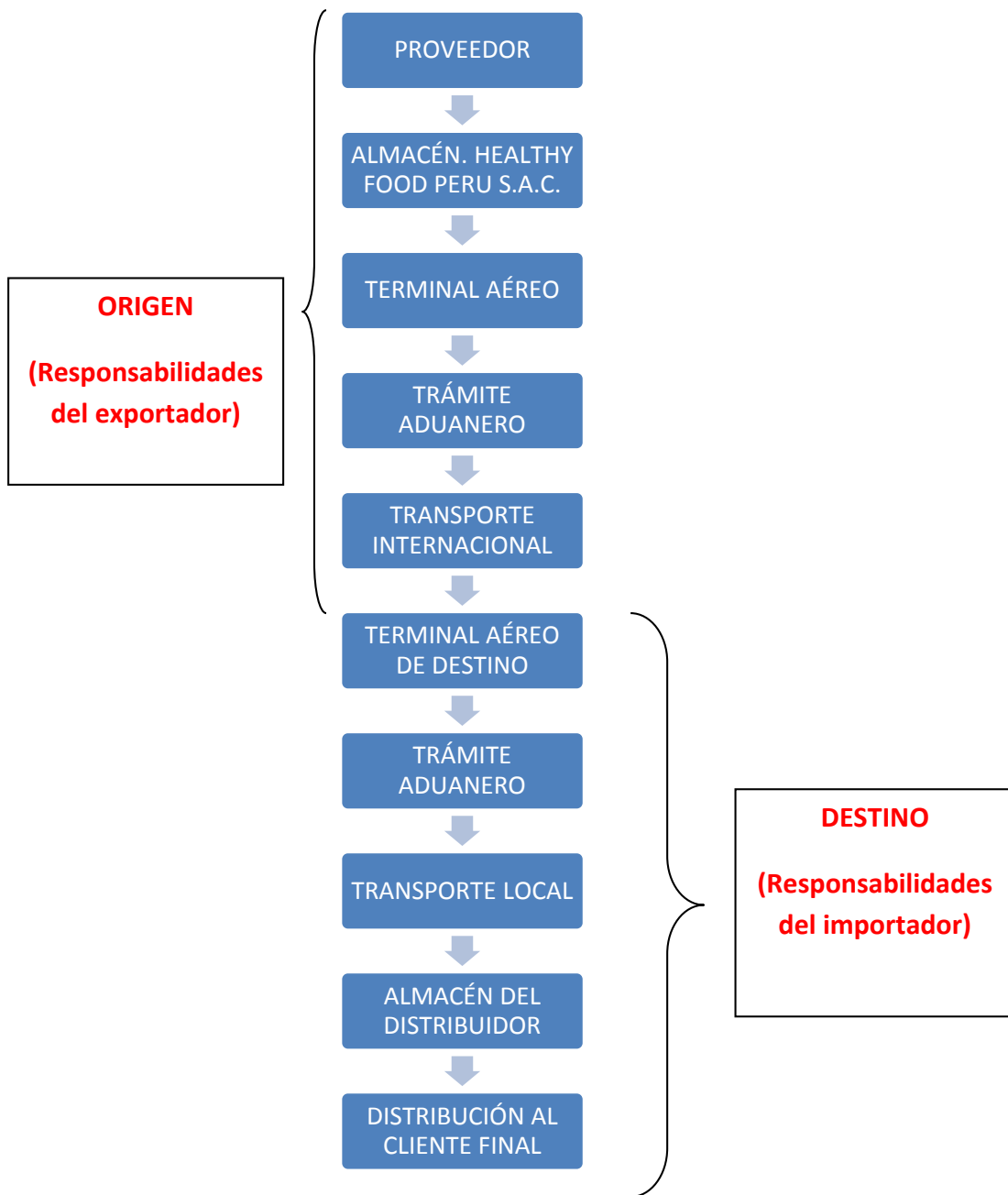


Figura 25. PROCESO DEL FLUJO DEL TRASLADO INTERNACIONAL

Fuente: Elaboración Propia

La empresa Helthy Food Peru Export S.A.C estará constituida en una planta, dentro de la cuál en la siguiente imagen se verán las divisiones por área:

ÁREA DE LOGÍSTICA (DISTRIBUCIÓN)		ÁREA COMERCIAL VENTAS	ÁREA DE EXPORTACIONES	SALA DE REUNIONES (JUNTA GENERAL DE ACCIONISTA)
			RECURSOS HUMANOS	
INVENTARIO	ALMACÉN FRIGORÍFICO	ÁREA ADMINISTRATIVA Y DE FINANZAS	SECRETARIA DE GERENCIA GENERAL	GERENCIA GENERAL

Figura 26. LAYOUT - HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C

Elaboración: Propia

5 PLAN DE COMERCIO EXTERIOR

5.1 Fijación de precios

5.1.1 Métodos de fijación de precio

Para la fijación de precios del producto, se ha elegido dos métodos que nos ayudaran a definir el más adecuado para establecer un precio competitivo acorde al mercado:

5.1.1.1 Fijación de precio por competencia

Según Víctor Mondragón (2016) indica que la exportación de los primeros arilos de granada del Perú en el año 2007 fue del monto de 14.3 toneladas, lo que generó ingresos del monto de US\$ 99,708 dólares, que fue enviado por la empresa Agrícola Los Medranos S.A. En el año 2009 se realizaron envíos del monto de 73.9 toneladas por el monto de US\$ 603,206 dólares participando la primera empresa mencionada con la Procesadora Laran S.A.C. En el año 2014, se registró las ventas por el monto de 217.2 toneladas con un ingreso de US\$ 1'605,952 dólares y al cierre del año 2015 se registró envíos de 314.6 toneladas, con ingresos del monto de US\$ 2'670,598. Según los datos mencionados, calculamos:

Tabla 42. Precio/ Kilogramo de los arilos de la granada

AÑO	KILOS	INGRESOS EN USD	PRECIO/ KILOS
2007	14300	\$ 99,708.00	\$ 6.97
2009	73900	\$ 603,206.00	\$ 8.16
2014	217200	\$ 1,605,952.00	\$ 7.39
2015	314600	\$ 2,670,598.00	\$ 8.49

Fuente y elaboración: Propia

Según la tabla anterior podemos mencionar que el kilo del arilo varía entre US\$ 6.97 y US\$ 8.49 dólares. De lo cual se tomará como precio referencial para la elección del precio que estará ofreciendo a nuestro importador.

5.1.1.2 Fijación de precios por mercado

En el mercado estadounidense existen vendedores de los arilos de granada en snacks, de los cuales, los principales distribuidores se encuentran localizados en California (Estados Unidos)

A continuación, se detalla la lista de precios y sus presentaciones en gramos de los dos más grandes vendedores del producto, para así tomar como referencia para la elección del precio que más se acomode a la demanda.

Tabla 43. Empresas comercializadoras de los arilos de granada (READY-TO-EAT) – EE.UU.

EMPRESAS COMERCIALIZADORAS	PRECIO
POM WONDERFUL	US\$ 3,99 (120 gramos) y US\$ 5,99 (225 gramos)
RUBY FRESH	US\$ 4,20 (125 gramos) y US\$ 4,50 (150 gramos)

Fuente: Varios

Elaboración: Propia

5.1.2 Cotización de precio

Nuestro distribuidor comprador para el envío de nuestros productos a Estados Unidos es Walmart Supercenter que es uno un centro comercial que vende todo tipo de productos al por mayor y menor, el cual permitirá que nuestro producto llegue a los consumidores finales.

Para ello, se realizó una cotización, la cual se podrá ver con mayor detalle en el Anexo 06.

5.2 Contrato de exportaciones

El formalizar un contrato de compraventa internacional brinda a la empresa la seguridad legal y comercial para ambas partes. En el contrato se especificará las obligaciones del vendedor y comprador y el INCOTERM pactado, dejando constancia de su conformidad con las firmas de cada una.

Luego de las negociaciones, se procedió a suscribir el contrato entre la empresa Walmart Supercenter y HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. cual se encuentra detallado en el Anexo N° 05

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

Las reglas del Incoterm® 2010 fueron creadas para llevar las operaciones del comercio internacional, las cuales ayudan a los operadores a definir correctamente lo siguiente:

- Las responsabilidades entre el comprador y vendedor.
- Las obligaciones de entrega y recepción de la carga.
- Los gastos y riesgos.

El Incoterm 2010 que se va a utilizar es el CPT - Carriage Paid To (Transporte pagado hasta, lugar de destino convenido) porque lo que se desea es darle mayor comodidad al distribuidor para que solo gestione las operaciones en destino. A continuación, se detalla las obligaciones de ambas partes.

Tabla 44. Obligaciones vendedor y comprador en INCOTERM - CPT

OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	OBLIGACIONES DEL COMPRADOR
<ul style="list-style-type: none"> • Producto terminado • Transporte interno • Formalidades aduaneras de exportación • Se encarga del pago del transporte internacional pero no asume los riesgos desde que entrega la mercancía en el aeropuerto (estos corresponden al comprador). 	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de realizar el pago del seguro • Formalidades aduaneras de importación • Transporte interior • Pago de derechos y/o tributos aduaneros • Transporte interno en destino • Recepción y descarga en el local del comprador

Fuente y elaboración: Propia

Para poder plasmarlo de forma más didáctica, en la siguiente figura se detalla los riesgos y costos mencionados anteriormente:

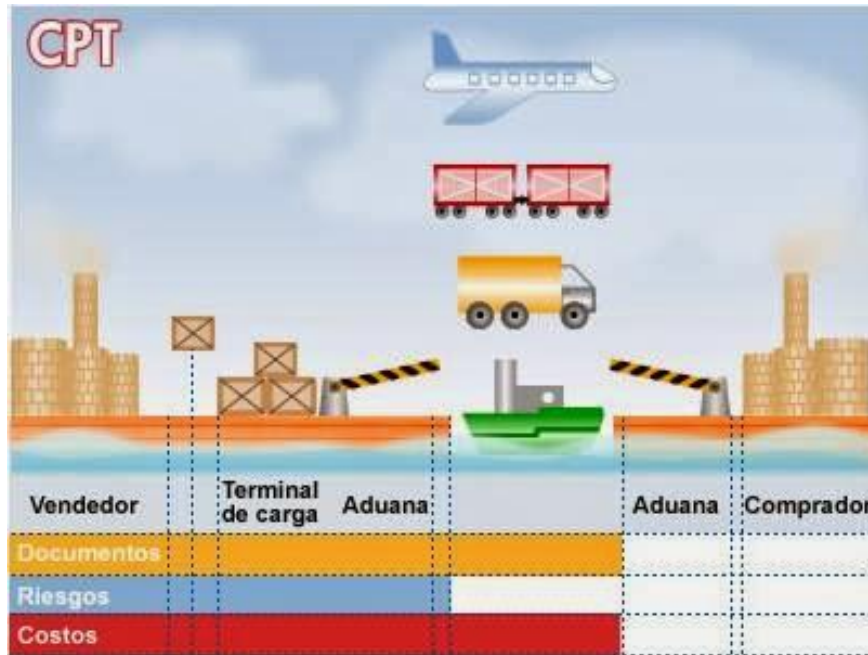


Figura 27. Esquema Operativo del Incoterm CPT

Fuente: http://theincoterms2010usbsl.blogspot.pe/2014_01_01_archive.html

5.4 Determinación del medio de pago

La empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. ha elegido utilizar como medio de pago la Carta de crédito a la vista irrevocable confirmada con cláusula roja que me permite el adelanto del proveedor del monto del 20% de adelanto.

La carta de crédito es un documento emitido por un banco, a solicitud de uno de sus clientes que es el importador, en el que se autoriza a un individuo o firma (exportador) para cobrar de la cuenta del importador, siempre y cuando se cumplan las condiciones previamente establecidas, tal como se muestra en la figura 23.

El exportador envía al banco negociador los documentos de exportación que son el conocimiento de embarque aéreo (Airway Bill), la factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, certificado fitosanitario. La cobranza será a la vista, el importador en el país de destino retira los documentos del banco una vez que ha efectuado el pago correspondiente.

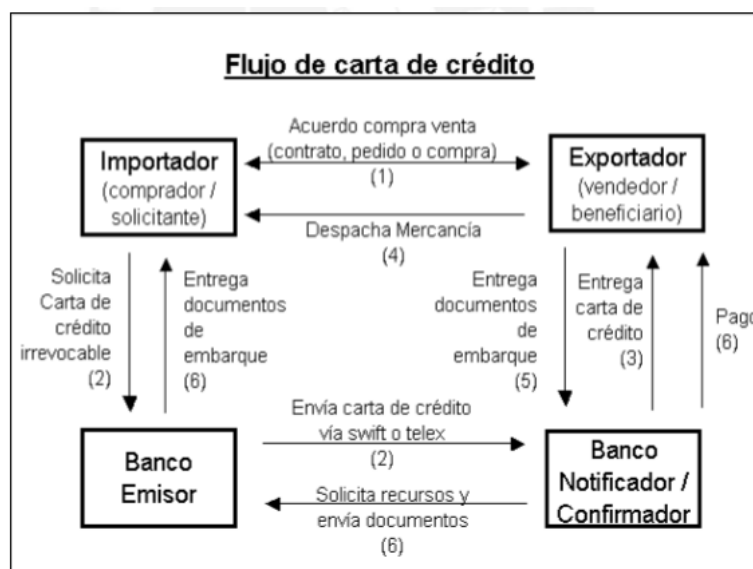


Figura 28. Flujo de carta de crédito

Fuente:http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/bitstream/handle/123456789/997/REYES_MORALES_NORMAN_EMPRESA_ESPARRAGO_VERDE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

5.5 Elección del régimen de exportación

El régimen de exportación elegido será el de Exportación Definitiva, debido a que por ser una negociación de Compra / Venta, los productos llegarán a destino y allí serán distribuidos para el consumidor final.

5.6 Gestión del despacho de aduanas

La gestión del despacho de aduanas en un embarque aéreo es de suma relevancia realizarlo lo más rápido posible y de manera eficiente, ya que genera menores retrasos y así no habría mayores costos. Para poder cumplir una gestión eficaz, se muestra la siguiente figura:



Figura 29. Gestión aduanera de la cadena

Fuente: SIICEX

5.7 Flujograma de exportación

Mediante el siguiente flujograma, se podrá visualizar el proceso de salida de los productos hacia Estados Unidos desde la llegada de la carga al Aeropuerto Internacional Jorge Chavez.

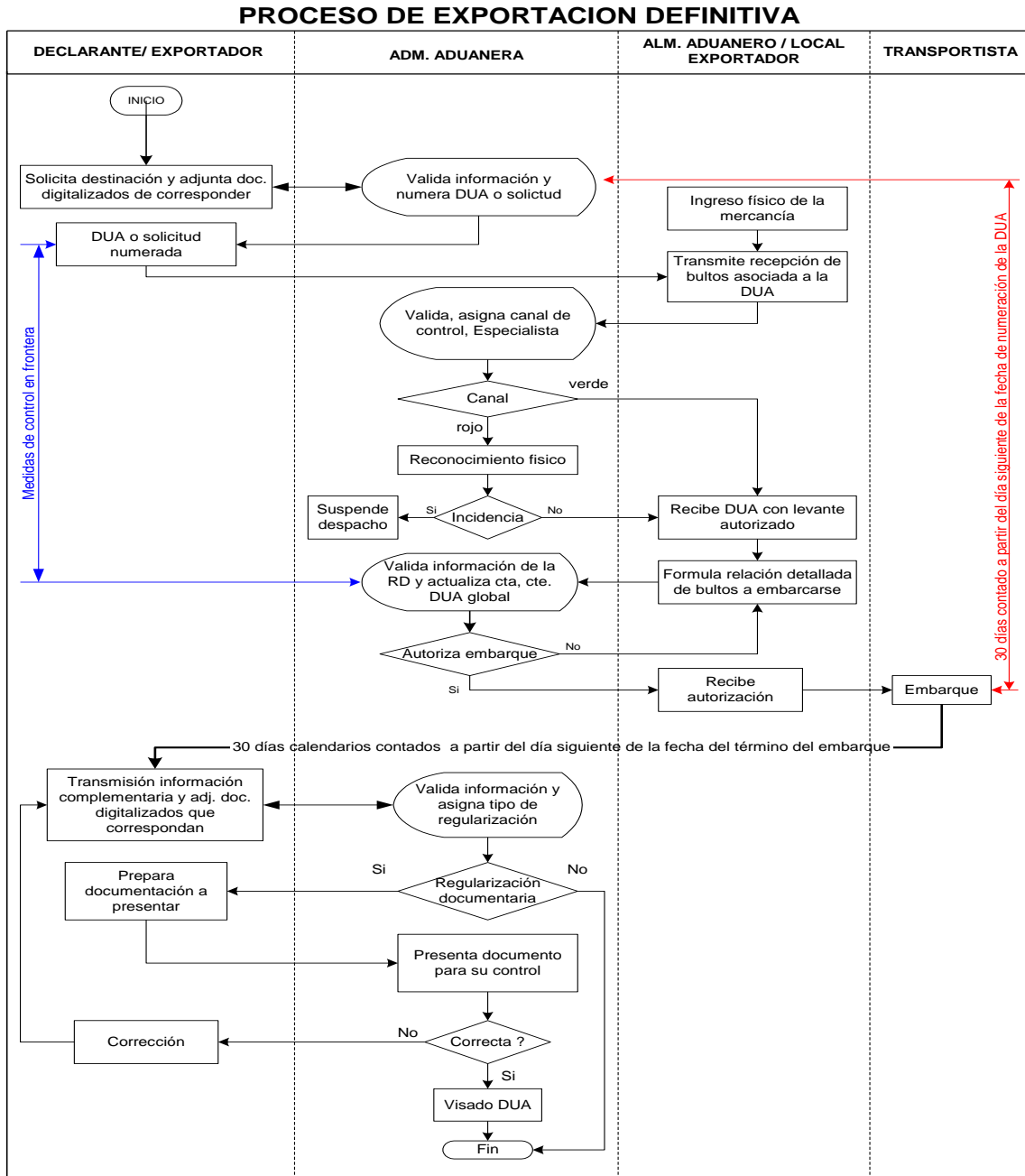


Figura 30. Flujograma de exportación

Fuente: SUNAT

6 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión fija

Dentro de los activos fijos de la empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C, se encuentran los activos tangibles e intangibles. A continuación, se presentará los activos tangibles necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo sus operaciones, dentro de las cuales podemos señalar los equipos y muebles y los activos no intangibles con respecto a la realización de cualquier tipo de documentación.

6.1.1 Activos Intangibles

Tabla 45. Activos Tangibles

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorio en melamine	Unidad	4	S/. 300.00	S/. 1,200.00
Escritorio para junta de direcciones	Unidad	1	S/. 600.00	S/. 600.00
Silla gerencial	Unidad	7	S/. 150.00	S/. 1,050.00
Muebles archivadores	Unidad	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Computadoras	Unidad	4	S/. 1,000.00	S/. 4,000.00
LAPTOP	Unidad	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Ventiladores	Unidad	4	S/. 120.00	S/. 480.00
Equipo térmico para Almacén	Unidad	1	S/. 1,500.00	S/.1,500.00
Impresora multifuncional	Unidad	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Equipos de comunicación	Unidad	4	S/. 120.00	S/. 480.00
Total				S/. 11,210.00

Fuente y Elaboración: Propia

En la tabla N°45 podemos observar todos los utensilios que se necesitarán para el desarrollo de la empresa durante el proyecto, tomando en cuenta que

también estarán relacionados a la depreciación por el tiempo de vida de las mismas.

6.1.2 Activos Intangibles

Tabla 46. Activos Intangibles

Detalle	Total	
Constitución de empresa	S/.	350.00
Licencias y permisos	S/.	700.00
Total	S/.	1,050.00

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior tabla se especifica los activos intangibles que se incorporarán a los costos operativos durante el proyecto.

6.2 Capital de trabajo

Tabla 47. Capital de trabajo

Detalle	Total	
Insumos	S/.	14,040.00
Costos de la DFI	S/.	4,046.00
Gastos de ventas	S/.	700.00
Gastos de administrativos	S/.	7,321.00
Total capital de trabajo	S/.	26,107.00

Fuente: Elaboración Propia

Según el capital de trabajo, comprende los costos de la DFI por despacho, los insumos por despacho, los gastos de ventas que se realizará dentro del primer

año y los gastos administrativos que comprende los costos fijos (dentro de ello el pago del alquiler, útiles) y el pago de la planilla.

6.3 Inversión total

Tabla 48. Inversión total

Detalle	Total	
Inversión fija	S/.	11,210.00
Inversión intangible	S/.	1,050.00
Capital de trabajo	S/.	26,107.00
Total inversión	S/.	38,367.00

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de la inversión total que la empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C. el de mayor monto a invertir será el capital de trabajo casi ocupando alrededor del 70% del monto total a invertir de USD 38,367.00.

6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 49. Estructura de Inversión y Financiamiento

Inversión	Aporte Propio	Préstamo	Total	Porcentaje
Inversión fija	S/ 11,210.00	S/ -	S/ 11,210.00	29.22%
Inversión intangible	S/ 1,050.00	S/ -	S/ 1,050.00	2.74%
Capital de trabajo	S/ 6,107.00	S/ 20,000.00	S/ 26,107.00	68.05%
Total	S/ 18,367.00	S/ 20,000.00	S/ 38,367.00	100.00%
Porcentaje	47.87%	52.13%	100.00%	

Fuente y elaboración: Propia

En la tabla anterior se muestra que el mayor será el monto del préstamos con un porcentaje del 52.13% y que el aporte propio será del monto de 47.87%. El

préstamo del monto de 20,000.00 soles se dará de la entidad financiera BCP y que solo se utilizará invertir en el capital de trabajo.

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para poder determinar la mejor entidad financiera para solicitar el préstamo, se visitó la página de SBS, donde se pudo apreciar las tasas de interés y los servicios que nos puede brindar cada una y se optó por solicitar el préstamo al Banco de Crédito del Perú (BCP). El préstamo es del monto de 20,000.00 soles con un periodo de gracia de 3 meses. A continuación, se refleja lo detallado y también en el ANEXO 7.

Tabla 50. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Préstamo (P)	S/. 20,000.00
Cuotas (n)	24
Tipo de moneda	US\$
Tasa efectiva anual	16.97%
Interés mensual (i)	1.31%
Seguro de desgravamen	5.01%
ITF	0.01%
Meses de gracia	3
Financia	BCP

Cargo (Periodo de gracia)	S/. 788.88
Valor de conversión	S/. 20,788.88
Seguro de desgravamen	S/. 250.00

Comisión	S/. 250.00
Monto a financiar	S/. 21,288.88
Cuota del préstamo	S/. 1,040.11
ITF	0.05
Cuota a pagar	S/. 1,040.16

Fuente: Elaboración propia

El BCP nos ha brindado una tasa efectiva anual de 16.97% que mensualmente sería 1.31%. Cabe resaltar que por la experiencia crediticia del accionista ha optado por este banco. A continuación, se detallan los montos mensuales a pagar por 24 meses.

Tabla 51. Estructura de pagos

	Cuota	Saldo capital	Capital	Intereses	Comisión	Seguro desgravamen	Cuota préstamo	ITF	Cuota a pagar
	1								
	2								-
	3								-
1	4	21,288.88	742.35	279.91	8.93	5.61	1,040.11	0.05	1,040.16
2	5	20,531.99	752.11	269.91	9.04	5.89	1,040.11	0.05	1,040.16
3	6	19,764.95	762.00	259.78	9.16	6.19	1,040.11	0.05	1,040.16
4	7	18,987.60	772.02	249.52	9.28	6.50	1,040.11	0.05	1,040.16
5	8	18,199.80	782.17	239.13	9.41	6.82	1,040.11	0.05	1,040.16
6	9	17,401.41	792.45	228.60	9.53	7.16	1,040.11	0.05	1,040.16
7	10	16,592.27	802.87	217.93	9.66	7.52	1,040.11	0.05	1,040.16
8	11	15,772.22	813.43	207.12	9.78	7.90	1,040.11	0.05	1,040.16
9	12	14,941.11	824.12	196.17	9.91	8.30	1,040.11	0.05	1,040.16
10	13	14,098.78	834.96	185.07	10.04	8.71	1,040.11	0.05	1,040.16
11	14	13,245.08	845.93	173.83	10.17	9.15	1,040.11	0.05	1,040.16
12	15	12,379.82	857.06	162.44	10.31	9.61	1,040.11	0.05	1,040.16
13	16	11,502.85	868.33	150.90	10.44	10.09	1,040.11	0.05	1,040.16
14	17	10,614.00	879.74	139.21	10.58	10.59	1,040.11	0.05	1,040.16
15	18	9,713.09	891.31	127.36	10.72	11.12	1,040.11	0.05	1,040.16
16	19	8,799.94	903.03	115.36	10.86	11.68	1,040.11	0.05	1,040.16
17	20	7,874.37	914.90	103.20	11.00	12.27	1,040.11	0.05	1,040.16
18	21	6,936.20	926.93	90.88	11.15	12.88	1,040.11	0.05	1,040.16
19	22	5,985.24	939.12	78.40	11.29	13.53	1,040.11	0.05	1,040.16
20	23	5,021.31	951.46	65.76	11.44	14.20	1,040.11	0.05	1,040.16
21	24	4,044.20	963.97	52.95	11.59	14.91	1,040.11	0.05	1,040.16
22	25	3,053.72	976.65	39.97	11.74	15.66	1,040.11	0.05	1,040.16
23	26	2,049.66	989.49	26.82	11.90	16.45	1,040.11	0.05	1,040.16
24	27	1,031.83	1,002.50	13.50	12.06	17.27	1,040.11	0.05	1,040.16
			20,788.88	3,673.72	250.00	250.00	24,962.60	1.25	24,963.85

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

Por el periodo de gracia, la comisión y el seguro de desgravamen, el monto a financiar es de 20,788.88 soles y como se puede apreciar el monto total a pagar por los dos años 24,963.85 soles con una cuota mensual de 1,040.16 soles

6.6 Presupuestos de costos

6.6.1 Costos directos

El proveedor va a ser el que realice la producción de los arilos y los va a incluir en su envase, de la cual incluirá la etiqueta, el empaque y el embalaje, lo cual se obtendrá el monto del costo de 8.63 soles por unidad. Tomando en cuanto que por la variación de la inflación, el costo puede ir variando año a año.

Tabla 52.Costo unitario

Detalle	Costo Unitario (Valor CPT)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ARILOS DE GRANADA	S/. 8.63	S/. 8.94	S/. 9.26	S/. 9.59	S/. 9.93

Fuente y elaboración: Propia

Tomando como referencia el cuadro anterior, el monto puede ir variando de acuerdo a la cantidad por despacho programado año por año. Según los cálculos realizados, tendremos los siguientes costos totales por los próximos 5 años:

Tabla 53.Costo total

Detalle	Costo Total (Valor CPT)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ARILOS DE GRANADA	S/. 323,244.00	S/. 390,505.69	S/. 433,252.12	S/. 448,632.57	S/. 526,500.22

Fuente y elaboración: Propia

Dentro de los costos que formar parte del costo total, son los costos del

DFI, lo cual se plasma en la siguiente tabla:

Tabla 54. Costos del DFI por despacho

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario por envío	
Transporte Almacén- Puerto	Unidad	1.00	S/.	160.00
Carta de crédito	Unidad	1.00	S/.	480.00
Transporte Proveedor- Almacén	Unidad	1.00	S/.	350.00
Empaque y Embalaje	Unidad	1.00	S/.	150.00
Certificado de origen y fitosanitario	Unidad	1.00	S/.	196.00
Trámite documentario	Unidad	1.00	S/.	120.00
Flete Internacional	Unidad	1.00	S/.	1,800.00
Agenciamiento de Aduanas	Unidad	1.00	S/.	330.00
Gastos Operativos	Unidad	1.00	S/.	60.00
Gastos de Almacén	Unidad	1.00	S/.	400.00
Total			S/.	4,046.00

Fuente y elaboración: Propia

6.6.2 Costos Indirectos

A continuación, se detallan los costos que no van asociado con los costos de producción:

Tabla 55. Presupuesto proyectado de gastos de personal

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	S/.25,200.00	S/.27,720.00	S/.27,720.00	S/.30,492.00	S/.30,492.00
Jefe de Administración y Finanzas	S/.18,000.00	S/.19,800.00	S/.19,800.00	S/.21,780.00	S/.21,780.00
Jefe de Operaciones	S/.15,600.00	S/.17,160.00	S/.17,160.00	S/.18,876.00	S/.18,876.00
Jefe Comercial	S/.0.00	S/.0.00	S/.15,600.00	S/.17,160.00	S/.17,160.00
ESSALUD	S/.5,292.00	S/.5,821.20	S/.7,225.20	S/.7,947.72	S/.7,947.72
AFP- ONP	S/.7,644.00	S/.8,408.40	S/.10,436.40	S/.11,480.04	S/.11,480.04
Gratificaciones	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.14,718.00	S/.14,718.00
Ingeniero de alimentos	S/.1,800.00	S/.2,100.00	S/.2,250.00	S/.2,400.00	S/.2,550.00
Estudio Contable	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00
Total	S/.70,692.00	S/.77,401.20	S/.94,555.20	S/.118,173.72	S/.118,323.72
Aumento de salarios		10%		10%	

Fuente y elaboración: Propia

Según lo indicado en la tabla anterior se tiene proyectado que a partir del año 3, se contrate un jefe comercial y que en el segundo año y cuarto año se haga el aumento respectivo del 10% a los trabajadores, acorde a los ingresos generados para la empresa.

Tabla 56. Presupuesto proyectado de gastos indirectos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler	S/.8,400.00	S/.8,400.00	S/.9,240.00	S/.9,240.00	S/.9,240.00
Materiales de Oficina	S/.720.00	S/.745.56	S/.772.03	S/.799.43	S/.827.81
Servicio de agua, luz	S/.1,560.00	S/.1,615.38	S/.1,672.73	S/.1,732.11	S/.1,793.60
Teléfono e Internet	S/.1,080.00	S/.1,118.34	S/.1,158.04	S/.1,199.15	S/.1,241.72
Servicio de Limpieza	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00
Gastos varios	S/.600.00	S/.621.30	S/.643.36	S/.666.20	S/.689.85
Total	S/.17,160.00	S/.17,300.58	S/.18,286.15	S/.18,436.89	S/.18,592.98

Fuente y elaboración: Propia

Tabla 57. Presupuesto proyectado de gastos de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Página web	S/.0.00	S/.750.00	S/.750.00	S/.750.00	S/.750.00
Envío de muestras	S/.700.00	S/.700.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00
Participación en Ferias	S/.0.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00
Total	S/.700.00	S/.10,208.20	S/.10,408.20	S/.10,408.20	S/.10,408.20

Fuente y elaboración: Propia

Según lo que indica en la tabla anterior a partir del segundo año se plantea participar en las ferias nacionales de EXPOALIMENTARIA para poder ganar más clientes y poder distribuir nuestro producto por otros segmentos. A su vez, contar con página web, permite que los futuros clientes puedan visitarla y conocer más de ella, viendo que es una empresa seria.

Tabla 58. Depreciación de equipos

Depreciación de equipos				
Detalle	Vida Útil (Meses)	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual
Escritorio en melamine	72	S/. 1,200.00	S/. 16.67	S/. 200.00
Escritorio para junta de direcciones	72	S/. 600.00	S/. 8.33	S/. 100.00
Silla gerencial	72	S/. 1,050.00	S/. 14.58	S/. 175.00
Muebles archivadores	72	S/. 200.00	S/. 2.78	S/. 33.33
Computadoras	72	S/. 4,000.00	S/. 55.56	S/. 666.67
LAPTOP	72	S/. 1,500.00	S/. 20.83	S/. 250.00
Ventiladores	72	S/. 480.00	S/. 6.67	S/. 80.00
Equipo térmico para Almacén	72	S/. 1,500.00	S/. 20.83	S/. 250.00
Impresora multifuncional	72	S/. 200.00	S/. 2.78	S/. 33.33
Equipos de comunicación	72	S/. 480.00	S/. 6.67	S/. 80.00
Total			S/. 155.69	S/. 1,868.33

Fuente y elaboración: Propia

Tabla 59. Depreciación y Amortización

Depreciación y amortización					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación de equipos	S/. 1,868.33	S/. 1,868.33	S/. 1,868.33	S/. 1,868.33	S/. 1,868.33
Amortización de los intangibles	S/. 210.00	S/. 210.00	S/. 210.00	S/. 210.00	S/. 210.00
Total	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33

Fuente y elaboración: Propia

6.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar cuánto es la cantidad como mínima vendida por la empresa para que no genere ningún tipo de pérdida ni ganancia.

Para poder hallar el punto de equilibrio, se debe calcular de la siguiente manera:

$$\text{Coeficiente} = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}}$$

Tabla 60. Cálculo del punto de equilibrio

Producto	Cantidad	p	Precio U	Cvu	Marg Contr	MC* p	Cantidad	Soles	Utilidad
ARILOS DE GRANADA	37,440.00	100%	12.78	4.50	8.28	8.28	10,613	135,610.30	87,852
	37,440.00	100%				8.28	10,613	135,610.30	87,852

Fuente y elaboración: Propia

La cual se ve reflejado de la siguiente manera:

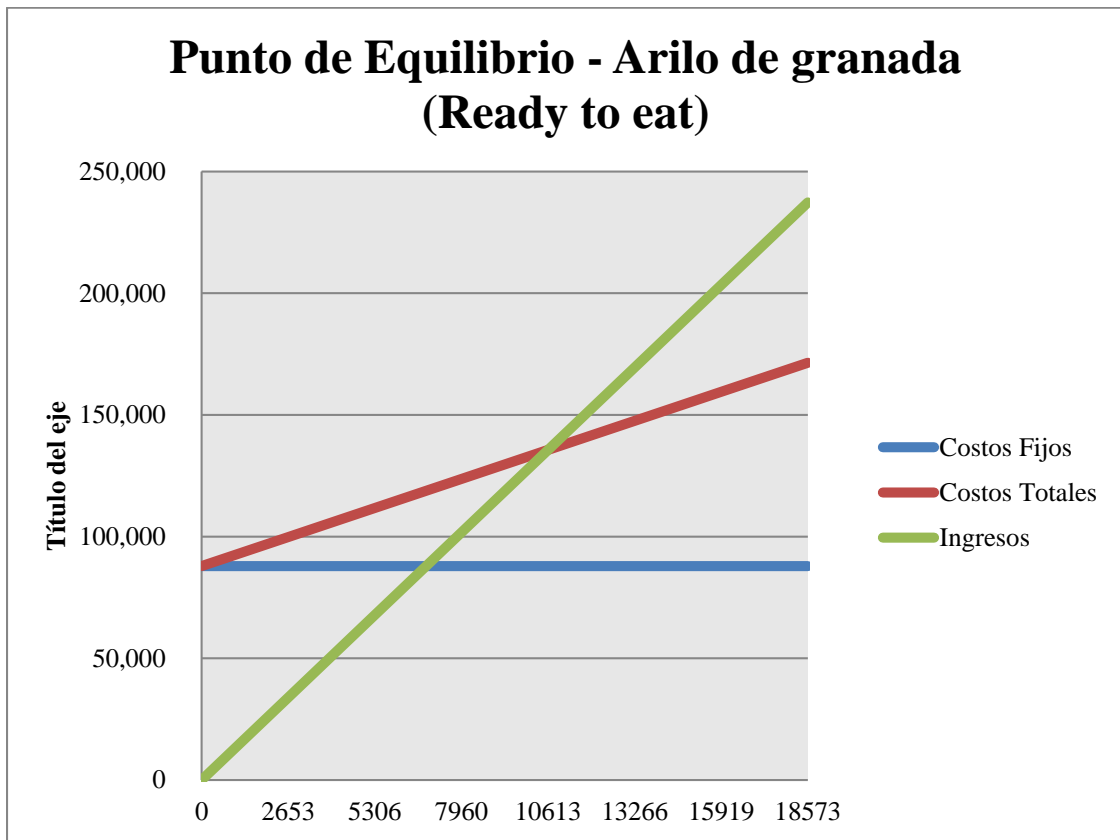


Figura 31. Punto de equilibrio

Fuente y elaboración: Propia

Según la tabla y la figura el monto mínimo de unidades a vender es de 10613 unidades, y la venta adicional de una unidad más a la indicada ya será parte de la ganancia de la empresa.

6.8 Tributación de la exportación

Actualmente, en el Perú no se realiza ningún tipo de cobro a las empresas por exportar, más bien brindan el beneficio del Drawback que es la devolución del 3% por la cantidad exportada, utilizando material importado dentro del producto a exportar. En el caso de la empresa HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C, todos los insumos y materiales a utilizar son 100% nacionales, por lo tanto, no se acogerá a este beneficio.

6.9 Presupuestos de Ingresos

Tabla 61. Presupuestos de Ingresos

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por Giro	0.00	S/. 478,401.12	S/. 577,948.42	S/. 641,213.13	S/. 708,241.28	S/. 779,220.33
Otros ingresos	0.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Total Ingresos	0.00	S/. 478,401.12	S/. 577,948.42	S/. 641,213.13	S/. 708,241.28	S/. 779,220.33

Fuente y Elaboración: Propia

Los ingresos obtenidos desde el primer año (2017) al quinto año (2021), son netamente de las ventas de los productos

6.10 Presupuestos de Egresos

Tabla 62. Presupuestos de Egresos

Egresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de la DFI	S/. -	S/. 48,552.00	S/. 58,242.35	S/. 64,175.83	S/. 70,412.91	S/. 76,968.70
Suministros	S/. -	S/. 323,244.00	S/. 390,505.69	S/. 433,252.12	S/. 478,541.40	S/. 526,500.22
Mano de Obra	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Costos Indirectos de Producción	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Gastos de venta	S/. -	S/. 700.00	S/. 10,208.20	S/. 10,408.20	S/. 10,408.20	S/. 10,408.20
Gastos Administrativos	S/. -	S/. 87,852.00	S/. 94,701.78	S/. 112,841.35	S/. 136,610.61	S/. 136,916.70
Depreciación	S/. -	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33	S/. 2,078.33
Total egresos	S/. -	S/. 462,426.33	S/. 555,736.35	S/. 622,755.83	S/. 698,051.45	S/. 752,872.15

Fuente y Elaboración: Propia

Con respecto a los egresos, viene a ser todos los costos directos e indirectos como los gastos de ventas y administrativos como la depreciación.

6.11 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja está conformado por dos: Flujo de caja económico y el financiero. De los cuales son los siguientes:

Tabla 63. Flujo de caja económico

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por ventas	0.00	478401.1 2	577948.4 2	641213.1 3	708241.2 8	779220.3 3
Total ingresos	0.00	478401.1 2	577948.4 2	641213.1 3	708241.2 8	779220.3 3
Egresos						
Insumos y Costos de la DFI	0.00	- 371796.0 0	- 448748.0 4	- 497427.9 5	- 548954.3 1	- 603468.9 2
Mano de obra	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos indirectos de producción	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de venta	0.00	-700.00	- 10208.20	- 10408.20	- 10408.20	- 10408.20
Gastos administrativos	0.00	- 87852.00	- 94701.78	- 112841.3 5	- 136610.6 1	- 136916.7 0
Impuestos	0.00	-4472.94	-6219.38	-5168.04	-2853.15	-7377.49
Total egresos	0.00	- 464820.9 4	- 559877.4 0	- 625845.5 4	- 698826.2 7	- 758171.3 1
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	-12260.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1868.33
Capital de trabajo	-26107.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de capital de trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	26107.00
Flujo de capital	-38367.00	0.00	0.00	0.00	0.00	27975.33
Flujo de caja económico	-38367.00	13580.18	18071.02	15367.59	9415.01	49024.36

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

Se considera los impuestos basado al Régimen General del Impuesto A la Renta, del monto porcentaje del 28% (SUNAT, 2016)

Tabla 64. Flujo de caja financiero

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por ventas	0.00	478401.12	577948.42	641213.13	708241.28	779220.33
Total ingresos	0.00	478401.12	577948.42	641213.13	708241.28	779220.33
Egresos						
Insumos y suministros	0.00	-371796.00	-448748.04	-497427.95	-	-603468.92
Mano de obra	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos indirectos de producción	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de venta	0.00	-700.00	-10208.20	-10408.20	-10408.20	-10408.20
Gastos administrativos	0.00	-87852.00	-94701.78	-112841.35	-	-136916.70
Impuestos	0.00	-4472.94	-6219.38	-5168.04	-2853.15	-7377.49
Total egresos	0.00	-464820.94	-559877.40	-625845.54	-	-758171.31
					698826.27	
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	-12260.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1868.33
Capital de trabajo	-26107.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de capital de trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	26107.00
Flujo de capital	-38367.00	0.00	0.00	0.00	0.00	27975.33
Servicio de la deuda						
Préstamo	20000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización	0.00	-7043.51	-10776.74	-2968.64	0.00	0.00
Gastos financieros (interés)	0.00	-2295.12	-1714.33	-165.52	0.00	0.00
Flujo de caja financiero	-18367.00	4241.55	5579.96	12233.43	9415.01	49024.36

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

6.12 Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 65. Estado de Ganancias y pérdidas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	478401.12	577948.42	641213.13	708241.28	779220.33
Costos	-	-	-	-	-
	371796.00	448748.04	497427.95	548954.31	603468.92
Utilidad bruta	106605.12	129200.38	143785.18	159286.97	175751.41
Gastos administrativos	-87852.00	-94701.78	-	-	-
			112841.35	136610.61	136916.70
Gastos de venta	-700.00	-10208.20	-10408.20	-10408.20	-10408.20
Depreciación y amortización	-2078.33	-2078.33	-2078.33	-2078.33	-2078.33
Otros ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	1868.33
Utilidad operativa	15974.79	22212.07	18457.30	10189.82	26348.18
Utilidad antes de int. e imp.	15974.79	22212.07	18457.30	10189.82	26348.18
Gastos financieros	-2295.12	-1714.33	-165.52	0.00	0.00
Utilidad antes impuestos	13679.67	20497.74	18291.77	10189.82	26348.18
Impuestos	-3830.31	-5739.37	-5121.70	-2853.15	-7377.49
Utilidad neta	9849.36	14758.37	13170.08	7336.67	18970.69

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

Según el estado de ganancias y pérdidas, podemos observar que los 5 años proyectados siempre ha habido utilidad neta positivos, teniendo en el quinto año el mayor con el monto de S/. 18,970.69

Tabla 66. Balance general

HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C

Balance General**DICIEMBRE 31, 2017**

Activo		Pasivo	
Activo corriente		Pasivo Corriente	
Caja y bancos	S/.12,067.00	Proveedores	S/.0.00
Clientes	S/.0.00	Deudas a corto plazo	S/.20,000.00
Otras cuentas por cobrar	S/.0.00	Empleados	S/.0.00
Inventarios	S/.14,040.00	Total Pasivo Corriente	S/. 20,000.00
Inmuebles	S/.0.00	Pasivo no Corriente	
Total Activo Corriente	S/.26,107.00	Deudas a largo plazo	S/.0.00
Activo No corriente		Total Pasivo no Corriente	
Activo fijo	S/.11,210.00	Patrimonio	
Activos intangibles	S/.1,050.00	Capital	S/.18,367.00
Total Activo No Corriente	S/. 12,260.00	Total Patrimonio	S/. 18,367.00
Total activo	S/. 38,367.00	Total pasivo y patrimonio	S/. 38,367.00

Fuente y elaboración: Propia

6.13 Evaluación de la inversión

6.13.1 Evaluación Económica

Tabla 67. Evaluación Económica

VAN económico (Valor actual neto)	S/.30,760.54	El VAN económico es mayor a 1, por lo tanto, se acepta el plan.
Tasa de descuento	13.04%	
TIR económico (Tasa interna de retorno)	36.98%	El TIR económico es mayor a la tasa de descuento (13.04%) por lo tanto se acepta el plan
B/C (Beneficio costo)	1.03	El B/C es mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	3.19	La inversión realizada se va a recuperar en tres años

Fuente y elaboración: Propia

En la tabla anterior se observa la evaluación económica de la empresa y se puede concluir que el proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las 3 condiciones para que un proyecto sea viable, el primero que el VAN sea mayor a 0, el TIR es mayor que el WACC y B/C es mayor a 1.

6.13.2 Evaluación Financiera

Tabla 68. Evaluación Financiera

VAN financiero (Valor actual neto)	S/.31,292.85	El VAN financiero es mayor a 1, por lo tanto, se acepta el plan.
Tasa de descuento	12.61%	
TIR financiero (Tasa interna de retorno)	47.26%	El TIR financiero es mayor a la tasa de descuento (12.61%), por lo tanto, se acepta el plan.

Fuente y elaboración: Propia

Según la evaluación financiera han obtenido mejores resultados a

comparación que la evaluación económica.

6.13.3 Evaluación Social

El plan de exportación de los arilos de granada provienen desde Ica, lo cual genera empleos estables cumpliendo con las normas laborales, lo cual generan ingresos, lo que promoverá el crecimiento de la comercialización de este producto que es 100% saludable.

Con respecto al impacto de este proyecto desde la perspectiva social, se concluye que es un proyecto con proyección a mayor inversión, ya que es viable y lo que generaría rentabilidad para los pobladores como para los futuros nuevos empresarios

6.13.4 Impacto Ambiental

Healthy Food Peru Export S.A.C siempre se ha preocupado por cuidar el medio ambiente, es por ello que se buscará crear actividades propicias al cuidado ambiental como el ahorro de energía, la distribución de los desechos, entre otros. Esto contribuye a que se genere la consciencia social por parte de los pobladores de la zona de producción.

6.14 Evaluación de los Costos de Oportunidad del capital del trabajo

Para calcular el costo promedio ponderado de capital (WACC) es necesario resolver la siguiente fórmula:

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1-Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

Donde:

Costo del capital propio

$$K_{proy} = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$$

Tabla 69. Cálculo del WACC

Kproy	Costo de capital propio	13.04%
Rf	Tasa libre de riesgo	1.84%
β	Beta del sector	1.48
$R_m - R_f$	Prima por riesgo de mercado	6.62%
RP	Prima por riesgo país	1.40%

Fuente y elaboración: Propia

Para hallar el costo de oportunidad del inversionista es necesario calcular el promedio de inflación en el país y el cálculo de premio al riesgo de cada aportador.

La fórmula para cada uno es la siguiente: $COK = i+f+i*f$

Siendo “i” es la tasa mínima que se espera ganar. “f” es la tasa de inflación.

Reemplazando:

Tabla 70. Cálculo del COK

CPPK	Costo Promedio Ponderado de Capital	12.61%
D	Deuda	S/. 20,000.00
E	Capital propio	S/. 18,367.00
Kd	Costo de la deuda	16.97%
Tx	Imposición fiscal	28.00%
Kproy	Costo del Capital propio	13.04%

Fuente y elaboración: Propia

6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para poder verificar el riesgo de la empresa es necesario participar en el escenario pesimista como optimista, por la posible modificación del tipo de cambio sobre los flujos económicos y financieros, que afecta directamente a los costos.

Tabla 71. Riesgo Cambiario- Escenario Optimista

Optimista	TC	3
-----------	----	---

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por ventas	0.00	478401.12	577948.42	641213.13	708241.28	779220.33
Total ingresos	0.00	478401.12	577948.42	641213.13	708241.28	779220.33
Egresos						
Insumos y suministros	0.00	-327093.26	-394793.00	-437619.90	-482951.01	-530911.07
Mano de obra	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos indirectos de producción	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de venta	0.00	-615.84	-8980.82	-9156.77	-9156.77	-9156.77
Gastos administrativos	0.00	-77289.15	-83315.35	-99273.92	-120185.29	-120454.57
Impuestos	0.00	-19970.87	-24858.66	-26063.58	-26283.57	-32653.48
Total egresos	0.00	-424969.11	-511947.83	-572114.17	-638576.63	-693175.90
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	-12260.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1868.33
Capital de trabajo	-26107.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de capital de trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	26107.00
Flujo de capital	-38367.00	0.00	0.00	0.00	0.00	27975.33
Flujo de caja económico	-38367.00	53432.01	66000.59	69098.96	69664.64	114019.76
Servicio de la deuda						
Préstamo	20000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización	0.00	-7043.51	-10776.74	-2968.64	0.00	0.00
Gastos financieros (interés)	0.00	-2295.12	-1714.33	-165.52	0.00	0.00
Flujo de caja financiero	-18367.00	44093.38	53509.53	65964.80	69664.64	114019.76

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

En un escenario optimista, cuando la tasa de cambio baja a S/. 3.00 es benéfico para la empresa porque genera mayores ingresos económicos año tras año como se observa en la anterior tabla tanto en el flujo económico y financiero.

Tabla 72. Riesgo Cambiario- Escenario Pesimista

Pesimista	TC	3.47
------------------	-----------	-------------

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por ventas	0.00	478401.12	577948.42	641213.13	708241.28	779220.33
Total ingresos	0.00	478401.12	577948.42	641213.13	708241.28	779220.33
Egresos						
Insumos y suministros	0.00	-378337.87	-456643.90	-506180.35	-558613.33	-614087.14
Mano de obra	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos indirectos de producción	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de venta	0.00	-712.32	-10387.82	-10591.34	-10591.34	-10591.34
Gastos administrativos	0.00	-89397.78	-96368.09	-114826.83	-139014.31	-139325.79
Impuestos	0.00	-2204.95	-3491.68	-2110.16	575.69	-3678.56
Total egresos	0.00	-470652.91	-566891.48	-633708.67	-707643.29	-767682.83
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	-12260.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor residual	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1868.33
Capital de trabajo	-26107.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de capital de trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	26107.00
Flujo de capital	-38367.00	0.00	0.00	0.00	0.00	27975.33
Flujo de caja económico	-38367.00	7748.21	11056.94	7504.46	597.99	39512.83
Servicio de la deuda						
Préstamo	20000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización	0.00	-7043.51	-10776.74	-2968.64	0.00	0.00
Gastos financieros (interés)	0.00	-2295.12	-1714.33	-165.52	0.00	0.00
Flujo de caja financiero	-18367.00	-1590.42	-1434.13	4370.30	597.99	39512.83

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

En un escenario pesimista, cuando la tasa de cambio sube a S/. 3.47 es riesgoso para la empresa porque genera menores ingresos económicos año tras año en los dos tipos de flujos (económico y financiero).

Tabla 73. Escenarios de riesgo para aplicados al Flujo Económico

Detalle	T/C	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja económico	US\$	-38367.00	13580.18	18071.02	15367.59	9415.01	49024.36
Escenario pesimista	3.47	-38367.00	7748.21	11056.94	7504.46	597.99	39512.83
Escenario optimista	3.00	-38367.00	53432.01	66000.59	69098.96	69664.64	114019.76

Escenario	VANE	TIRE
Escenario pesimista	S/.4,113.37	16.42%
Escenario moderado	S/.30,760.54	36.98%
Escenario optimista	S/.212,849.59	153.50%

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

Con los resultados obtenidos en la anterior tabla, se puede llegar a la conclusión que en el flujo económico, tanto en un escenario pesimista u optimista, la VAN es mayor que 0%, lo cual es aceptado el plan.

Tabla 74. Escenarios de riesgo para aplicados al Flujo Financiero

Detalle	T/C	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja financiero	US\$	-18367.00	4241.55	5579.96	12233.43	9415.01	49024.36
Escenario pesimista	3.47	-18367.00	-1590.42	-1434.13	4370.30	597.99	39512.83
Escenario optimista	3.00	-18367.00	44093.38	53509.53	65964.80	69664.64	114019.76

Escenario	VANF	TIRE
Escenario pesimista	S/.4,341.37	17.36%
Escenario moderado	S/.31,292.85	47.26%
Escenario optimista	S/.215,461.24	260.36%

Expresado en Nuevos Soles

Fuente y elaboración: Propia

Con los resultados obtenidos en la anterior tabla, se puede llegar a la conclusión que en el flujo financiero, tanto en un escenario pesimista u optimista, la VAN es mayor que 0%, lo cual es aceptado el plan; sin embargo, se debe tomar en cuenta que si la tasa de cambio es mayor a S/. 3.47, la empresa comenzaría a tener pérdidas.

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

1. HEALTHY FOOD EXPORT S.A.C empieza siendo una microempresa, lo que es benéfico para la misma porque generará menor cantidad de gastos administrativos de planilla y a pesar de estar en el Régimen General del Impuesto a la Renta, tiene mayor acceso a que las entidades financieras le brinden créditos para futuras inversiones.
2. La granada es un fruto que posee altas propiedades benéficas para el que lo consume y HEALTHY FOOD EXPORT S.A.C aparte de su propuesta de valor brindada, posee estrategias de posicionamiento y de distribución que permitirá ofrecer el producto final de manera más accesible.
3. Se tomaron en cuenta variables importantes para seleccionar el mercado objetivo utilizando ponderaciones. El mercado de destino objetivo (Florida, Estados Unidos) es un mercado con características favorables para la incursión del producto, debido al aumento de su población, a su climatología, las personas que se preocupan por su físico y salud, entre otros. Lo cual permite que el cliente acceda a comprar el producto de manera rápida y sencilla.
4. La mayoría de los exportadores locales e internacionales dirigen sus productos hacia otros destinos como California y Nueva York, lo que permite a HEALTHY FOOD EXPORT S.A.C llegar al mercado de Florida de manera más fácil y poder ganar reconocimiento por el producto a distribuir.

5. Según el análisis de costos y gastos de toda la cadena desde la compra hasta exportación de la misma, se observa que existen utilidades positivas aumentando año tras año. Lo que se concluye que la inversión realizada se recuperará en 3 años.
6. Según los resultados de los indicadores económicos y financieros del presente plan de negocio es viable y rentable porque según su VAN es mayor de cero y el TIR es mayor a la tasa de descuento por lo tanto se acepta el plan.
7. Según los escenarios de riesgos, se concluye que tanto en un escenario pesimista como optimista, el VAN obtenido es positivo por lo que es factible poder realizar el negocio.

7.2 Recomendaciones

1. Intensificar la participación en ferias de promoción comercial locales, como internacionales del sector correspondiente con el objetivo de de promocionar el producto (mostrando el valor agregado y calidad) e identificar los distribuidores potenciales.
2. Cumplir con las estrategias de penetración al mercado de destino y de esta manera aumentar la participación en el mismo y estudiar a profundidad las nuevas tendencias de la demanda de mercado para poder formar nuevas estrategias de distribución.
3. Ingresar a nuevos mercados con el fin de incrementar las ventas, una vez recuperada la inversión (en el tercer año).
4. Asociarse con otras empresas que ofrezcan productos que puedan consumirse junto con los arilos de granada, ya que es una buena forma de poder incrementar el negocio y la inversión de la misma.
5. Contar con un plan de contingencia ante un incremento repentino en la demanda o posibles plagas que incluya en la materia prima.
6. Con respecto al plan financiero, debido a que la empresa generará año tras año ingresos, de lo que se desea es multiplicar los recursos de la empresa mediante futuro préstamos lo que conllevará al crecimiento del negocio.



8 BIBLIOGRAFÍA

- AGRÍCOLA WAMBRA S.A.C. (10 de octubre de 2016). *EL CULTIVO DEL GRANADO*. Obtenido de <http://www.lamolina.edu.pe/postgrado/pmdas/eventos/granado/PRESENTACIONES/El%20Cultivo%20del%20Granado1.pdf>
- APOYANDO A LA PEQUEÑA Y A LA MEDIANA EMPRESA. (12 de agosto de 2016). Obtenido de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/nuevas-caracteristicas-de-las-micro.html>
- EL COMERCIO. (22 de OCTUBRE de 2016). *Estados Unidos abre sus puertas a la granada peruana*. Obtenido de http://elcomercio.pe/economia/negocios/estados-unidos-abre-sus-puertas-granada-peruana-noticia-1923206?ref=flujo_tags_105706&ft=nota_1&e=titulo
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS E INFORMATICA. (9 de SETIEMBRE de 2016). *CLASIFICACION INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Lib0883/Libro.pdf
- Mondragón, V. (02 de octubre de 2016). *Arilos de granada, un producto con potencial de consumo*. Obtenido de <http://www.victormondragon.com/2016/03/arilos-de-granada-un-producto-con.html>
- PERIODICO EL COMERCIO. (25 de AGOSTO de 2016). *Los beneficios de la granada*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/gastronomia/nutricion/beneficios-granada-contravenjeamiento-enfermedades-noticia-1540824>
- Portal Frutícula. (22 de octubre de 2016). *Granada peruana podría demostrar todo su potencial en el mercado de EE.UU.* Obtenido de <http://www.portalfruticola.com/noticias/2014/03/04/granada-peruana-podria-demostrar-todo-su-potencial-en-el-mercado-de-ee-uu/>
- SIICEX. (16 de SETIEMBRE de 2016). *FICHA TECNICA- GRANADA*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sficha_productoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=222&pnomproducto=Granada
- SUNAT. (12 de Diciembre de 2016). *Impuesto a la Renta*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-general-del-impuesto-a-la-renta-empresas/calculo-anual-del-impuesto-a-la-renta-empresas/2900-03-tasas-para-la-determinacion-del-impuesto-a-la-renta-anual>

9 ANEXOS

ANEXO 1

Formulario único de trámite (FUT)

MUNICIPALIDAD DEL CALLAO
 GERENCIA GENERAL DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y COMERCIALIZACIÓN
 Gerencia de Licencias y Autorizaciones

FORMULARIO ÚNICO DE TRÁMITE (FUT)
 SOLICITUD - DECLARACIÓN JURADA

SEÑOR ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DEL CALLAO

Con RUC No. _____ con DNI No. _____ Carnet de Extranjería _____
 con domicilio Particular o Fiscal en _____
 Calle: _____ Teléfono: _____ Teléfono: _____
 Correo Electrónico: _____ debidamente constituido según el Testimonio inscrito en la SUNARP
 Ficha Literal No. _____ Representado por: _____
 Vigencia de Poder: _____ Notaría _____ Kárdex: _____ Ante Usted me presento y digo:

Solicito iniciar el trámite para obtener el siguiente Documento Municipal (marque con xepa "X")

1. Licencia de Vigencia Indeterminada / Ley N° 28976

<input type="checkbox"/> 1.1. Apertura de Establecimiento	<input type="checkbox"/> 1.2. Actualización de Licencia - Cambio de Nombre o Razón Social - Cambio de Domicilio Fiscal, numeración del mismo establecimiento autorizado - Cambio de Numeración del RUC - Cambio de Carnet de Extranjería	<input type="checkbox"/> 1.3. Modificación de la Licencia - Modificación del Área destinada a la Actividad autorizada - Modificación o ampliación de Área	<input type="checkbox"/> 1.4. CANCELACIÓN
---	--	---	---

2. Licencia de Vigencia Temporal - Ley N° 28976

(Sólo para ser llenado por la Gerencia General de Desarrollo Económico Local y Comercialización)

Compatibilidad de Uso N° _____ -200- MPC-GSDELC Del: _____ / _____ / 200_____

Zonificación: _____ CUI N° _____ Comercial Industrial Servicio
 Actividad a Desarrollar: _____

Construcción: _____ de acuerdo al Plano de Zonificación, según para la Ubicación de Actividades Urbanas del Reglamento Nacional de Construcción y Otras normas técnicas establecidas por Ley

Observaciones: _____

Firma V° B° _____

3. Cese 4. Duplicado (Licencia Vigente) 5. Copia Certificada Licencia No. _____ D. Leg. 776
 Ley N° _____

6. Constancia: (Especificar): _____

Para lo cual cumplo con declarar Bajo Juramento la siguiente información y que tengo conocimiento que cualquier falsedad invalida automáticamente el presente documento, sometendome a lo que dispone el Artículo 441 del Código Penal y Ley 27444.

Para el giro comercial: _____

Nombre Comercial: _____ Área destinada: _____ m²

Ubicación del Negocio: _____

Condiciones del Local: Propio Alquilado (Contrato Vigente) Autorizado

Comprobante de Pago N°. _____ de Fecha _____

 Nombre y Firma del Titular ó Representante Legal

ANEXO 2

CONTRATO TEMPORAL POR INICIO DE NUEVA ACTIVIDAD

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo SUJETO A MODALIDAD, que bajo la denominación de CONTRATO TEMPORAL POR INICIO DE NUEVA ACTIVIDAD, celebramos por una parte, la Empresa.....con Registro Único de Contribuyente No.....con domicilio en, a la que en adelante se le denominará LA EMPRESA, debidamente representada por su Gerente General Don (a).....identificado con DNI No....., con poder inscrito en el Registro Público de Tacna en la Ficha No....., y por otra parte Don....., identificado con DNI No....., de Estado Civil....., con domicilio real en.....a quien en adelante se le denominará EL TRABAJADOR, contrato que observando las formalidades legales, suscribimos en el ejercicio de nuestra libertad contractual, según las cláusulas y condiciones siguientes:

PRIMERA: La actividad económica principal de la EMPRESA, es el.....LA EMPRESA, por acuerdo de su directorio, debidamente inscrito en el Registro Público de la.....Ficha No.....acordó iniciar temporalmente y en forma experimental una nueva actividad empresarial consistente en prestar servicio de reparación de vehículos.

SEGUNDA: La EMPRESA necesita cubrir el puesto de.....para el establecimiento.....

TERCERA: La EMPRESA, de conformidad con lo dispuesto por el Art. 57 de la Ley de Productividad y competitividad laboral, contrata los servicios del Sr....., para que ocupe el puesto de.....en el....., ubicado en.....de la ciudad de.....

CUARTA: El plazo de contrato es de.....se inicia el.....y vence el.....vencido el plazo, el contrato queda resuelto automáticamente, sin requerirse de aviso previo.

QUINTA: La Jornada Ordinaria de trabajo es de ocho horas de lunes a.....siendo horario de trabajo de.....a.....horas.

SEXTA: El TRABAJADOR, percibirá una remuneración mensual de S/....., la misma que será abonada puntualmente. En casos justificados se podrá adelantar hasta el 30% de la remuneración, son más trámite que la suscripción de un vale.

SEPTIMA: Este contrato está normado por la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobada por D.S.No.003-97-TR.

OCTAVA: El presente Contrato se suscribe por triplicado, obligándose el empleador a remitir una copia a la autoridad administrativa de trabajo para su conocimiento y registro.

Las partes debidamente enteradas del tenor del presente documento, en uso de sus facultades y derechos lo suscriben en la ciudad dea los.....días del mes dede

.....

.....

LA EMPRESA

EL TRABAJADOR

ANEXO 3

ESTATUTO

ARTÍCULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACION-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: “HEALTHY FOOD PERU EXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C.”

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE.....

SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE CALLAO, DEPARTAMENTO DE LIMA PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

ARTÍCULO 2.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: LA EXPORTACIÓN DE ARILOS DE GRANADA EN ENVASES PRACTICOS

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE 28,800.00 (ONCE MIL Y 00/100 EN NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 28,800 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/1.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTÍCULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237° DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.

ARTÍCULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL

QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA “LEY” LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA “LEY”.

EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

ARTÍCULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 246° DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 8.- LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA “LEY” PARA ESTE ORGANO SOCIETARIO SERAN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185° AL 197° DE LA “LEY”.

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRA CELEBRAR CONCILIACIÓN EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMÁS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE,

PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA,

- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TÍTULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTÍA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.
- F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTÍCULO 9.- MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA “LEY”, ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40, 221 AL 233 DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 11.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA “LEY”.

CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: **JOSELYN INGRID ALCÁNTARA GARCÍA** CON **DNI 46958055**, CON DOMICILIO EN: **CALLE LOS TULIPANES 136 MZ E LT-9**, DISTRITO DE **LOS OLIVOS**, PROVINCIA DE **LIMA**, DEPARTAMENTO DE **LIMA**.

LIMA., 15. DE AGOSTO DEL 2016.
(CIUDAD) (DÍA) (MES)

DECLARACIÓN JURADA DE RECEPCIÓN DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO **JOSELYN INGRID ALCANTARA GARCIA**, IDENTIFICADO CON DNI N° **46958055**, EN MI CALIDAD DE GERENTE GENERAL DESIGNADO DE LA EMPRESA DENOMINADA “HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C.”, QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES NO DINERARIOS QUE APARECEN DETALLADOS Y VALORIZADOS EN LA CLAUSULA TERCERA DEL PACTO SOCIAL QUE ANTECEDE.

LIMA., 15. DE AGOSTO DEL 2016.
(CIUDAD) (DÍA) (MES) (AÑO)

<p>ANEXO 4</p> <p>United States - Peru Trade Promotion Agreement</p> <p>CERTIFICATE OF ORIGIN</p> <p>(Instructions on reverse, according to Supreme Decree N° 003-2009-MINCETUR)</p>	<p>Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos</p> <p>CERTIFICADO DE ORIGEN</p> <p>(Instrucciones al reverso, según Decreto Supremo N° 003-2009-MINCETUR)</p>
<p>1. Exporter's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del importador</p>	<p>2. Importer's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del exportador:</p>
<p>3. Producer's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del productor:</p>	<p>4. Blanket Period: / Período que cubre: From: / Desde: To: / Hasta:</p>
<p>5. Description of good: / Descripción de la Mercancía:</p>	
<p>6. Tariff Classification: / Clasificación Arancelaria:</p>	
<p>7. Preference Criterion: / Criterio preferencial:</p>	
<p>8. Invoice Number and Date: / Número y fecha de la Factura:</p>	
<p>9. Country of Origin: / País de Origen:</p>	
<p>I declare under oath that:</p> <ul style="list-style-type: none"> - The Information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document; - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this certification, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that could affect the accuracy or validity of this certification; - The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the United States-Peru Trade Promotion Agreement. - There has been no further production or any other operation outside the territories of the parties, other than unloading, reloading, or 	<p>Yo declaro bajo juramento que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o con relación al presente documento; - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente certificación, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo; - Las mercancías son originarias del territorio de una o ambas Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos.

any other operations necessary to preserve the good, and goods have remained under customs control; - This certification consists of _____ pages, including all attachments.		- No ha habido otro procesamiento ulterior o ninguna otra operación fuera de los territorios de las Partes, con excepción de la descarga, recarga o cualquier otra operación necesaria para mantener la mercancía en buenas condiciones, y las mercancías han permanecido bajo control aduanero; - Esta certificación se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.	
Authorized Signature: / Firma autorizada:		Enterprise: / Empresa:	
Name: / Nombre:		Title: / Cargo:	
Date: / Fecha:	Telephone: / Teléfono:	Fax: / Fax:	
11. Remarks: / Observaciones:			

INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR EL CERTIFICADO DE ORIGEN SEGÚN EL REGLAMENTO DE IMPLEMENTACIÓN DEL REGIMEN DE ORIGEN DEL ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - ESTADOS UNIDOS (DECRETO SUPREMO N° 003-2009-MINCETUR)

Para los fines de solicitar el trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado de manera legible y completa por el importador, exportador o productor de la mercancía. El importador será responsable de presentar el certificado de origen para solicitar tratamiento preferencial para una mercancía importada al territorio.

- Campo 1:** Indique el nombre o razón social, dirección (incluyendo el país) del importador; así como su número de teléfono y correo electrónico, si son conocidos. Si la persona que emite el certificado de origen es el productor y no conoce al importador consignar “DESCONOCIDO”
- Campo 2:** Indique el nombre o razón social, dirección (incluyendo el país) del exportador, si es diferente al productor; así como el su número de teléfono y correo electrónico, si son conocidos.
- Campo 3:** Indique el nombre o razón social, dirección (incluyendo el país) del productor; y de ser conocidos, su número de teléfono y correo electrónico. Si en la certificación se incluye más de un productor, indique “VARIOS” y adjunte una lista de todos los productores, incluyendo los datos solicitados.
- Campo 4:** Si el certificado ampara varios embarques de mercancías idénticas a la descrita en el Campo 5, proporcione el período que cubre el certificado (máximo 12 meses). “DESDE” es la fecha desde la cual el certificado será aplicable respecto de la mercancía amparada por el certificado. “HASTA” es la fecha en que expira el período que cubre el certificado. La importación de la mercancía para la cual se solicita trato arancelario preferencial en base a este certificación, debe efectuarse entre estas fechas.

Campo 5: Proporcione una descripción completa de la mercancía. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción de la mercancía contenida en la(s) factura(s) y en la nomenclatura del Sistema Armonizado (SA).

Campo 6: Para la mercancía descrita en el Campo 5, identifique la clasificación arancelaria a seis o más dígitos, como esté especificado para cada mercancía en las reglas de origen.

Campo 7: Para la mercancía descrita en el Campo 5, indique el criterio de origen aplicable, según el Artículo del Acuerdo que le corresponde. Las reglas de origen se encuentran en el Capítulo Tres (textiles y confecciones) y Capítulo Cuatro del Acuerdo, así como en el Anexo 3-A (Reglas de Origen Específicas para mercancías textiles y del vestido) y el Anexo 4.1 (Reglas de Origen Específicas) del Acuerdo. Con el fin de acogerse al trato arancelario preferencial, cada mercancía debe cumplir con alguno de siguientes criterios de origen:

<i>Criterio de origen</i>	<i>Artículo del APC</i>
La mercancía se obtiene en su totalidad o es producida enteramente en el territorio de una o de ambas partes;	4.1(a)
La mercancía es producida enteramente en el territorio de una o de ambas Partes; y (i) cada uno de los materiales no originarios utilizados en la producción de la mercancía sea objeto del correspondiente cambio de clasificación arancelaria especificado en el Anexo 4.1 ó el Anexo 3-A del Acuerdo; o (ii) la mercancía cumple con el correspondiente requisito de valor de contenido regional u otro requisito especificado en el Anexo 4.1 o en el Anexo 3-A, y la mercancía satisfaga todos los demás requisitos aplicables del Capítulo 4 del Acuerdo.	4.1(b)
La mercancía es producida enteramente en el territorio de una o de ambas Partes exclusivamente a partir de materiales originarios.	4.1(c)
En los casos en que es posible aplicar más de un criterio preferencial, señalar el criterio que se ha evaluado. En caso la mercancía no está sujeta a un requisito de VCR, indique "NO". Si la mercancía está sujeta a un requisito de VCR, identifique el método utilizado, indicando: (1) Método de reducción (2) Método de aumento (3) Método de costo neto	

Campo 8: Si el certificado ampara sólo un embarque, incluir el número de la factura.

Campo 9: Identifique el nombre del país de origen: "US" para las mercancías originarias de los Estados Unidos exportadas al Perú.

Campo 10: Este campo debe ser completado, firmado y fechado por el emisor del certificado de origen (importador, exportador o productor). La fecha debe ser aquélla en que el Certificado haya sido completado y firmado.

Campo 11: Este campo sólo deberá ser utilizado cuando exista alguna observación en relación con este certificado, entre otros, cuando la mercancía descrita en el Campo 5 haya sido objeto de una resolución anticipada o una resolución sobre clasificación o valor de los materiales, indique la autoridad emisora, número de referencia y la fecha de emisión.

ANEXO 05

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte:, empresa constituida bajo las leyes de la República, debidamente representada por su, con Documento de Identidad N°, domiciliado en su Oficina principal ubicado en, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte S.A., inscrito en la Partida N° Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N°, debidamente representado por su Gerente General don, identificado con DNI N° Y señalando domicilio el ubicado en Calle, N°, Urbanización, distrito de, provincia y departamento de, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

- 1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:
- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
 - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en (fecha).

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB (“Free on Board”) si el envío se hará por vía marítima, o FCA (“Free Carrier”, transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato.

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de **EL VENDEDOR** hasta que se haya completado el pago del precio por parte de **EL COMPRADOR**.

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante

el proceso de carga.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR**.

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por **EL COMPRADOR**, **EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones:

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DÉCIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR**.

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DÉCIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a **EL VENDEDOR** ni a **EL COMPRADOR**, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes. La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DÉCIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de, a los Días del mes de 2016.

.....

.....

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

ANEXO 06**FACTURA COMERCIAL****HEALTHY FOOD PERU EXPORT S.A.C.**

Mz F Lote 1 Urb. Las Magnolias (Altura de la cuadra 60 de la Av. Néstor Gambeta)- Callao- Callao- Perú
Telephone: (+051) 01-6397066 Cell-phone (+051)987953474

PROFORMA INVOICE**TO/Para:**

Walmart Supercenter
 Coral Way Shopping Center
 8400 Coral Way
 +1 305-351-0725

P/I NO.: HFPE-2017-001

DATE / FECHA: 10-oct-16

MARKS & NOS.	QUANTITIES & DESCRIPTION / CANTIDAD Y DESCRIPCIÓN	UNIT PRICE /PRECIO UNITARIO	AMOUNT / MONTO TOTAL
		USD/UNIT	
MADE IN PERU	POMEGRANATE FRESH ARILS IN PRESENTATION OF READY-TO-EAT (7 oz) / ARILOS DE GRANADA FRESCA - PRESENTACIÓN READY- TO-EAT (200 GRAMOS)	3,120.0 0 UNIT USD 3.74	USD 11,668.80
	TTL:	3,120.0 UNI 0 T	USD 11,668.80

SAY TOTAL US. DOLLARS ELEVEN THOUSAND SIX HUNDRED AND SIXTY EIGHT AND CENTS EIGHTY ONLY / TOTAL DE ONCE MIL SEISCIENTOS SESENTA Y OCHO CON OCHENTA CENTAVOS DE DOLAR

INCOTERM : CPT MIAMI - INCOTERMS 2010

PAYMENT TERM / TÉRMINO DE PAGO: 20% advance payment and the balance to be paid against a Irrevocable Credit Letter at sight with red clause / Anticipo del 20% y el saldo contra los documentos originales a través una Carta de crédito irrevocable a la vista con cláusula roja

ANEXO 7

Cronograma

NOTA: Todo crédito se encuentra sujeto a la evaluación crediticia del Banco, quien determina el monto y plazo a otorgar.
Este documento ha sido emitido en base a la información proporcionada por el cliente y tiene carácter referencial.

Tasa de Interés Efectiva Anual (en base a 360 días): 15.00%
 Tasa de Costo Efectiva Anual (en base a 360 días): 16.97%
 Cantidad Total a Pagar: S/. 24,446.15

	Saldo Inicial	Saldo Final	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio
Totales a pagar	3,986	290	20,762	24,206	240	24,446			
Fecha	Saldo Inicial	Saldo Final	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio	Saldo Promedio
31/10/2016	20,000.00								
01/12/2016	20,257.40	242.11	15.29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
01/01/2017	20,518.10	245.22	15.48	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
01/02/2017	20,782.17	248.38	15.68	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1 01/03/2017	20,015.16	227.23	14.36	0.00	767.01	1,008.59	10.00	1,018.59	
2 01/04/2017	19,264.16	242.29	15.30	0.00	751.00	1,008.59	10.00	1,018.59	
3 01/05/2017	18,495.50	225.86	14.25	0.00	768.06	1,008.59	10.00	1,018.59	
4 01/06/2017	17,724.94	223.60	14.14	0.00	770.56	1,008.59	10.00	1,018.59	
5 01/07/2017	16,937.11	207.66	13.11	0.00	787.83	1,008.59	10.00	1,018.59	
6 01/08/2017	16,143.50	205.09	12.96	0.00	790.91	1,008.59	10.00	1,018.59	
7 01/09/2017	15,346.71	193.49	12.34	0.00	806.79	1,008.59	10.00	1,018.59	
8 01/10/2017	14,528.25	178.77	11.35	0.00	817.46	1,008.59	10.00	1,018.59	
9 01/11/2017	13,706.69	175.67	11.11	0.00	821.61	1,008.59	10.00	1,018.59	
10 01/12/2017	12,888.76	160.57	10.14	0.00	837.86	1,008.59	10.00	1,018.59	
11 01/01/2018	12,025.79	155.76	9.84	0.00	842.97	1,008.59	10.00	1,018.59	
12 01/02/2018	11,171.88	145.58	9.19	0.00	858.82	1,008.59	10.00	1,018.59	
13 01/03/2018	10,293.24	122.16	7.71	0.00	878.72	1,008.59	10.00	1,018.59	
14 01/04/2018	9,417.12	124.60	7.57	0.00	876.12	1,008.59	10.00	1,018.59	
15 01/05/2018	8,525.82	110.52	6.57	0.00	861.30	1,008.59	10.00	1,018.59	
16 01/06/2018	7,626.96	103.21	6.52	0.00	856.86	1,008.59	10.00	1,018.59	
17 01/07/2018	6,713.36	89.35	5.04	0.00	833.60	1,008.59	10.00	1,018.59	
18 01/08/2018	5,791.17	81.27	5.13	0.00	822.19	1,008.59	10.00	1,018.59	
19 01/09/2018	4,857.11	76.10	4.43	0.00	834.66	1,008.59	10.00	1,018.59	
20 01/10/2018	3,909.02	66.90	3.59	0.00	848.10	1,008.59	10.00	1,018.59	
21 01/11/2018	2,959.73	47.32	2.69	0.00	858.28	1,008.59	10.00	1,018.59	
22 01/12/2018	1,976.96	34.57	2.18	0.00	871.64	1,008.59	10.00	1,018.59	
23 01/01/2019	995.77	23.66	1.51	0.00	883.12	1,008.59	10.00	1,018.59	
24 01/02/2019	0.00	12.05	0.76	0.00	895.77	1,008.59	10.00	1,018.59	



Simulador Crédito Efectivo de Negocios

Por favor ingresa los siguientes datos:

Ingrese Fecha Original de desembolso	31/10/2016
Día de pago (1-31 = los días del mes)	1
Ingrese Plazo Original en meses (meses de pago)	24
Ingrese Meses de Gracia	3
Plazo total del crédito	27
Moneda	SOLES
Tipo de Crédito	Otros - TEA a simul.
Ingrese Tasa de Interés (Efectiva Anual)	15.00%
Ingrese Tasa para "Otros - TEA a simular"	15.00%
Tasa mensual de Seguro de desgravamen	0.075%
Ingrese valor de reconstrucción del inmueble (si aplica)	S/. 0.00
Tipo de Seguro de Inmueble	Zona restringida
Tasa efectiva mensual de Seguro del inmueble (si aplica)	0.0349%
Envío físico de estado de cuenta	S/. 10.00
Intereses Periodo de Gracia	S/. 735.71
Seguros Periodo de Gracia (Desgravamen + Inmueble)	S/. 45.48
Intereses y Seguros Periodo de Gracia	S/. 782.17
Ingrese Monto Original del Préstamo	S/. 20,000.00
Total a Financiar	S/. 20,782.17

No olvides presionar el botón para calcular la cuota

Calcular

Cuota mensual total	S/. 1,018.59
Tasa de Costo Efectivo Anual (en base a 360 días)	16.97%

Cancelar

Calcular

Cancelación durante el Periodo de Gracia

Ingrese Fecha de Cancelación (Antes del fin de PG)	27/10/2014
Monto a Cancelar	S/. 48,748.01

Calcular

ANEXO 8

Precios de STAND – EXPOALIMENTARIA 2016

Enviado el: viernes, 16 de octubre de 2015 11:53 a.m.
Para: Karen Mary Valiente Quiroz <kvaliente@adexperu.org.pe>
Asunto: EXPOALIMENTARIA 2016- ABRE SUS PUERTAS CON EL 15% DSCTO.

William Espinola Otiniano
Añadir a círculos
Mostrar detalles

Estimado Empresario,

Es un gusto saludarlo y a la vez invitarlo a que sea parte de la 8va edición de la feria más importante de Latinoamérica, **EXPOALIMENTARIA**, que se llevará a cabo del 28 al 30 de Setiembre en el Centro de Exposiciones Jockey.

Expoalimentaria está dirigida a los sectores de Alimentos y Bebidas, Pesca y Acuicultura, Envases y Embalajes, Maquinarias, Equipos y tecnología y Servicios al Comercio exterior.

ASEGURE SU MEJOR UBICACIÓN. APROVECHE EL 15% DE DESCUENTO EN LA COMPRA DEL STAND*

TARIFA REGULAR en DÓLARES*	1 FRENTE	2 FRENTE	3 FRENTE
ZONA A	\$ 330.40	\$ 359.90	\$ 383.50
ZONA B	\$ 312.70	\$ 336.30	\$ 354.00
OTRAS ZONAS	\$ 295.00	\$ 306.80	\$ 318.60

* TARIFA REGULAR: precios inc. IGV
* Tarifa por costo por m²
* Socios ADEX reciben un 7% de descuento adicional
* Sujeto a disponibilidad

IMPORTANTE:

- La reserva se asegurará con la firma y envío del **Compromiso de reserva**, el cual tendrá como plazo máximo **dos días útiles**.
- Si el **Compromiso de reserva** no se formaliza, se procederá a la liberación del espacio y a eliminar el descuento otorgado sin derecho a reclamo. El espacio al quedar libre podrá ser tomado por otra empresa que lo solicite.
- El **ADELANTO** deberá ser abonado por el equivalente al **35% del valor total del stand**, este importe tendrá como plazo máximo de cancelación **4 días útiles** después del envío y firma del compromiso de reserva. Si no cumpliere los plazos estipulados, se procederá con la anulación del contrato y liberación del espacio.

Adjuntamos: Plano 2016, Ficha técnica y Compromiso de reserva.

Cualquier consulta no dude en contactarnos.

Saludos cordiales

Karen Valiente
Comercial – Exhibición
Asociación de Exportadores – ADEX
Telf.: 618-3333 Arequipa 4403
Cel: 9497145752
Av. Insular Píezel Píezel 3075 Con Rivista Lima - Perú

Ir a Inbox X