



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

**EXPORTACIÓN DE SNACK DE FRESA DESHIDRATADA AL
MERCADO DE PAÍSES BAJOS - HOLANDA**

**PRESENTADA POR
LESSLY FIORELA JAÑO GARCIA**

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

LIMA – PERÚ

2017



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

La autora solo 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/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE SNACK DE FRESA DESHIDRATADA AL MERCADO DE
PAÍSES BAJOS - HOLANDA**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

LESSLY FIORELA JAÑO GARCIA

LIMA, PERÚ

2017

DEDICATORIA

El plan de negocios es dedicado a mis padres y hermana porque siempre me han brindado su apoyo incondicional y comprensión que me han dado el impulso para alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera. A mis profesores por orientarme en la elaboración del presente plan y a mis compañeros.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	13
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	14
RESUMEN EJECUTIVO.....	15
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	16
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	18
2.1. Nombre o Razón social	18
2.2. Actividad Económica codificación internacional (CIIU).....	21
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	22
2.4. Planeamiento estratégico.....	24
2.4.1. Misión, Visión y Valores.....	24
2.4.2. Políticas empresariales	25
2.4.3. Análisis Externo	26
2.4.3.1. Análisis PESTEL	26
2.4.3.2. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	28
2.4.3.3. Determinación de oportunidades y amenazas.....	29
2.4.4. Análisis interno.....	30
2.4.4.1. Recursos y capacidades.....	30
2.4.4.2. Determinación de Fortalezas y Debilidades	32

2.4.5.	Determinación de la Matriz FODA	33
2.4.6.	Determinación de objetivos	33
2.5.	Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características	34
2.6.	Estructura Orgánica.....	35
2.7.	Cuadro de asignación de personal.....	38
2.8.	Forma jurídica empresarial.....	39
2.9.	Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	39
2.10.	Requisitos y trámites municipales	41
2.10.1.	Licencia de Funcionamiento	41
2.10.2.	Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones – ITSE.....	42
2.11.	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	42
2.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	46
2.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	47
2.14.	Modalidades de Contratos Laborales	49
2.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	49
3.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	50
3.1.	Descripción del producto	50
3.1.1.	Clasificación arancelaria.....	51
3.1.1.1.	Subpartida Nacional en Perú.....	51
3.1.1.2.	Partida Arancelaria en Holanda.	52
3.1.2.	Propuesta de valor	53

3.1.2.1.	Cadena de valor de Porter	53
3.1.2.1.1.	Actividades primarias.....	54
3.1.2.1.2.	Actividades de apoyo	55
3.1.3.	Ficha técnica comercial	56
3.2.	Investigación de Mercado de Objetivo.....	56
3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo.....	56
3.2.1.1.	Segmentación de mercado a Nivel Macro:	57
3.2.1.2.	Segmentación de mercado a Nivel Micro.....	62
3.2.1.2.1.	Perfil del mercado Holandés.	63
3.2.2.	Tendencias de consumo.....	65
3.3.	Análisis de la oferta y demanda	65
3.3.1.	Análisis de la oferta	65
3.3.1.1.	Producción nacional de la fresa	65
3.3.1.2.	Zonas de cultivo de la fresa.	66
3.3.1.3.	Proyección de la oferta nacional.....	67
3.3.1.4.	Proveedores de fresa en Lima.	67
3.3.2.	Análisis de la demanda.....	67
3.4.	Estrategias de Ventas y distribución	69
3.4.1.	Estrategias de segmentación.....	69
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento	69
3.4.3.	Estrategias de distribución.....	69

3.4.3.1.	Clientes	69
3.5.	Estrategias de promoción	69
3.6.	Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	70
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	70
4.1.	Envases, empaques y embalajes.....	70
4.1.1.	Envase primario	70
4.1.2.	Envase secundario	71
4.1.3.	Embalaje	71
4.2.	Diseño del rotulado y marcado.....	72
4.2.1.	Diseño del rotulado.....	72
4.2.1.1.	Etiquetado del producto	72
4.2.1.2.	Rotulado para embalaje.....	73
4.2.2.	Diseño del marcado	74
4.3.	Unitarizacion y cubicaje de la carga	75
4.4.	Cadena de DFI de exportación.....	77
4.5.	Seguro de Mercancías.	78
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	78
5.1.	Fijación de precios.	78
5.1.1.	Costos y precio.	78
5.1.2.	Cotización Internacional.....	80
5.2.	Contrato de compra y venta internacional.....	81

5.2.1.	Modelo de contrato de compra y venta internacional.....	81
5.3.	Elección y aplicación de Incoterms.....	91
5.4.	Determinación del medio de pago.....	92
5.5.	Elección del régimen de exportación.	94
5.6.	Gestión aduanera del comercio internacional.	94
5.7.	Gestión de las operaciones de exportación – Flujograma	95
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	96
6.1.	Inversión fija	96
6.1.1.	Activos tangibles	96
6.1.2.	Activos intangibles	96
6.2.	Capital de trabajo	97
6.3.	Inversión total.....	98
6.4.	Estructura de inversión y financiamiento.....	98
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	101
6.6.	Presupuestos de costo.....	101
6.7.	Punto de equilibrio.	103
6.8.	Tributación de la exportación.....	104
6.9.	Presupuestos de ingreso.	104
6.10.	Presupuestos de egreso.	104
6.11.	Flujo de caja proyectado.....	105
6.12.	Estados de Ganancias y pérdida.	105

6.13.	Evaluación de la inversión.....	106
6.13.1.	Evaluación económica	106
6.13.2.	Evaluación financiera.....	106
6.13.3.	Evaluación social	107
6.13.4.	Impacto ambiental.....	107
6.14.	Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo.	107
6.15.	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.	108
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
7.1.	Conclusiones	109
7.2.	Recomendaciones.....	109
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	110
	ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Selección de ubicación de la empresa.	23
Tabla 2: Matriz de evaluación de los factores externos - MEFE.....	30
Tabla 3: Matriz de evaluación de factores internos – MEFI.....	32
Tabla 4: Matriz FODA.....	33
Tabla 5: Características de la Micro y Pequeña Empresa.....	35
Tabla 6: Asignación de salario de los colaboradores.....	38
Tabla 7: Datos para calcular la planilla de sueldos.....	38
Tabla 8: Elaboración de la planilla de sueldos de COMERPERU FRUITS.....	38
Tabla 9: Comparación de tipos de sociedades.	39
Tabla 10: Características del Régimen General y Régimen Especial.....	48
Tabla 11: Clasificación Arancelaria.....	51
Tabla 12: Ficha Técnica de la fresa deshidratada.	56
Tabla 13: Importadores Mundiales en Valor Importado, Cantidad Importada y Valor Unitario Importado.....	57
Tabla 14: Exportaciones Mundiales en Valor Exportado y Valor Unitario.....	58
Tabla 15: Exportaciones Mundiales en Cantidad Exportadas en Toneladas.	58
Tabla 16: Exportaciones Peruanas al Mundo en Valor Exportado y Valor Exportado Unitario.	59
Tabla 17: Exportaciones Peruanas al Mundo en Cantidades Exportadas.	59
Tabla 18: Preselección de mercado.....	60
Tabla 19: Requisitos para ponderación de Preselección de mercado.	60
Tabla 20: Ponderación e variables para selección de mercado.....	61
Tabla 21: Elaboración de la Matriz de Selección de País destino.	61

Tabla 22: Características de Países Bajos.....	62
Tabla 23: Requisitos para ponderación de preselección de provincia.	63
Tabla 24: Ponderación de variables para selección de provincia.	63
Tabla 25: Elaboración de la Matriz de selección de provincia destino.....	63
Tabla 26: Proyección de oferta nacional.....	67
Tabla 27: Determinación de la demanda insatisfecha de Holanda	67
Tabla 28: Segmentación de mercado de Holanda.....	68
Tabla 29: Crecimiento proyectado de la oferta nacional en %.	68
Tabla 30: Proyección de la demanda en el mercado de Holanda.	68
Tabla 31: Modelo de estructura de costos de exportación.....	79
Tabla 32: Responsabilidades del vendedor y comprador.	92
Tabla 33: Inversión – Activos tangibles en soles.....	96
Tabla 34: Inversión - Activos intangibles en soles.	97
Tabla 35: Capital de trabajo sin Igv.....	97
Tabla 36: Inversión total en soles.	98
Tabla 37: Financiamiento de la inversión.....	99
Tabla 38: Datos de préstamo bancario.....	99
Tabla 39: Amortización de la deuda en soles.	100
Tabla 40: Resumen de la amortización de la deuda en soles.....	101
Tabla 41: Presupuesto de costos de producción.	101
Tabla 42: Gastos administrativos mensual.	102
Tabla 43: Gastos de planilla mensual.	102
Tabla 44: Costos de distribución y ventas mensuales.....	102
Tabla 45: Gastos de exportación mensual.	102
Tabla 46: Flete marítimo por 3 paletas.	103

Tabla 47: Costo de primer embarque.....	103
Tabla 48: Determinación del punto de equilibrio.	103
Tabla 49: Punto de equilibrio anual.	104
Tabla 50: Presupuesto de caja.....	104
Tabla 51: Presupuesto de egresos.	104
Tabla 52: Flujo de caja proyectado.....	105
Tabla 53: Estado de resultados por 5 años.....	105
Tabla 54: Evaluación económica del plan.	106
Tabla 55: Evaluación financiera.	107
Tabla 56: Costo de oportunidad de capital.	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Solicitud de reserva de razón social de la empresa.	19
Figura 2: Clasificación CIIU (Rev. 4) de COMERPERU FRUITS.....	22
Figura 3: Ubicación de la Empresa.	23
Figura 4: Categorías del nuevo RUS.	43
Figura 5: Planilla electrónica de COMERPERU FRUITS.	47
Figura 6: Imagen Del Producto.....	51
Figura 7: Tratamiento Arancelario por Subpartida nacional.	52
Figura 8: Clasificación arancelaria Local.	52
Figura 9: Aranceles e impuestos.	53
Figura 10: Cadena de Valor de Porter.....	54
Figura 11: Envase Primario	70
Figura 12: Envase secundario.	71
Figura 13: Etiquetado del producto en ingles.	72
Figura 14: Rotulado del embalaje.	73
Figura 15: Pictogramas de uso internacional.	74
Figura 16: Dimensiones del Europalet.....	75
Figura 17: Paletización de la carga.	76
Figura 18: Modelo de cotización.	80
Figura 19: Fases de la carta de crédito.....	93
Figura 20: Flujograma de exportación.....	95
Figura 21: Búsqueda de fuentes de financiamiento.	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Valores de COMERPERU FRUITS.....	24
Gráfico 2: Valores institucionales.....	25
Gráfico 3: Análisis de PESTEL.	27
Gráfico 4: Cinco fuerzas de Porter.....	28
Gráfico 5: Estructura organizacional de COMERPERU FRUITS.	36
Gráfico 6: Población de Holanda según el género.....	64
Gráfico 7: Distribución de la población por edades en %.	64
Gráfico 8: Producción promedio ingresada al mercado mayorista de Lima en (t)-2016.....	66
Gráfico 9: Precio promedio de fresa en mercado mayorista de lima – 2016.....	66
Gráfico 10: Flujograma de cadena de DFI de exportación.....	77

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente presentaremos el desarrollo de nuestro plan de exportación de fresas deshidratadas en presentación snack hacia el mercado Holandés.

Este producto es altamente nutritivo y 100 % natural, el valor agregado es el método de deshidratación que utilizaremos, que es la liofilización, este método permite conservar el color y olor de la fruta. Tiene un tiempo de duración más largo, y las propiedades como el hierro y potasio favorecen al sistema circulatorio.

La presentación del producto final serán en bolsas de plástico con cierre hermético, con un contenido de 80 gramos de fresa liofilizada, para poder distribuirlo en el mercado destino, contactaremos con brokers, quienes serán los intermediarios encargados de ubicar el producto en los principales puntos de venta del territorio holandés.

El objetivo principal del plan es demostrar y sustentar que tan viable es la exportación de fresa deshidratada al mercado Holandés, ya que es un producto fácil de manipular y consumir en compañía de la familia, habiendo evaluado los canales de distribución, métodos de venta, costos, gestiones de exportación y demás factores que afectan el desarrollo del producto.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Para poder desarrollar el plan de negocio, primero se analizó una idea del negocio a desarrollar.

En el capítulo 1 se plantea la idea del negocio, que será realizar la exportación de fresa deshidratada en presentación tipo snack al mercado de Holanda. Este producto aportará grandes beneficios para la salud, debido a su contenido en fibra soluble con lo cual facilita el tránsito intestinal, ayuda a limpiar y depurar el organismo, ayudan a normalizar la presión arterial alta por su bajo contenido en sodio y grasa. Además, su elevado contenido en fibra alimentaria impide el depósito de colesterol en las paredes de las arterias. Este plan tendrá éxito, ya que Holanda tiene gran aceptación por los alimentos naturales y de fácil preparación que permita ser consumido en cualquier momento del día.

En el capítulo 2, se detallara todas las consideraciones a realizar para la creación de la empresa, así como se definirá todos los aspectos organizacionales y legales.

En el capítulo 3, desarrollaremos el plan de marketing, detallando la propuesta de valor y la ventaja competitiva del producto, que se basa en el proceso de liofilización de la fresa. La liofilización conserva el color y olor de la fresa. Además alarga la vida del producto, ya que consiste en congelar la fruta y quitar el agua por lo que no pueden proliferar microorganismos. Lo que le permite ser un producto completamente natural y saludable, con una vida útil de hasta 24 meses. Esta fruta tipo snack puede ser consumido por niños y adultos acompañado con yogurt, leche, diferentes postres y ensaladas. Además de esto la presentación del envase resulta muy innovadora y atractiva para el público en general en Holanda – Países Bajos, lo que eleva la rotación de inventario en el anaquel. Cubre la necesidad de adquirir un producto natural saludable y nutritivo de fácil consumo.

En el capítulo 4 se detalla el plan de logística internacional. La presentación final será en bolsas de polietileno con cierre hermético de 80 gr de contenido, el producto se venderá mediante intermediarios tales como distribuidores o brokers que se encargaran de ubicar el producto en los principales puntos de venta como tiendas, supermercados y restaurantes.

En el capítulo 5, se realiza el plan de comercio internacional, La empresa estará presente en las distintas ferias nacionales e internacionales que se realizan en el Perú, además se utilizarán medios de comunicación tales como el internet y el teléfono para poder contactar a clientes potenciales. Asimismo, se definirá tipo de negociación del precio INCOTERMS, cantidades, las mejores formas de pago y tiempo de entrega de los productos.

En el capítulo 6, se analiza la parte financiera del plan, Para Implementar la idea de negocio, se estima una inversión de S/ 144,221.00 soles, por medio de financiamiento de una entidad bancaria, que será distribuido en Activos tangibles, Activos intangibles y Capital de trabajo.

Finalmente, en el capítulo 7, se plasman las recomendaciones y conclusiones que se genere una vez analizado los capítulos anteriores.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o Razón social

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS S.A.C.

RUC: 20516325151

El nombre de la empresa es COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS S.A.C., ya que su principal actividad económica es la comercialización, y con la visión de aumentar más productos a nuestra cartera, se ha decidido considerar las palabras “Frutas deshidratadas”, en nuestra Razón social.

La empresa se dedicará a la comercialización de fresa deshidratada en presentación tipo Snack dirigido al mercado Holandés, este mercado tiene gran aceptación por los alimentos naturales y de fácil preparación, que pueden ser consumidos en cualquier momento del día.

.Nombre comercial: COMERPERU FRUITS

El nombre comercial de la empresa es la abreviación de COMERCIALIZADORA, porque ese es nuestro rubro principal, seguido de PERÚ, ya que es el país donde se producirá el producto. Además, la palabra FRUITS, que significa frutas en español, se ha visto incorporar una palabra en inglés, ya que este idioma es el más utilizado en el mercado internacional.

A continuación, se detallan los pasos a seguir para crear nuestra empresa:

a) Búsqueda y reserva del nombre en SUNARP

Este trámite se realiza con el fin de comprobar que no existan otras empresas que tengan una razón social o denominación semejante a la nuestra. Primero se realiza la búsqueda de índices en el directorio nacional de personas jurídicas de la SUNARP (Derecho de

trámite 4.00 Soles).una vez comprobado que no existe otra razón social similar, se presenta la Solicitud de inscripción de título (en el formato de Reserva de Nombre), finalmente en el transcurso de una semana te hacen entrega de la reserva.

También se puede realizar la reserva del nombre, mediante la página web de la SUNARP, el costo de la reserva es de S/ 20.00 soles y la reserva tiene una vigencia de 30 días, en la cual nadie puede utilizar el nombre en reserva.

 <p>sunarp Superintendencia Nacional de los Registros Públicos</p>	SOLICITUD DE RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL DE NOMBRE DE PERSONA JURIDICA	
	2017- V0581701	
1. RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURIDICA		
CONSTITUCION		
2. DENOMINACION o RAZON SOCIAL		
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIFRATADAS		
3. TIPO DE PERSONA JURIDICA		
Tipo de persona juridica		
SOCIEDADES ANONIMAS		
4. DOMICILIO DE LA PERSONA JURIDICA		
Departamento	Provincia	
LIMA	LIMA	
5. DATOS DEL SOLICITANTE		
JAÑO	GARCIA	LESSLY FIORELA
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres
Identificado(a) con:	DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD	No: 47588630
Domiciliado(a) en:		
Correo Electrónico:	lessly15@hotmail.com	
6. SOLICITO:		
La inscripcion de (acto o derecho):		
RESERVA DE DENOMINACION		
7. INTEGRANTES DE LA PERSONA JURIDICA		
JAÑO GARCIA LESSLY FIORELA		DNI: 47588630
8. ASIENTO		

Figura 1: Solicitud de reserva de razón social de la empresa.
Fuente: Sunarp, 2017.

b) Elaborar la minuta de constitución

La minuta es el documento privado, elaborado y firmado por un abogado, que contiene el acto o contrato (constitución de la empresa) que debo presentar ante un notario para su elevación a escritura pública. El precio de esto es S/ 200 soles aproximadamente. (SUNAT, EXPORTA FACIL, 2016).

En este documento se detallan datos personales del titular o socios, así como la actividad económica y capital de la empresa, entre otros datos.

c) Elaboración de la Escritura Pública

Con la minuta lista, se tramita la elaboración de su ESCRITURA PÚBLICA ante un notario y luego se presenta a SUNARP para su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas. El costo de estos trámites es S/ 90 soles y gastos notariales de S/ 250.00 soles aproximadamente.

d) Inscribirse en el RUC

En las oficinas de SUNAT, en forma presencial se tramita la inscripción del RUC (el Registro único de Contribuyentes).se elige el régimen tributario que más convenga y se solicita la autorización para impresión de comprobantes de pago. El costo aproximado que cobran las imprentas por la impresión de facturas es de S/ 150.00 soles.

e) Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.

Mediante el Programa de Declaración Telemática – PDT o el Formulario N° 402, se registra a la entidad empleadora, luego se afilia a los trabajadores a través del Programa de Declaración Telemática – PDT Formulario Virtual N° 601 Planilla Electrónica, ya que contaremos con más de 4 trabajadores.

f) Obtener la Autorización del libro de plantillas

Las personas jurídicas llevan su registro a través de medios electrónicos., presentado mensualmente a través del medio informático desarrollado por la SUNAT “PLANILLA ELECTRONICA”, conocido como PLAME.

g) Legalizar los libros contables

De acuerdo al tipo de empresa que se ha constituido, los libros contables pueden ser manuales o computarizados. Estos libros deberán ser legalizados ante un notario o, donde no lo haya, ante un juez de paz letrado del lugar. El costo aproximado por legalizar los libros contables es de S7 200.00 soles.

h) Tramitar la licencia municipal

La Licencia Municipal de Funcionamiento es la autorización que otorga una municipalidad distrital y/o provincial para el desarrollo de actividades económicas (comerciales, industriales o de prestación de servicios profesionales) en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, entes colectivos, nacionales o extranjeras. En nuestro caso, para formalizar mi empresa, solo tendría que tramitar mi licencia en la Municipalidad del Callao.

2.2. Actividad Económica codificación internacional (CIU)

La oficina de estadística de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), elaboro la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU), que es un sistema de clasificación, mediante una serie de códigos, de todas las actividades económicas, según sus procesos productivos. Con el fin de identificar a nivel internacional cualquier actividad productiva.

El producto del presente plan de exportación está orientado a la comercialización por mayor de alimentos (Fresa deshidratada).

De acuerdo a la clasificación CIIU se ubica en la siguiente:

Seleccione una Actividad Económica (Sección):

G--Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas ▼

Seleccione una Actividad Económica (División):

46--Comercio al por mayor, excepto de los vehículos de motor y las motocicletas ▼

Seleccione una Actividad Económica (Clase):

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

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

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

CIIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.	Esta clase comprende las siguientes actividades: - Venta al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas. - Venta al por mayor de productos lácteos. - Venta al por mayor de huevos y productos de huevo. - Venta al por mayor de aceites y grasas comestibles de origen animal o vegetal. - Venta al por mayor de carne y productos cárnicos. - Venta al por mayor de productos de la pesca. - Venta al por mayor de azúcar, chocolate y productos de confitería. - Venta al por mayor de productos de panadería. - Venta al por mayor de bebidas. - Venta al por mayor de café, té, cacao y especias. - Venta al por mayor de productos de tabaco. Se incluyen también las siguientes actividades: - Compra de vino a granel y embotellado sin transformación. - Venta al por mayor de piensos para animales domésticos.	No se incluye la mezcla de vinos o licores destilados; véanse las clases 1101 y 1102.

Figura 2: Clasificación CIIU (Rev. 4) de COMERPERU FRUITS.

Fuente: INEI

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Al ser una empresa nueva, es importante determinar su localización de manera estratégica, es por eso que se realizó la selección de ubicación, considerando algunos factores importantes.

La idea es darle una ponderación a cada factor, y luego evaluarlo con una calificación de 1 a 4:

Tabla 1: Selección de ubicación de la empresa.

FACTORES	PESO	SAN ISIDRO		CALLAO		LOS OLIVOS		CERCADO	
		CALIFICACION	PONDERADO	CALIFICACION	PONDERADO	CALIFICACION	PONDERADO	CALIFICACION	PONDERADO
CERCANIA A SOCIOS	10%	2	0.2	1	0.1	3	0.3	2	0.2
COSTO DE ALQUILER	15%	1	0.15	3	0.45	4	0.6	2	0.3
SEGURIDAD	20%	4	0.8	2	0.4	1	0.2	2	0.4
CERCANIA A PROVEEDORES	25%	2	0.5	3	0.75	1	0.25	2	0.5
FACILIDAD DE ACCESO	15%	4	0.6	3	0.45	2	0.3	3	0.45
ACCESIBILIDAD A PUERTOS Y AEROPUERTO	15%	1	0.15	4	0.6	2	0.3	3	0.45
TOTALES	100%		2.4		2.75		1.95		2.3

Fuente: Elaboración Propia.

Según la tabla N° 1, el distrito más idóneo para establecer la empresa es en el Callao, por lo tanto la ubicación exacta será en avenida Ancash 120 – Carmen de la Legua Reynoso. Como se observa, se eligió este distrito, ya que su ubicación está en una zona muy accesible y con cercanía al puerto, aeropuerto y demás almacenes aduaneros. Cuenta con aproximadamente 70 m².

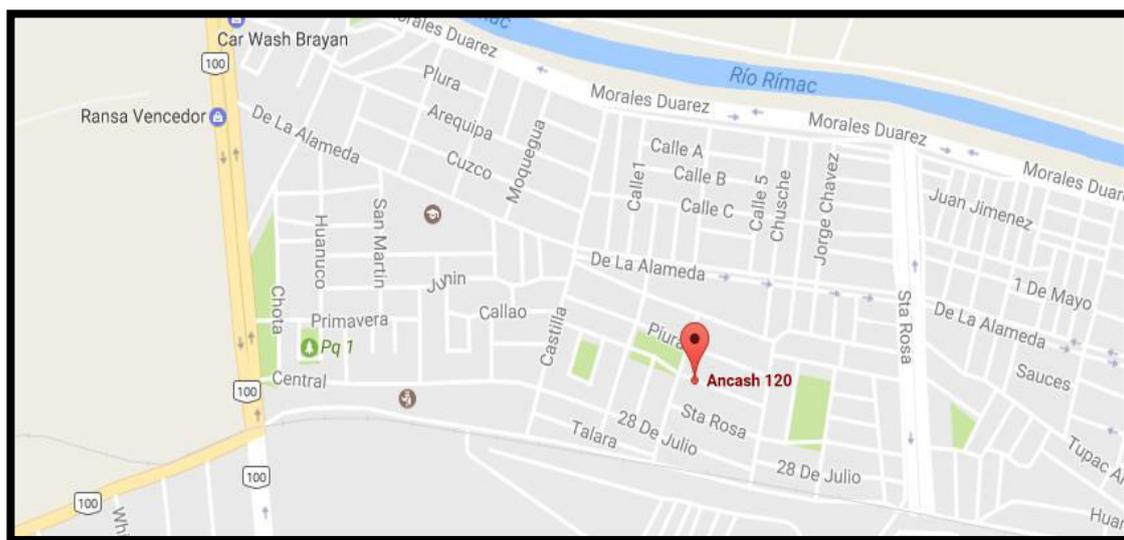


Figura 3: Ubicación de la Empresa.
Fuente: Google Maps.

Para poder llevar a cabo el proyecto, en relación a la factibilidad municipal, será necesario obtener la licencia de funcionamiento de la municipalidad del Callao. Y para la factibilidad sectorial, obtener los certificados y permisos de DIGESA - Dirección General de Salud Ambiental. Los tramites de Digesa, tienen un costo de S/ 70.80.

2.4. Planeamiento estratégico.

2.4.1. Misión, Visión y Valores

Misión:

Somos una empresa innovadora y competitiva que se encarga de comercializar la fresa deshidratada en presentación tipo snack, satisfaciendo las necesidades de sus clientes por encima de sus expectativas, brindándoles productos de calidad.

Visión:

Ser reconocida como una empresa líder en el mercado internacional de la exportación de fresa deshidratada en presentación tipo snack, adaptándonos a los constantes cambios que exige el mercado con el fin de aportar a la alimentación saludable de las personas.

Valores:

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC, practicará los siguientes valores:

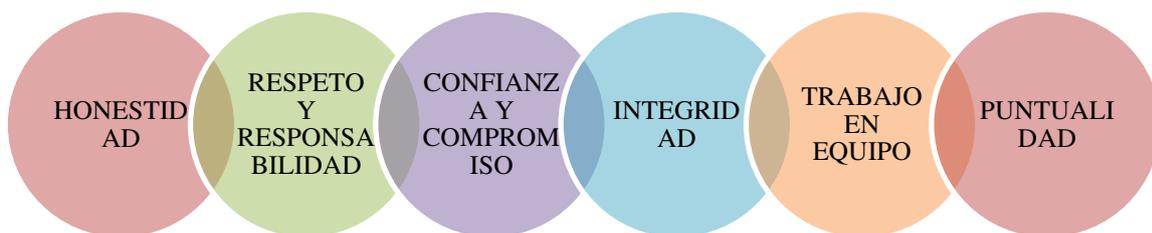


Gráfico 1: Valores de COMERPERU FRUITS.

Fuente: Elaboración Propia.

Valores Institucionales:

El comportamiento de la empresa dependerá de los valores que se fomente tanto a nivel interno con sus colaboradores, como externo con sus clientes, proveedores y otros agentes con los que se interactúe.



Gráfico 2: Valores institucionales.

Fuente: Elaboración Propia.

2.4.2. Políticas empresariales

Las políticas de una organización son consideradas un conjunto de directrices, que se establecen mediante una serie de normas que la empresa se compromete a cumplir.

Las políticas de Comercializadora de Frutas Deshidratadas SAC son:

- ✓ Estamos comprometidos con una política de calidad que persigue la Mejora Continua.
- ✓ Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- ✓ Ofrecer productos de buena calidad y con excelencia para nuestros clientes y así obtener una imagen aceptada para ellos.
- ✓ Contar con personal calificado y comprometido con su trabajo.

- ✓ Cumplir con las leyes, reglamentos y normas relativas al medio ambiente y tomar medidas preventivas contra la contaminación del medio ambiente.
- ✓ Amabilidad en el servicio y agilidad en los procesos
- ✓ Proteger y preservar la salud y seguridad de los trabajadores, proveedores, terceros, visitantes y partes interesadas de COMERPERU FRUITS.
- ✓ Todas nuestras materias primas se miden bajo normas de calidad establecidas y cada proveedor debe cumplir con las normas de calidad.
- ✓ Optimizar el funcionamiento de los procesos a través de la calidad y la eficiencia.
- ✓ Alcanzar el respeto y la confianza del cliente.

2.4.3. Análisis Externo

Consiste en la identificación de cambios y tendencias que suceden en el entorno de una empresa, y que van más allá de su control. El objetivo es detectar oportunidades que puedan beneficiar a la organización y amenazas que podrían perjudicarla.

2.4.3.1. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL está conformado por ciertos factores y cada uno de ellos se centra en diversas variables, este análisis consiste en detallar de la mejor manera el entorno en el que operara la organización en función de aspectos políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos, jurídico-legales y otros que, de alguna u otra forma, tengan alguna incidencia. (EAE Business School, 2017).

A continuación, se desarrolla el análisis en relación a nuestro país destino que es Holanda:



Gráfico 3: Análisis de PESTEL.

Fuente: Santander, Elaboración Propia.

2.4.3.2. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Estas fuerzas o factores claves del entorno se suelen clasificar en fuerzas económicas, fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales, fuerzas políticas, gubernamentales y legales, fuerzas tecnológicas, y fuerzas de acción directa:

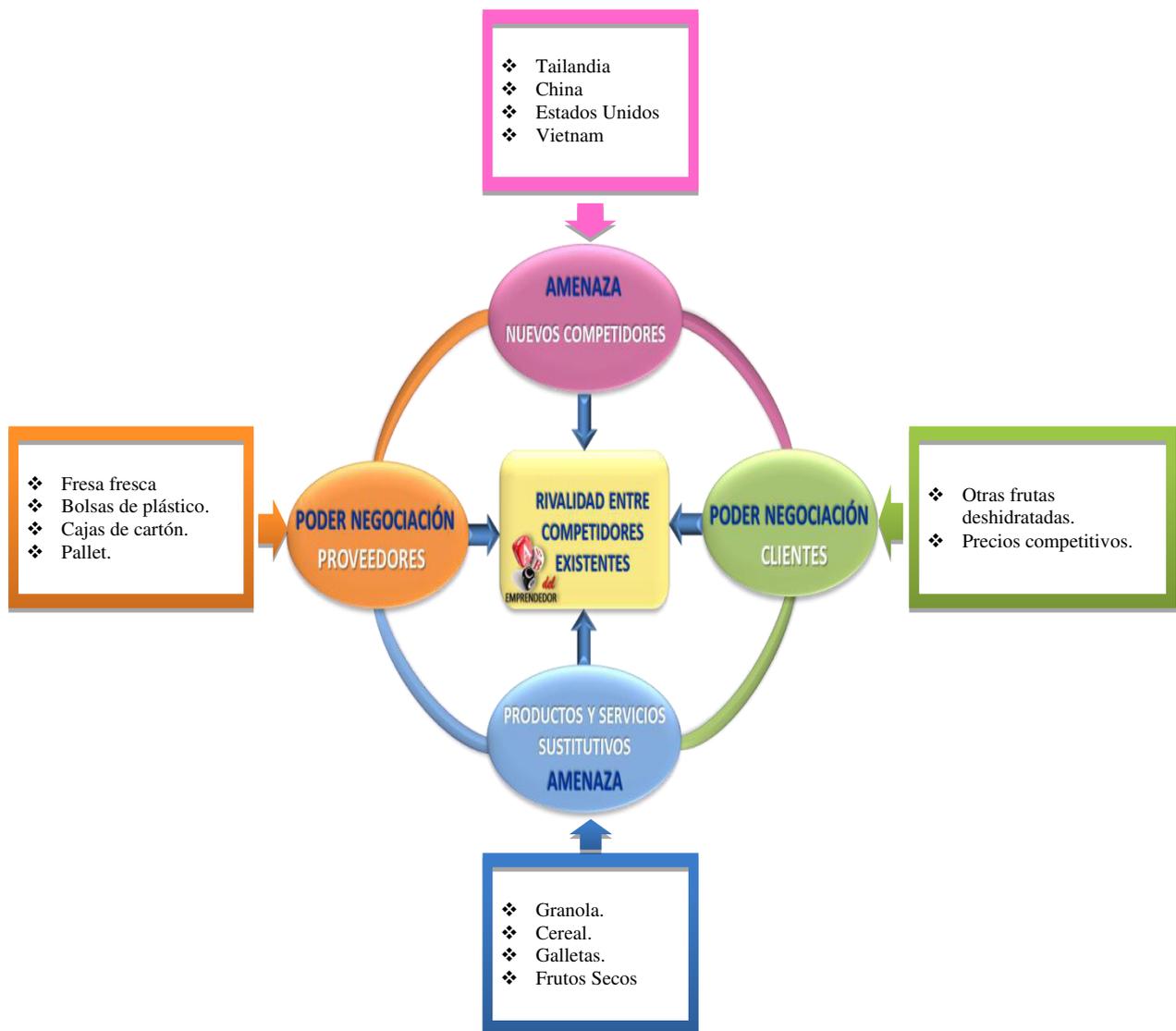


Gráfico 4: Cinco fuerzas de Porter.
Fuente: Elaboración Propia.

El poder de negociación de los proveedores.

Actualmente, existen varios proveedores, que nos pueden brindar la materia prima e insumos para poder elaborar y comercializar la fresa deshidratada, por lo cual tenemos un alto poder de negociación con los proveedores.

El poder de negociación de los compradores.

La demanda de las frutas deshidratadas en presentación de snack es alta en el país destino, ya que manejan un estilo de vida “on the go”, que quiere decir, que tienden a ingerir alimentos durante los desplazamientos rutinarios. Por lo cual el poder de negociación de los compradores es alto.

La amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de nuevos productos para la fresa deshidratada en presentación de snack si es alta, ya que existen otros productos que pueden sustituirlo, la única ventaja es que su demanda es alta y tiene un alto valor nutricional.

Amenaza de nuevos competidores.

La amenaza de nuevos competidores es alta, ya que existen otros comercializadores que ofrecen el mismo producto, de diferente calidad y precio. Pero como la demanda es alta, esta puede variar depende las preferencias del consumidor final.

2.4.3.3. Determinación de oportunidades y amenazas

En la tabla N° 2, se detallan las oportunidades y amenazas de la organización, con el fin de realizar una evaluación de los factores externos. Primero le hemos asignado un peso relativo de 0 a 1.0 y una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores considerados.

Tabla 2: Matriz de evaluación de los factores externos - MEFE.

MATRIZ EFE - FACTORES EXTERNOS			
FACTORES CLAVES	PESO	PONDERACIÓN	TOTAL
OPORTUNIDADES			
Introducirse al mercado de la industria alimentaria.	0.09	4	0.36
Exportación del producto a otros estados de EUROPA.	0.09	4	0.36
Expandir la línea del negocio, introduciendo nuevas frutas.	0.15	3	0.45
Crecimiento de la demanda de snack saludables.	0.12	3	0.36
Aceso a nuevas tecnologías.	0.08	2	0.16
Sub total	0.53		1.69
AMENAZAS			
Mayor cantidad de competidores nuevos.	0.12	4	0.48
El incremento del costo de la materia prima(fresa fresca).	0.15	4	0.6
Empresas con precios menores.	0.11	3	0.33
Marketing de competidores aliados.	0.09	2	0.18
Sub total	0.47		1.59
TOTAL	1		3.28

Fuente: Elaboración propia.

Según el resultado total, las oportunidades tienen un peso ponderado total mayor que las amenazas. Lo cual es favorable.

2.4.4. Análisis interno

2.4.4.1. Recursos y capacidades

El análisis interno de la empresa se basa en sus potenciales internos (recursos y capacidades) como soporte para establecer ventajas competitivas.

Recursos tangibles

- ❖ Equipos de cómputo (2 laptop, 2 computadoras y 1 impresora)
- ❖ Muebles y enseres (escritorios, sillas, archivadores y telefonía)
- ❖ Financieros (préstamo bancario)

Recursos intangibles

❖ Recursos Humanos

- Gerente General.
- Jefe Comercial.
- Jefe de Logística y Operaciones.
- Asistente de Logística.

Capacidad de exportación.

La capacidad exportadora es limitada, ya que somos una empresa nueva que recién se está constituyendo y falta financiamiento para cubrir grandes pedidos, en lo cual debemos trabajar en elaborar un buen plan de exportación para que potenciales inversionistas inviertan en nuestra empresa.

Capacidad de producción.

El proceso de producción será tercerizado por una maquila, que nos entregara el producto final. A nivel nacional existen muchas empresas que brindan dicho servicio, pero escogeremos a las que cumplan con las certificaciones y normas de calidad establecidas.

Capacidad de logística.

Existe una gran variedad de proveedores en el mercado que ofrecen los insumos que requerimos para la elaboración del producto. Por lo cual evaluaremos la calidad y capacidad que tenga cada uno de ellos para cumplir con nuestra demanda y no perjudicar la cadena logística.

Capacidad de recursos humanos.

Actualmente, la empresa cuenta con 4 colaboradores, por la cantidad de ventas proyectadas que tendremos, la cantidad de colaboradores es suficiente para asegurar el funcionamiento de la empresa.

2.4.4.2. Determinación de Fortalezas y Debilidades

En la tabla N° 3, se detallaran las fortalezas y debilidades de la organización, con el fin de realizar una evaluación de los factores internos. Primero le hemos asignado un peso relativo de 0 a 1.0 y una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores considerados.

Tabla 3: Matriz de evaluación de factores internos – MEFI.

MATRIZ EFI - FACTORES INTERNOS			
FACTORES CLAVES	PESO	PONDERACIÓN	TOTAL
FORTALEZAS			
Producto 100% natural	0.15	4	0.6
Capital de trabajo adecuado.	0.12	2	0.24
Know How en comercio exterior.	0.13	3	0.39
Buena relación Calidad/Precio	0.14	3	0.42
Sub total	0.54		1.65
DEBILIDADES			
Somos una empresa nueva que carece de experiencia.	0.12	4	0.48
Los consumidores poseen baja lealtad a la empresa	0.12	4	0.48
Bajo poder de negociacion.	0.13	3	0.39
Poco rendimiento de la fruta(una vez liofilizada pierde peso).	0.09	2	0.18
Sub total	0.46		1.53
TOTAL	1		3.18

Fuente: Elaboración Propia.

Según el resultado total, las fortalezas tienen un peso ponderado total mayor que las debilidades. Lo cual es favorable, ya que se busca disminuir las debilidades de manera que se cumplan las fortalezas.

2.4.5. Determinación de la Matriz FODA

Tabla 4: Matriz FODA.

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES(D)
		1. Producto 100% natural. 2. Capital de trabajo adecuado. 3. Know How en comercio exterior. 4. Buena relación Calidad/Precio
OPORTUNIDADES(O)	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Introducirse al mercado de la industria alimentaria. 2. Exportación del producto a otros estados de Europa. 3. Expandir la línea de negocio. 4. Crecimiento de la demanda de snack saludables 5. Acceso a nuevas tecnologías.	1. Mantener los estándares de calidad y eficiencia. (O5, F4) 2. Diversificación de líneas de productos y continua creación e innovación de otras frutas.(F1,O3,O2,O4) 3. Organización de charlas periódicas sobre nuevas tecnologías.(F4,O5)	1. Mejorar la captación y fidelización de clientes externos.(D2,O2,O4) 2. Creación de una página web, para poder dar a conocer el producto mediante el internet.(D1,D2,O3,O4,O5) 3. Crear sucursales dentro y fuera del país, expandir el negocio aprovechando el crecimiento de la demanda del producto.(D1,D3,D4,O1,O2,O3,O4)
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Mayor cantidad de competidores nuevos. 2. El incremento del costo de la materia prima (fresa fresca). 3. Empresa con precios menores. 4. Marketing de competidores aliados.	1. Potenciar y integrar un equipo especializado en logística de exportación.(F2,F3,A2,A3) 2. Establecimiento de relaciones duraderas con proveedores.(F2,A2,A3) 3. Mejorar la fidelización y confidencialidad de los empleados.(F2, F4,A1,A3,A4)	1. Mejorar la publicidad de acuerdo a logros.(D1,A4) 2. Aprovechar y difundir las nuevas tecnologías.(D2,D4,A1,A4). 3. Incrementar la cobertura de nuestro producto en mercados existentes, participando en Ferias internacionales clave.(D1,D3,A1,A3,A4)

Fuente: Elaboración Propia.

2.4.6. Determinación de objetivos

Objetivos General:

El principal objetivo que tiene la empresa, es brindarle al consumidor Holandés, una alternativa de snack de fruta saludable y nutritiva que aporte a su buena alimentación.

Objetivos específicos:

- Rentabilidad: Alcanzar una rentabilidad no menor al 20% con relación al costo dentro de 5 años con la fresa deshidratada tipo snack.
- Posicionamiento en el mercado: Alcanzar por parte de los distribuidores el mayor reconocimiento como una de las empresas proveedoras de productos de alta calidad en el mercado de Holanda.
- Productividad: Cumplir con los tiempos y plazos de entrega acordados con nuestros clientes.
- Aumentar las ventas: Se necesita aumentar nuestras ventas en un 5% para el siguiente año.

2.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características

En el Perú las Mype están reguladas bajo la Ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo No. 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Docente, el Texto Único Ordenado a la Ley No. 1086, aprobada por Decreto Supremo No. 007-2008-TR y la Ley No. 30056 que es la modificatoria a la Ley 28015. (GARCIA PEREZ, CASTILLO GALVEZ, CARRANZA UGARTE, & MASCO COSMOPOLIS , 2008)

En la tabla N° 5, se detallan las principales características de la micro y pequeña empresa:

Tabla 5: Características de la Micro y Pequeña Empresa

BENEFICIO	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
NIVEL ANUAL DE VENTAS	Hasta 150 UIT	Superior a 150 UIT, hasta 1700 UIT
N° DE TRABAJADORES	De 1 a 10	De 1 a 100
REMUNERACION	Como mínimo la RMV	Como mínimo la RMV
VACACIONES	15 días calendario por año completo de servicio	15 días calendario por año Completo de servicio
DESCANSO SEMANAL	24 Horas	24 Horas
CTS	No tiene derecho	1 remuneración
GRATIFICACIONES	No tiene derecho	2 gratificaciones equivalentes a una Remuneración
UTILIDADES	No tiene derecho	Si tiene derecho
ES SALUD	9% de la remuneración	9% de la remuneración
AFP	13% de la remuneración	13% de la remuneración
INDEMNIZACION POR DESPIDO ARBITRARIO	10 remuneración diarias por cada año completo de servicios, con el tope de 90 remuneraciones diarias	20 remuneración diarias por cada año completo de servicios, con el tope de 120 remuneraciones diarias
RÉGIMEN TRIBUTARIO	RER 1.5% de sus ingresos netos mensual	Impuesto a la Renta 28%

Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo.

Elaboración: Propia

COMERPERU FRUITS, se registrara en la Remype, como una microempresa, ya que contaremos con solo 4 trabajadores y al ser nuevos en el mercado, las ventas del primer año no superaran las 150 UIT.

Para poder registrarnos en la Remype, debemos seguir los siguientes pasos:

1. Accede a la página Web del Ministerio de trabajo y promoción del Empleo www.mintra.gob.pe.
2. Accede al enlace de Remype con tu número de RUC y clave SOL.
3. Confirmar los datos de la empresa.
4. Ingresa los datos de tus trabajadores y su modalidad contractual.
5. Imprimir la constancia.

2.6. Estructura Orgánica

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC tendrá un organigrama vertical simple, este tipo de organigrama es el más implementado en las organizaciones

nuevas, ya que las unidades se despliegan de arriba hacia abajo, y la persona de mayor jerarquía es la que encabeza la estructura, dándole la autoridad de supervisar y controlar de cerca las actividades de los demás departamentos.

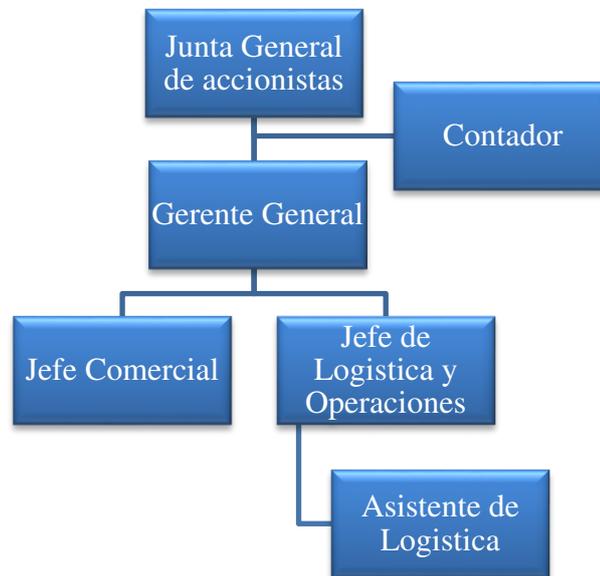


Gráfico 5: Estructura organizacional de COMERPERU FRUITS.
Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detallan las funciones que desarrollaran cada integrante de la organización:

Gerente General

- ✦ Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización.
- ✦ Determinar los objetivos y metas específicas de la organización.
- ✦ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- ✦ Desarrollar planes de acción a corto, mediano y largo plazo de la organización.
- ✦ Supervisar constantemente los principales indicadores de la actividad de la organización a fin de tomar decisiones adecuadas.

Jefe Comercial

- ✦ Mantener la imagen de la empresa a la vanguardia del mercado. Debiendo promover la misma de manera externa e interna en la Organización.

- ✦ Atender al Cliente, logrando la total fidelización del mismo para con la organización.
- ✦ Liderar y acompañar al equipo de Ventas, debiendo cumplir con las metas trazadas por la Gerencia General de la Organización.
- ✦ Captación de nuevos y potenciales Clientes.
- ✦ Asesorar a la Gerencia General en materia de mensajes de difusión interna y externa.
- ✦ Generar información institucional.

Jefe de Logística y Operaciones

- ✦ Planificar la estrategia para las actividades de suministro de la empresa (transporte, almacenaje, distribución) con el fin de garantizar la satisfacción del cliente.
- ✦ Coordinar y controlar los procesos logísticos.
- ✦ Servir de enlace y negociar con otros departamentos, proveedores, fabricantes, empresas de transporte, clientes y minoristas.
- ✦ Planificar, desarrollar y aplicar los correspondientes procedimientos de salud y seguridad en relación con el movimiento y almacenaje de mercancías.
- ✦ Mantener antecedentes actualizados sobre acuerdos y tratados comerciales internacionales.

Asistente de Logística

- ✦ Recibir y procesar las solicitudes de compras
- ✦ -Solicitar a los proveedores notas de crédito o débito por error en el precio, cambios, devoluciones o cambios de factura.
- ✦ Elaborar, mantener y actualizar la base de datos de los proveedores de bienes y servicios de la Organización.
- ✦ Dar soporte al jefe de logística.

Contabilidad – Externa

- ✦ Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión.
- ✦ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas. Preparar y presentar las declaraciones tributarias.
- ✦ Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen las empresas y las instituciones.

2.7. Cuadro de asignación de personal

Tabla 6: Asignación de salario de los colaboradores.

CARGO LABORAL	SALARIO MENSUAL(SOLES)
Gerente General	3,000.00
Jefe Comercial	1,500.00
Jefe de Logística y Operaciones	1,500.00
Asistente de Logística	900.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Datos para calcular la planilla de sueldos.

CONCEPTO	SNP/ ONP	PRIMA	HABITAT	INTEGRA	PROFUTURO	ESSALUD	A. FAMILIAR	RMV
APORTE OBLIGATORIO	13%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	9%	10%	850.00
COMISIÓN % SOBRE R.		0.18%	0.38%	0.90%	1.07%			
PRIMA SEGURO		1.36%	1.36%	1.36%	1.36%			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: Elaboración de la planilla de sueldos de COMERPERU FRUITS.

ORDEN	CARGO LABORAL	ASIGNACIÓN FAMILIAR	INGRESOS DEL TRABAJADOR			TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA	RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR							REMUNERACIÓN NETA	APORTACIONES DEL EMPLEADOR		
			SUELDO BÁSICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	OTRO		SNP / ONP	SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP				Otros dsc tos.	TOTAL DSCTO		ESSALUD	TOTAL APORTES	
								AFP	Aporte obligatorio	Comisión % sobre R.	Prima de seguro						
01	Gerente General	NO	3,000.00	-	-	3,000.00	No	-	HABITAT	300.00	11.40	40.80	-	352.20	2,647.80	270.00	270.00
02	Jefe Comercial	SI	1,300.00	85.00	-	1,385.00	No	-	HABITAT	138.50	5.26	18.84	-	162.60	1,222.40	124.65	124.65
03	Jefe de Logística y Operaciones	NO	1,300.00	-	-	1,300.00	No	-	HABITAT	130.00	4.94	17.68	-	152.62	1,147.38	117.00	117.00
04	Asistente de Logística	NO	900.00	-	-	900.00	No	-	HABITAT	90.00	3.42	12.24	-	105.66	794.34	81.00	81.00
TOTALES S/.			6,500.00	85.00	-	6,585.00				658.50	25.02	89.56	-	773.08	5,811.92	592.65	592.65

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma jurídica empresarial

Para realizar la elección de la forma jurídica, es necesario conocer el tipo societario que más se ajuste a las necesidades de la empresa, por ello se presenta una breve comparación de los tipos de sociedades.

Tabla 9: Comparación de tipos de sociedades.

	SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	SOCIEDAD ANÓNIMA ABIERTA	SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	SOCIEDAD ANÓNIMA
CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 socios participacionistas	Es aquella que realizó oferta primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones, tiene más de 750 accionistas, más del 35% de su capital pertenece a 175 o más accionistas, se constituye como tal o sus accionistas deciden la adaptación	De 2 a 20 accionistas.	2 accionistas como mínimo. No existe número máximo.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Abierta", o de las siglas "S.A.A."	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima", o de las Siglas "S.A."
ÓRGANOS	Junta General de Socios y Gerencia	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.
CAPITAL SOCIAL	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.	Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Indeterminada	Determinado o Indeterminado	Determinado o Indeterminado	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: Pro inversión
Elaboración Propia

La forma jurídica empresarial elegida para COMERCIALIZADORA DE FRUTA DESHIDRATADA SAC, será Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), ya que es la personería recomendada para los pequeños empresarios que se inician en la actividad económica del comercio.

2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC, no comercializará con marca propia, sino que lo hará con marca blanca, es decir comercializaremos el producto bajo

la marca propia de la cadena distribuidora, quienes serán nuestros clientes, estos serán los intermediarios o brókeres internacionales.

Pero en un futuro, buscara posicionarse con una marca propia, y de ser así deberá realizar el siguiente trámite:

- 1) Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- 2) Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s). Para el caso de personas jurídicas se debe consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- 3) Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- 4) Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- 5) Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen.
- 6) Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

Finalmente, se realiza el pago cuyo costo es equivalente al 13,90% de la UIT, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen. Adjuntar constancia la constancia de pago del derecho de trámite.

INDECOPI tiene 15 días hábiles para dar su conformidad y de haber alguna observación otorgará 60 días a fin que se regularicen la documentación faltante. Si no hay observación alguna se procede a publicarse en El Peruano. La vigencia del registro es de 10 años. (INDECOPI, 2016)

2.10. Requisitos y trámites municipales

2.10.1. Licencia de Funcionamiento

La empresa está ubicada en el distrito del Callao, por lo cual el trámite de la licencia de funcionamiento, se tramitara en la Municipalidad Provincial del Callao.

Los requisitos generales son los siguientes:

- Llenado del Formulario Único de tramite – FUT.
- Declaración jurada de Observancia de Defensa Civil (hasta 100 mts²).
- Copia del certificado de seguridad en edificaciones – ITSE según corresponda (Establecimientos que superen los 500 mts², y la actividad lo requiera).
- Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- Vigencia de poder del representante legal (cuando el solicitante sea una persona jurídica).
- Copia simple de la Autorización Sectorial correspondiente.
- Pago de la tasa estipulada en el TUPA.
- Debe contar con carta poder con firma legalizada notarialmente (persona jurídica).
- El solicitante debe contar con RUC vigente.
- El costo de la licencia es S/ 184.40 (LIC. IND. DE 0 A 100 m²).
- La licencia de funcionamiento se entregada dentro de los 15 días calendarios del ingreso de la solicitud por Mesa de Partes. (MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO, 2017)

2.10.2. Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones – ITSE

Posterioridad a la emisión de Licencia de Funcionamiento se debe presentar ante la Municipalidad provincial del Callao, el formato de Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones.

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Una vez creada la organización es necesario contar con el registro único de contribuyente (RUC), el cual es un número de 11 dígitos que identifica a cada contribuyente, y contiene información de la empresa.

Para el RUC de personas jurídicas es necesario realizar el trámite de manera presencial en las oficinas de SUNAT, con los siguientes requisitos:

- El documento de identidad del representante legal.
- El recibo de algún tipo de servicios o del autovalúo, para sustentar el domicilio fiscal.
- La partida registral certificada por Registros Públicos, de una antigüedad menor a los 30 días.
- Si declaras establecimiento(s) anexo(s), debes llevar uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo en original y copia simple. (RPP NOTICIAS, 2015)

Luego se tiene que escoger un régimen tributario, para esto se debe tomar en cuenta las obligaciones formales que se adecuen a la empresa.

Actualmente, en el país existen 4 regímenes tributarios, a continuación se detallan algunas características de cada uno de ellos:

a) **Régimen Único Simplificado (RUS)**

En este régimen solo pueden acogerse las personas naturales que realicen ventas de mercancías o servicios a consumidores finales.

- Los Ingresos Brutos y el monto de las compras no sean mayor a S/ 360,000 soles anuales y los ingresos mensuales no deben superar los S/ 30,000 soles.
- El valor de los activos fijos no sean mayor a S/ 70,000.
- Deben realizar actividades en un solo establecimiento.
- Tipos de comprobante a emitir: Boletas de Venta, tickets y máquinas registradoras sin derecho al crédito fiscal.
- No es obligatorio contar con libros de contabilidad legalizados.
- El pago de las cuotas mensuales y las rectificatorias se realizan sin formularios en las instituciones bancarias.

CATEGORÍA	PARÁMETROS		CUOTA MENSUAL (S/.)
	TOTAL DE INGRESOS MENSUALES (hasta S/.)	TOTAL DE ADQUISICIONES MENSUALES (hasta S/.)	
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

Figura 4: Categorías del nuevo RUS.

Fuente: Site, 2017.

En la Figura N° 4, se pueden observar las categorías, que tiene este régimen, y el monto de las cuotas mensuales a pagar que varían en relación a su total de ingresos y adquisiciones

mensuales. El objetivo de este régimen es facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los pequeños contribuyentes.

b) Régimen Especial Del Impuesto A La Renta (RER)

Este régimen tributario va dirigido a personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de actividades comerciales o industriales y de servicio.

- El monto de sus ingresos netos no debe superar los S/ 525,000 soles anuales.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios y vehículos, no debe superar los S/ 126,000 soles.
- La organización sólo puede tener un máximo de 10 empleados.
- No realizar ninguna de las actividades que están prohibidas en el RER.
- Tipos de comprobante a emitir: Facturas, boletas de Venta, tickets emitidos por máquinas registradoras que dan derecho al crédito fiscal y factura Electrónica a través de SUNAT Virtual.
- Sólo se llevan 2 registros contables: registro de compras y registro de ventas.
- El impuesto a la Renta es 1.5% de sus ingresos netos mensuales. El pago de esta cuota mensual es de carácter cancelatorio.
- Se paga el IGV en las ventas, pero se deduce como crédito fiscal el IGV pagado en las compras. (SUNAT, 2016)

c) Régimen General de Impuesto a la renta (RG)

En este régimen pueden acogerse las personas naturales, sucesiones indivisas, asociaciones de hecho de profesionales, personas jurídicas, sociedades irregulares, contratos asociativos que lleven contabilidad independiente.

- Es régimen con un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados.
- Es fuente generadora de renta: Capital y Trabajo.
- Se tiene que sustentar sus gastos.
- Se debe realizar pagos a cuenta mensuales por el Impuesto a la Renta.
- Se presenta Declaración Anual.
- Tipos de comprobante a emitir: facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, notas de crédito, notas de débito, guías de remisión remitente y guías de remisión transportista
- I.G.V es 18 % del valor de venta, con deducción del crédito fiscal.
- El impuesto a la Renta es 30% sobre la renta neta.
- Hasta 150 UIT de ingresos brutos anuales (sólo se llevan 3 registros contables: registro de compras y registro de ventas y libro Diario de Formato Simplificado). Ingresos brutos anuales mayores a 150 UIT (Contabilidad completa).

d) Régimen MYPE Tributario

Este régimen comprende a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable. (DEPERU, 2017)

La SUNAT incorporará de oficio a los contribuyentes que al 31.12.2016 hubieren estado tributando en el Régimen General y cuyos ingresos netos del ejercicio 2016 no superaron las 1700 UIT, salvo que se hayan acogido al Nuevo RUS o Régimen Especial, con la declaración correspondiente al mes de enero del año 2017.

También serán incorporados de oficio aquellos contribuyentes que al 31.12.2016 hubieran estado acogidos al Nuevo RUS en las categorías 3, 4 y 5 o tengan la condición de EIRL acogidas a dicho régimen, siempre que no hayan optado por acogerse en enero del 2017 al NRUS (categorías 1 y 2), Régimen Especial o Régimen General.

Asimismo, de acuerdo a la norma también pueden acogerse de manera voluntaria los contribuyentes que se encuentren en cualquiera de los regímenes ya existentes.

Después de realizar el análisis de los regímenes tributarios, COMERCIALIZADORA DE FRUTA DESHIDRATADA SAC, se acogerá al Régimen Especial Del Impuesto A La Renta (RER), por ser una empresa nueva en la sociedad y de acuerdo a los beneficios que este régimen otorga, es lo más recomendable.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La Planilla Electrónica (PLAME) es un medio informático utilizado por la SUNAT, el cual servirá para manejar toda la información referente a los pagos mensuales de los trabajadores y todo lo relacionado a sus actividades dentro del marco laboral como el sobre tiempo, rentas de 4ta categoría y conceptos tributarios en general.

A continuación, los datos para realizar el PLAME:

- ❖ Apertura de libro de planillas cancelando el 1% de una UIT (4,050 soles).
- ❖ Determinación de tipos de contratación: plazo indefinido o determinado, locación de servicios.
- ❖ Inscribir a los colaboradores en Seguro Integral de Salud ó EsSalud.
- ❖ Aporte voluntario u opcional por parte del colaborador.

PDT PLAME V.3.1 Release (1)

PDT Planilla Electrónica - PLAME

>> Declaraciones Juradas >> Nueva declaración >> Detalle de Declaración >> Trabajadores

? [Cerrar Sesión](#) [Salir](#)

Empleador

Declaraciones Juradas

Nueva declaración >>

Declaraciones registrad... >>

Declaraciones generadas >>

Reportes

Parámetros

Utilitarios

Ayuda

Información General **Detalle de Declaración** Determinación de la Deuda

RUC: 20516325151 COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC

Trabajadores Pensionista Personal en For... Personal Tercer... PS 4ta Categoría

Filtrar por: Nombre Buscar Mostrar todos

Tip.Doc. - Num.Doc.	Apellidos y Nombres	Dias Lab.	Ingresos	Descuentos	Aporte Trab.	Neto a Pagar	Aporte Empl.	Editar detalle	Est
01-47566630	JANO GARCIA LESSLY	3	3,000	0.00	352.2	2647	270.0		
01-76345637	FLORES SOTO MANU	3	1,385	0.00	162.6	1222.	124.6		
01-86422342	CHIMOY AYALA CARL	3	1,300	0.00	152.6	1147.	117.0		
01-89067564	CARBAJAL PAREDES	3	900	0.00	105.6	794.3	81.00		

Importar archivo Validar Guardar

Con conexión a Internet | RUC: 20516325151 | Nombre / Razón Social: COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC | Periodo: 05/2017

Figura 5: Planilla electrónica de COMERPERU FRUITS.
Fuente: Sunat. Elaboración Propia.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

El régimen laboral especial fue creado por la Ley N° 28015 que promueve la formalización y desarrollo de las microempresas, facilita el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores. A continuación, se detalla una serie de características de ambos Regímenes:

Tabla 10: Características del Régimen General y Régimen Especial.

REGÍMEN	RÉGIMEN GENERAL	RÉGIMEN ESPECIAL
REMUNERACIÓN	S/. 850.00	S/. 850.00
JORNADA-HORARIO	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales
JORNADA NOCTURNA	RMV + sobretasa 35%. Para remuneraciones mayores a S/.675 no se aplica la sobretasa	No se aplica si es habitual.
DESCANSO SEMANAL Y FERIADOS	24 horas continuas y pago por sobretiempo	24 horas continuas y pago por sobretiempo
VACACIONES	30 días, reducción a 15 días por "compra de vacaciones".	15 días, reducción a 7 días.
DESPIDO ARBITRARIO	1 1/2 remuneración por año. Tope 12 remuneraciones. Fracciones se pagan en dozavos y treintavos.	1/2 remuneración por año. Tope 06 remuneraciones. Fracciones se pagan en dozavos.
INDEMNIZACIÓN ESPECIAL	2 remuneraciones por año. Fracciones se pagan por dozavos y treintavos: remuneraciones. Este beneficio sólo es para los trabajadores del Régimen General cesados y reemplazados por trabajadores del Régimen Laboral Especial (Art. 57 Ley 28015)	NO HAY
SEGURO SOCIAL	Trabajador es asegurado regular	Trabajador y conductor es asegurados regulares.
PENSIONES	El trabajador decide el sistema pensionario	Trabajador y conductor además deciden si aportan al sistema pensionario

Fuente: Deperu, 2017; Elaboración Propia.

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADS SAC, se acogerá al régimen laboral especial, ya que se puede contratar personal nuevo o incorporar en la planilla a aquellas personas que se encuentran laborando en la microempresa.

Como Microempresa, las obligaciones que nos corresponde para con nuestros colaboradores son:

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, plantean una serie de modelos de contrato, dependiendo el sector y modalidad de las empresas.

En COMERPERU FRUITS, el tipo de contrato a utilizar será Contrato de trabajo sujeto a modalidad por necesidad de mercado. Se realizaran de manera escrita, serán presentados ante el MINTRA, serán por un plazo fijo, que no debe superar los 5 años.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

Algunos de os contratos que utilizaremos, durante el funcionamiento de la organización son:

Contratos con proveedores de insumos.

Establecer todas las condiciones necesarias, para poder llevar una buena relación con nuestros proveedores. Definir fechas de entrega, cantidades, forma de pago, duración del contrato y otros.

Contrato de alquiler de oficina.

El lugar donde funcionara la empresa, es un local alquilado. El monto acordado es de S/ 1,100.00 soles mensuales, garantía y el tiempo de duración será de 1 año.

Contrato con clientes (Importadores)

Al ser una empresa exportadora, negociaremos un contrato con nuestro cliente del país destino, con el fin de minimizar riesgos y establecer responsabilidades.

Contratos financieros.

Para poder llevar a cabo el proyecto, se financiara la suma de S/ 144,221.00 soles. Por lo cual existirá un contrato con la entidad financiera.

El fin de dichos contratos, es establecer las medidas y sanciones que se tomaran, si una de las partes no cumple con lo establecido.

La responsabilidad civil

La Ley General de Sociedades establece que los accionistas deben ejercer sus funciones con la diligencia de un ordenado comerciante y de un representante leal, debiendo guardar reserva respecto de los negocios de la sociedad y de la información social a que tengan acceso, aun después de cesar en sus funciones.

Entonces los accionistas son responsables por los daños y perjuicios que la organización cause a la sociedad, ya sea por los acuerdos o actos que realicen en contra de las normas legales o estatutarias, o por actos realizados en forma dolosa o negligente.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del producto

El producto a comercializar es la fresa deshidratada en Snack. Este producto contiene grandes beneficios para la salud, debido a su contenido en fibra soluble con lo cual facilita el tránsito intestinal. Además, su elevado contenido en fibra alimentaria impide el depósito de colesterol

en las paredes de las arterias. La presentación final será en bolsas de polietileno con cierre hermético de 80 gr de contenido.



Figura 6: Imagen Del Producto.
Fuente: Internet

3.1.1. Clasificación arancelaria.

3.1.1.1. Subpartida Nacional en Perú.

Según el DECRETO SUPREMO N° 342-2016-EF, en el cual aprueban el ARANCEL DE ADUANAS 2017 y entro en vigencia desde este año, la estructura arancelaria para poder clasificar la fresa deshidratada es la siguiente:

Tabla 11: Clasificación Arancelaria

DENOMINACIÓN	DÍGITOS
SECCIÓN:II PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL	
Capitulo:	8- Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.
Partida al Sistema Armonizado:	08.13 - Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas nos 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.
Subpartida al Sistema Armonizado	0813.40- Las demás frutas u otros frutos
Sub-partida Nandina	0813.40.00- Las demás frutas u otros frutos
Sub-partida Nacional	0813.40.00.00- Las demás frutas u otros frutos

Fuente: Arancel de Aduanas 2017
Elaboración Propia.

La partida Arancelaria del producto es 0813.40.00.00. Según la Página Web de la Sunat, podemos obtener más información en relación a la partida asignada:

SECCIÓN:II PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO:8Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL **0813.40.00.00** ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAÍS

<p>08.12 Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo: con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada de otras sustancias para dicha conservación), pero todavía impropios para consumo inmediato.</p> <p>0812.10.00.00- Cerezas</p> <p>0812.90 - Los demás:</p> <p>0812.90.20.00- Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas</p> <p>0812.90.90.00 - Los demás</p> <p>08.13 Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas nos 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.</p> <p>0813.10.00.00- Damascos (albaricoques, chabacanos)</p> <p>0813.20.00.00- Ciruelas</p> <p>0813.30.00.00- Manzanas</p> <p>0813.40.00.00- Las demás frutas u otros frutos</p> <p>0813.50.00.00- Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo</p> <p>08.14 Cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías, frescas, congeladas, secas o presentadas en agua salada, sulfurosa o</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr style="background-color: #e0f2f1;"> <td style="width: 30%;">TIPO DE PRODUCTO:</td> <td>LEY 29666-IGV 20.02.11</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Gravámenes Vigentes</td> </tr> <tr> <td style="width: 70%;">Ad / Valorem</td> <td style="text-align: right;">Valor</td> </tr> <tr> <td>Impuesto Selectivo al Consumo</td> <td style="text-align: right;">6%</td> </tr> <tr> <td>Impuesto General a las Ventas</td> <td style="text-align: right;">0%</td> </tr> <tr> <td>Impuesto de Promoción Municipal</td> <td style="text-align: right;">16%</td> </tr> <tr> <td>Derecho Especificos</td> <td style="text-align: right;">2%</td> </tr> <tr> <td>Derecho Antidumping</td> <td style="text-align: right;">N.A.</td> </tr> <tr> <td>Seguro</td> <td style="text-align: right;">N.A.</td> </tr> <tr> <td>Sobretasa</td> <td style="text-align: right;">2.5%</td> </tr> <tr> <td>Unidad de Medida:</td> <td style="text-align: right;">0%</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">(*)</td> </tr> </table> <p style="text-align: center; font-size: small;">N.A.: No es aplicable para esta subpartida</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">OTROS REQUISITOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN CON OTROS PAISES.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">CORRELACIONES</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">CONVENIOS</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">RESTRICCIONES</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">DESCR. MINIMAS</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">IND.CRITERIOS</div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 5px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">RESOL. CLASIF.</div> </div>	TIPO DE PRODUCTO:	LEY 29666-IGV 20.02.11	Gravámenes Vigentes		Ad / Valorem	Valor	Impuesto Selectivo al Consumo	6%	Impuesto General a las Ventas	0%	Impuesto de Promoción Municipal	16%	Derecho Especificos	2%	Derecho Antidumping	N.A.	Seguro	N.A.	Sobretasa	2.5%	Unidad de Medida:	0%		(*)
TIPO DE PRODUCTO:	LEY 29666-IGV 20.02.11																								
Gravámenes Vigentes																									
Ad / Valorem	Valor																								
Impuesto Selectivo al Consumo	6%																								
Impuesto General a las Ventas	0%																								
Impuesto de Promoción Municipal	16%																								
Derecho Especificos	2%																								
Derecho Antidumping	N.A.																								
Seguro	N.A.																								
Sobretasa	2.5%																								
Unidad de Medida:	0%																								
	(*)																								

Figura 7: Tratamiento Arancelario por Subpartida nacional.
Fuente: Sunat

3.1.1.2. Partida Arancelaria en Holanda.

Según el portal de Santander, la partida del producto en el país destino es 0813.40.95.00.

Las autoridades aduaneras nacionales completan el código HS de 6 dígitos, para obtener una clasificación más detallada de los productos. Este número, que consta de 8 o más dígitos, es esencial para determinar los impuestos y tasas vigentes en el país de destino de las mercancías. De este número dependen también diversos trámites y disposiciones nacionales (sanitarias o comerciales). Le será indispensable al llenar sus declaraciones de aduana y deberá aparecer en sus documentos de envío, tales como la factura comercial o el certificado de origen.

Para ayudarle a identificar su código local de nomenclatura, le proponemos tres métodos de búsqueda:

Pais de clasificación

Haga clic en los principales capítulos de la clasificación neerlandesa para encontrar la descripción de su producto:

Section II	Vegetable products
Chapter 08	Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons
0813	Fruit, dried, other than that of headings 0801 to 0806; mixtures of nuts or dried fruits of this chapter :
0813.40	- Other fruit :
0813.40.10.00	- - Peaches, including nectarines
0813.40.30.00	- - Pears
0813.40.50.00	- - Papaws (papayas)
0813.40.65.00	- - Tamarinds, cashew apples, lychees, jackfruit, sapodillo plums, passion fruit, carambola and pitahaya
0813.40.95.00	- - Other

Figura 8: Clasificación arancelaria Local.
Fuente: Santander, 2017

Según la partida asignada, el producto paga el 2.4% Advalorem. Pero como existe un acuerdo comercial entre los Países Bajos y Perú que le permite beneficiarse de un arancel preferencial de 0%, justificando del origen de la mercancía. (SANTANDER, 2017)

Producto:	0813.40.95.00
Descripción:	Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons Fruit, dried, other than that of headings 0801 to 0806; mixtures of nuts or drie (...) chapter : - Other fruit : - - Other
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Arancel(es) preferencial(es) Arancel máximo </div>	
<p> Existe un acuerdo comercial entre los Países Bajos y Perú que le permite beneficiarse de un arancel preferencial, justificando del origen de la mercancía:</p>	
Bilateral Agreement (Peru)	
Aranceles:	0% of CIF
IVA:	21% OF (CIF + DUTY + EXCISE) Note: A lower VAT rate of 6% may apply to certain products.

Figura 9: Aranceles e impuestos.
Fuente: SANTANDER

3.1.2. Propuesta de valor

El producto a exportar es la fresa deshidratada en presentación de snack, La ventaja competitiva del producto es el proceso de liofilización de la fresa. Este proceso consisten congelar la fruta y quitar el agua y así, por ejemplo, es posible evitar la desnaturalización de las proteínas, lo que permite mantener sus propiedades intactasy alargar el tiempo de vida del producto en su estado natural por lo que no necesita la adición de preservantes.

La fresa liofilizada tiene una textura mejor, conserva el olor y se caracteriza por mantener el sabor original del producto. Es un producto 100% natural.

3.1.2.1. Cadena de valor de Porter

En la siguiente imagen se observa la propuesta de valor que desarrollaremos para realizar un análisis interno de la empresa, mediante el desarrollo de las principales actividades de vuestra empresa, se tomara como herramienta la cadena de valor de Porter.



Figura 10: Cadena de Valor de Porter.
Fuente: Deinsa.

3.1.2.1.1. Actividades primarias.

Logística interna

Los productores nos abastecerán de la materia prima (fresa fresca), y otros proveedores de los demás insumos. Ambos insumos serán entregados en las instalaciones de la maquila, para que estos lo procesen y nos entreguen el producto final. Presentaciones de Fresa Deshidratada tipo snack en bolsas de 80g.

Operaciones.

La fresa será liofilizada por la Procesadora Agroindustrial La Joya S.A.C. ellos también realizarán el proceso de envasado y embalaje, es decir, nos entregarán el producto final.

Logística externa.

La maquila, una vez terminado el producto, enviará directamente la cantidad solicitada al puerto del Callao, para que sea embarcado al país destino.

Marketing y Ventas.

El producto es 100% natural, lo comercializaremos al país mediante los brokers. Le daremos más énfasis a la creación de una página web, con el fin de dar a conocer el producto.

Servicio.

La página web, brindará información al cliente de forma más personalizada, con el fin de que la información este a su alcance.

3.1.2.1.2. Actividades de apoyo

Infraestructura de la empresa.

La oficina está en una buena ubicación, cerca al puerto y aeropuerto del Perú. Además, tiene fácil acceso a los bancos. Al momento de alquilar la oficina, se retoco e implemento muebles, archivadores y artículos tecnológicos.

Gestión de recursos humanos

Se realizará una selección de personal óptima, con el fin de captar buenos profesionales. Capacitaciones continuas para desarrollar las habilidades de nuestros colaboradores.

Desarrollo de la tecnología.

Como el proceso de producción es tercerizado por la maquila, como comerciantes no podemos aprovechar el desarrollo de la tecnología en cuanto a maquinaria. Pero si nos concentramos en el desarrollo de las redes sociales.

Aprovisionamiento – Compras.

Poseemos una gran diversificación de proveedores, por lo cual no tendremos problemas para conseguir los insumos.

3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla 12: Ficha Técnica de la fresa deshidratada.

FRESA DESHIDRATADA EN PRESENTACIÓN SNACK	
Producto: Paquete de fresa de primera calidad deshidratada, sin químicos ni conservantes en presentación de 80g.	
Nombre científico Fresa: <i>Fragaria vesca</i> .	
Nombre en Inglés: Dried strawberry	
Descripción: Fresa deshidratada mediante la técnica de liofilización, seleccionada y cortada.	
Clasificación arancelaria: 0813.40.00.00	
Tipo de envase: Bolsas de plástico.	
Material de envase: Polietileno.	
Condiciones de conservación: Conservese en un lugar fresco y seco.	
Vida útil estimada: 24 meses	
Color: Rojo.	
Olor: Típico, sin olor a pasado.	
Sabor: Típico a fresa.	
Usos: Snack, industria de cereales, confitería y repostería.	
Valor nutricional:	100g
Comestible:	100%
Energía:	347,00 Kcal.
Carbohidratos:	81g.
de los cuales azúcares:	69g.
Proteínas:	0.5g.
Grasas:	11g.
saturadas	0g.
monoinsaturadas	0,02g.
poliinsaturadas	0,07g.
colesterol	0g.
Fibra:	5,4g.
Sodio:	0g.



Fuente: Agrotécnica. Elaboración Propia.

3.2. Investigación de Mercado de Objetivo

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

En el presente plan, se desarrolló un análisis del nivel macro (Selección de Países) y nivel micro (Selección de Provincia), para determinar el mercado destino.

3.2.1.1. Segmentación de mercado a Nivel Macro:

Para la elección del país destino, se tomó en consideración las siguientes variables:

- I. Principales Importadores mundiales de la Subpartida al Sistema Armonizado 0813.40, análisis de los últimos 5 años en miles de US\$. TM y US\$/TM.

En la tabla N° 13, se observara la lista de los 5 principales países importadores mundiales:

Tabla 13: Importadores Mundiales en Valor Importado, Cantidad Importada y Valor Unitario Importado.

IMPORTADORES	2012			2013			2014			2015			2016		
	Valor Importado/Dólar América no miles	Cantidad Importada/Toneladas	Valor Unitario Importado/dólar EUA/Tons	Valor Importado/Dólar América no miles	Cantidad Importada/Toneladas	Valor Unitario Importado/dólar EUA/Tons	Valor Importado/Dólar América no miles	Cantidad Importada/Toneladas	Valor Unitario Importado/dólar EUA/Tons	Valor Importado/Dólar América no miles	Cantidad Importada/Toneladas	Valor Unitario Importado/dólar EUA/Tons	Valor Importado/Dólar América no miles	Cantidad Importada/Toneladas	Valor Unitario Importado/dólar EUA/Tons
Viet Nam	3.778	0	0	8.596	1.456	5.904	8.369	1.368	6.118	94.200	14.345	6.567	0	0	0
Estados Unidos de América	95.498	21.644	4.412	86.521	14.775	5.856	78.648	12.808	6.141	92.023	15.513	5.932	94.953	16.951	5.602
Reino Unido	42.004	6.736	6.236	48.325	7.497	6.446	52.874	9.415	5.616	56.456	10.083	5.599	41.224	7.759	5.313
Alemania	42.442	8.567	4.956	53.300	8.952	5.954	65.266	10.124	6.447	55.823	9.075	6.151	63.311	10.572	5.989
China	86.041	58.848	1.462	91.523	64.739	1.414	64.941	36.411	1.784	37.133	17.208	2.158	64.688	34.184	1.892

Fuente: TradeMap. Elaboración Propia.

A nivel macro se puede verificar que los países que han tenido más importaciones con la partida 0813.40 son: VietNam, Estados Unidos de América, Reino Unido, Alemania y China.

- II. Principales Exportadores mundiales de la Subpartida al Sistema Armonizado 0813.40, análisis de los últimos 5 años en miles de US\$. TM y US\$/TM.

- En la tabla N° 14 se observara la lista de los 5 principales países exportadores mundiales en valor exportado y valor exportado unitario entre los cuales se encuentran Tailandia, China, VietNam, Estados Unidos de América y España, siendo Tailandia y China los que mayor valor exportado poseen.

Tabla 14: Exportaciones Mundiales en Valor Exportado y Valor Unitario.

EXPORTACIONES	2012		2013		2014		2015		2016	
	Valor Exportado en el 2012	Valor Unitario Exportado/ Dólar EUA/Tons	Valor Exportado en el 2013	Valor Unitario Exportado/ Dólar EUA/Tons	Valor Exportado en el 2014	Valor Unitario Exportado/ Dólar EUA/Tons	Valor Exportado en el 2015	Valor Unitario Exportado/ Dólar EUA/Tons	Valor Exportado en el 2016	Valor Unitario Exportado/ Dólar EUA/Tons
Tailandia	393.224	843	170.216	1.025	204.793	956	193.376	1.360	277.910	1.873
China	91.955	5.322	90.008	5.751	100.124	5.998	109.115	6.453	114.027	5.814
Viet Nam	3.246	0	9.481	3.990	5.946	0	94.915	5.410	0	0
Estados Unidos de América	75.423	3.26	62.901	3.308	77.636	4.087	81.427	3.575	61.472	3.464
España	65.827	1.062	84.084	1.275	78.939	990	71.266	951	88.258	979

Fuente: TradeMap. Elaboración Propia.

- En la tabla N° 15, se analiza los 5 primeros exportadores mundiales en cantidad exportado en toneladas entre los cuales se encuentran Tailandia, España, Estados Unidos de América, Indonesia y VietNam, siendo Tailandia y España los que mayor cantidad exportada poseen:

Tabla 15: Exportaciones Mundiales en Cantidad Exportadas en Toneladas.

EXPORTADORES	2012	2013	2014	2015	2016
	CANTIDAD EXPORTADA EN TONELADAS				
Tailandia	466.664	166.035	214.173	142.186	148.382
España	61.994	65.939	79.735	74.955	90.182
Estados Unidos de América	23.133	19.017	18.994	22.776	17.747
Indonesia	10.316	16.976	13.154	18.010	0
Viet Nam	0	2.76	0	17.545	0

Fuente: TradeMap. Elaboración Propia.

III. Mercados de Exportación del Perú de la Subpartida al Sistema Armonizado 0813.40, análisis de los últimos 5 años en miles de US\$. TM y US\$/TM.

- En la tabla N° 16, se analiza las exportaciones peruanas durante los últimos 5 años donde ha tenido como principales mercados a Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Japón y Ecuador, siendo Estados Unidos y Países Bajos los que mayor valor exportado poseen:

Tabla 16: Exportaciones Peruanas al Mundo en Valor Exportado y Valor Exportado Unitario.

IMPORTADORES	2012		2013		2014		2015		2016	
	Valor Exportado/Dólar Americano miles	Valor Unitario Exportado/Dólar EUA/Tons	Valor Exportado/Dólar Americano miles	Valor Unitario Exportado/Dólar EUA/Tons	Valor Exportado/Dólar Americano miles	Valor Unitario Exportado/Dólar EUA/Tons	Valor Exportado/Dólar Americano miles	Valor Unitario Exportado/Dólar EUA/Tons	Valor Exportado/Dólar Americano miles	Valor Unitario Exportado/Dólar EUA/Tons
Estados Unidos de América	138	12.545	134	13.400	577	12.543	302	11.615	854	10.949
Países Bajos	49	12.250	100	11.111	128	14.222	480	13.333	726	9.553
Alemania	165	12.692	136	12.364	146	13.273	257	11.682	349	10.906
Japón	8	8.000	41	13.667	59	11.800	93	11.625	299	12.458
Ecuador	0	0	0	0	50	667	255	638	171	602

Fuente: TradeMap. Elaboración Propia.

- En la tabla N° 17, se aprecia las exportaciones peruanas durante los últimos 5 años donde ha tenido como principales mercados a Ecuador, Estados Unidos, Países Bajos, Alemania y Japón, siendo Ecuador y Estados Unidos los que mayor valor en cantidad exportado poseen:

Tabla 17: Exportaciones Peruanas al Mundo en Cantidades Exportadas.

IMPORTADORES	2012	2013	2014	2015	2016
	CANTIDAD EXPORTADA, TONELADAS				
Ecuador	0	0	75	400	284
Estados Unidos de América	11	10	46	26	78
Países Bajos	4	9	9	36	76
Alemania	13	11	11	22	32
Japón	1	3	5	8	24

Fuente: TradeMap. Elaboración Propia.

IV. Selección de mercado.

Para la selección del mercado destino, se van a evaluar los 5 países potenciales en función a criterios que puedan determinar el riesgo y la viabilidad de realizar comercio con los mismos.

- En la tabla N° 18, se observa el análisis de los 5 posibles mercados a exportar la fresa deshidratada en snack, en el cual se ha considerado aspectos como la participación y crecimiento de mercado de los competidores en sus exportaciones e importaciones:

Tabla 18: Preselección de mercado

Países	Competidores: Participación en valor en las importaciones del país en % del 2015		Competidores: Crecimiento de las exportaciones del producto en valor entre 2014-2015, %		Crecimiento de las importaciones en valor entre 2014-2015, %	Crecimiento de las Exportaciones peruanas en valor entre 2014-2015, %
Viet Nam	Tailandia	99.0%	Tailandia	42.0%	1.026%	0%
	China	0.3%	China	8.0%		
	Peru	0.3%	Peru	-53.0%		
Estados Unidos de América	China	72.0%	China	8.0%	17%	-47%
	Chile	-34.0%	Chile	7.0%		
	Tailandia	-27.0%	Tailandia	42.0%		
Reino Unido	Sudafrica	30.0%	Sudafrica	15.0%	7%	110%
	Países Bajos	-1.0%	Países Bajos	138.0%		
	China	29.0%	China	8.0%		
Alemania	China	-9.0%	China	8.0%	-14%	76%
	Países Bajos	-34.0%	Países Bajos	138.0%		
	Polonia	10.0%	Polonia	-6.0%		
Países Bajos	China	3.0%	China	8.0%	-1%	-63%
	Alemania	-22.0%	Alemania	-13.0%		
	Chile	0.0%	Chile	7.0%		

Fuente: TradeMap. Elaboración Propia

- En la tabla N° 19, se realizó el llenado de algunos datos como la partida arancelaria, preferencias arancelarias, exportaciones peruanas, exportaciones de la competencia, idioma, PBI, inflación y requisitos sanitarios de los 5 posibles países a exportar el producto.

Tabla 19: Requisitos para ponderación de Preselección de mercado.

PAISES	CODIGO ARANCELARIO	PREFERENCIAS	EXPORTACIONES PERUANAS EN CANTIDADES DE TONELADAS	EXPORTACIONES DE LA COMPETENCIA EN TONELADAS	IDIOMA	PBI/ MILES DE MILLONES DE DOLARES - 2016	INFLACION	REQUISITOS
VIET NAM	08.13.40.90	30%	0	14.345	VIETNAMITA/ INGLES	200.490	2%	CONTROL SANITARIO, ETIQUETADO Y CERTIFICADO DE ORIGEN
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	0813.40.90.00	0%	78	15.530	INGLES	18.561,93	1.2%	FDA, AUTOCERTIFICACION ROTULADO Y ETIQUETADO
REINO UNIDO	0813.40.95.00	0%	10	10.083	INGLES	2.649,89	0.7%	CONTROL SANITARIO, ETIQUETADO Y CERTIFICADO DE ORIGEN
ALEMANIA	0813.40.95.00.0	0%	32	9.075	ALEMAN/INGLES	3.494,9	0.4%	CONTROL SANITARIO, ETIQUETADO Y CERTIFICADO DE ORIGEN
PAISES BAJOS	0813.40.95.00	0%	76	4.868	HOLANDES/INGLES	769,93	0.1%	CONTROL SANITARIO, ETIQUETADO Y CERTIFICADO DE ORIGEN

Fuente: TradeMap y Santander. Elaboración Propia.

En la tabla N° 20, se detallara los factores que tomaremos en consideración para realizar la selección de mercado:

Tabla 20: Ponderación e variables para selección de mercado.

FACTORES		PONDERACION
PREFERENCIAS ARANCELARIAS	A	10%
EXPORTACIONES PERUANAS	B	15%
EXPORTACIONES DE LA COMPETENCIA	C	20%
BARRERAS CULTURALES (IDIOMA)	D	5%
BARRERAS ECONOMICAS (INFLACION)	E	25%
ACCESO A MERCADOS(REQUISITOS)	F	25%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21: Elaboración de la Matriz de Selección de País destino.

Paises	Variable (A)	Peso (%)	Variable (B)	Peso (%)	Variable (C)	Peso (%)	Variable (D)	Peso (%)	Variable (E)	Peso (%)	Variable (F)	Peso (%)	Total
VIET NAM	1	10%	1	15%	4	20%	2	5%	1	25%	2	25%	1.9
EUA	5	10%	5	15%	5	20%	3	5%	2	25%	3	25%	3.65
REINO UNIDO	5	10%	2	15%	3	20%	3	5%	3	25%	3	25%	3.05
ALEMANIA	5	10%	3	15%	3	20%	3	5%	4	25%	3	25%	3.45
PAISES BAJOS	5	10%	5	15%	2	20%	3	5%	5	25%	3	25%	3.8

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 21, se observa el resultado total que ha obtenido cada país, utilizando la matriz de selección de mercado. El país con más puntuación es Países bajos, por lo cual, será el país destino para el plan de exportación de la fresa deshidratada en snack.

Actualmente, Países bajos tiene una economía abierta que mantiene relaciones comerciales con países de gran importancia, por lo que tenemos a favor la demanda del producto, así como las facilidades de transporte que nos favorecerá en la logística y la economía estable que reflejaría un muy buen indicador del nivel de vida.

V. Perfil del Mercado Objetivo

Tabla 22: Características de Países Bajos.

PAÍSES BAJOS	
Capital	Ámsterdam
Población total	16.936.520
Ubicación	Limitan con Bélgica por el Sur. Limitan con Alemania por el Este. Limitan con el mar del Norte por el Norte y el Oeste. (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2017)
Principales Ciudades	Ámsterdam (2.452.659) Róterdam (1.509.373) La Haya (906.897) Utrecht (754.615) Eindhoven (700.299) (Santander, 2017)
Idiomas	Oficial: Neerlandés y Frisio. Negocios: Ingles
Religión	Libertad de culto. Aunque Países Bajos es un país tradicionalmente calvinista, las últimas estadísticas revelan que hay más católicos que calvinistas entre los cristianos practicantes (26% y 17% respectivamente). Hoy por hoy predominan quienes no practican ninguna religión (51%). Además, hay un importante grupo de musulmanes (5%) y otros cultos religiosos (5%).
Moneda	Euro
Gobierno	Monarquía constitucional basada en la democracia parlamentaria.
Superficie	41.500 Km ² , a los que hay que añadir 500 Km ² de las islas caribeñas de Bonaire, Saba y San Eustaquio
PIB per cápita (USD)	46.83
Acuerdos	Unión Europea

Fuente: Santander/MAEC de España.

Elaboración Propia

3.2.1.2. Segmentación de mercado a Nivel Micro

Una vez definido el país destino, para este caso es Países Bajos, al ser uno de los países más grandes de Europa, debemos seleccionar la provincia a la cual nos vamos a dirigir. Para eso realizaremos la matriz de selección de provincia. Hemos seleccionado las 3 provincias más importantes del país, analizando algunos indicadores y asignándole una calificación.

Tabla 23: Requisitos para ponderación de preselección de provincia.

PROVINCIAS	POBLACIÓN	PBI	INGRESO PER CAPITAL	ACCESO A PUERTOS MARÍTIMOS
Holanda (Holland)	17.030.000 habitantes	697.219M.€	40.90 €	Puerto de Rotterdam y Puerto de Ámsterdam
Zelanda (Zeeland)	4.746.000 habitantes	164.415M.€	34.64 €	Puerto de Zelanda
Utrecht	338 .500 habitantes	-	-	No tiene puertos Marítimos

Fuente: DatosMacro, 2016. Elaboración propia.

Tabla 24: Ponderación de variables para selección de provincia.

VARIABLES		PONDERACIÓN
POBLACIÓN(DEMOGRÁFIA)	A	30%
PBI	B	25%
INGRESO PER CAPITAL	C	25%
ACCESO A PUERTOS MARÍTIMOS	D	20%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25: Elaboración de la Matriz de selección de provincia destino.

Provincias	Variable (A)	Peso	Variable (B)	Peso	Variable (C)	Peso	Variable (D)	Peso	Total
Holanda (Holland)	4	30%	4	25%	4	25%	5	20%	4.2
Zelanda (Zeeland)	3	30%	3	25%	3	25%	2	20%	2.8
Utrecht	2	30%	1	25%	1	25%	1	20%	1.3

Fuente: Elaboración propia.

Según la Tabla N° 25, la provincia de Holanda, tiene la ponderación más alta, por lo cual nuestro producto será destinado a dicha provincia.

3.2.1.2.1. Perfil del mercado Holandés.

La provincia de Holanda, es uno de los más densamente poblados del mundo. Actualmente, ocupan la cuarta posición en la Unión Europea en calidad de vida, los consumidores holandeses suelen valorar la calidad en gran medida, y están dispuestos a comprar algo cuando consideran que el precio está acorde con la calidad.

En lo que respecta a la religión, los holandeses son protestantes en su mayoría, aunque existe un gran porcentaje de católicos.

Por otro lado, no podemos dejar de mencionar que este país se destaca especialmente por su respeto, tolerancia y por su estilo de vida basado en la frase “vive y deja vivir”.

Las mujeres disfrutan de igualdad en el trato y oportunidades con los hombres. No obstante, a la hora de ser madres, es habitual que dejen el puesto de trabajo, parcial o totalmente, para criar a sus hijos. Por este motivo, hay menos mujeres en puestos directivos que en otros países europeos.

Las personas tienen un poder adquisitivo muy alto, es por eso que disponen de mucho dinero para gastar aunque no lo gasta fácilmente. Cierta porcentaje de la población tienden a resistirse a los cambios, lo que significa que prefieren los productos conocidos a los nuevos

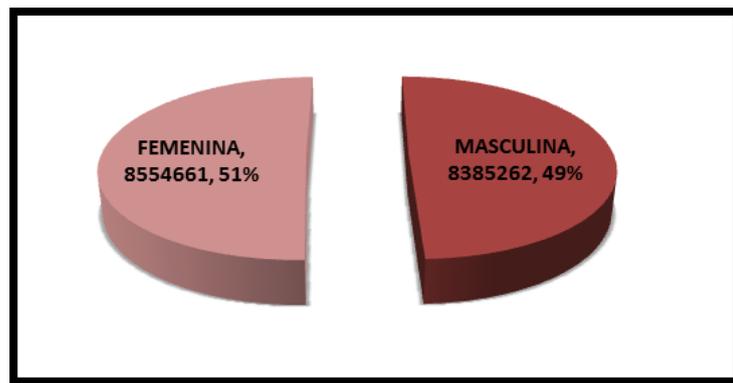


Gráfico 6: Población de Holanda según el género.
Fuente: Santander. Elaboración propia.

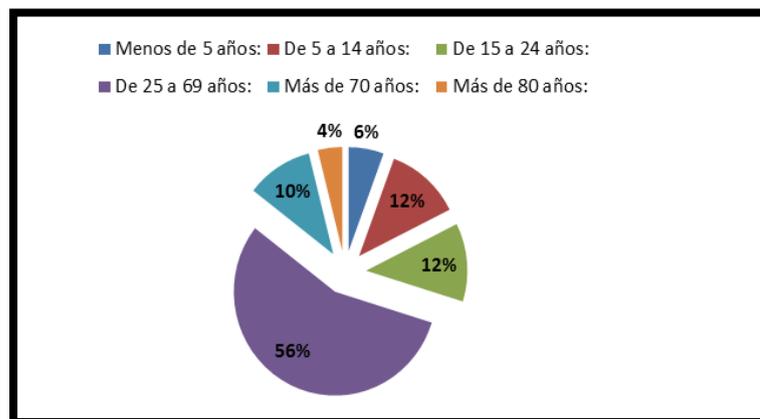


Gráfico 7: Distribución de la población por edades en %.
Fuente: Santander. Elaboración propia.

3.2.2. Tendencias de consumo

En Holanda, la combinación de una vida más rápida y una menor demanda de los consumidores en sus hogares han impulsado al consumidor a adquirir productos saludables.

Las personas se preocupan por su salud y su imagen, estas personas son las que llevan un ritmo de vida calcinante, es decir están activos todo el tiempo. Por lo cual no solo eligen un producto por alimentarse, sino que estén al alcance y sean prácticos en cualquier momento y lugar.

Holanda es una de las provincias de Europa que presenta mayor crecimiento en la importación de frutos secos, los conceptos en los que se basan sus principales tendencias son: salud, protección social y cuidar el medio ambiente.

3.3. Análisis de la oferta y demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

3.3.1.1. Producción nacional de la fresa

La producción mundial de fresa en la presente década ha sido variable, mientras que la superficie dedicada a la producción disminuye en algunos países, en otros ha aumentado; pero en general, existe una ligera tendencia al incremento en la producción mundial.

El Perú ha venido incrementando el cultivo de fresa, debido a que tiene las condiciones de clima y suelo adecuados para la cosecha de este cultivo.

El cultivo de la fresa es delicado, ya que requiere de muchos cuidados, atenciones e inversión económica.

En el Perú, la oferta de fresa es activa durante todo el año, claro que tiene temporadas donde hay más producción,

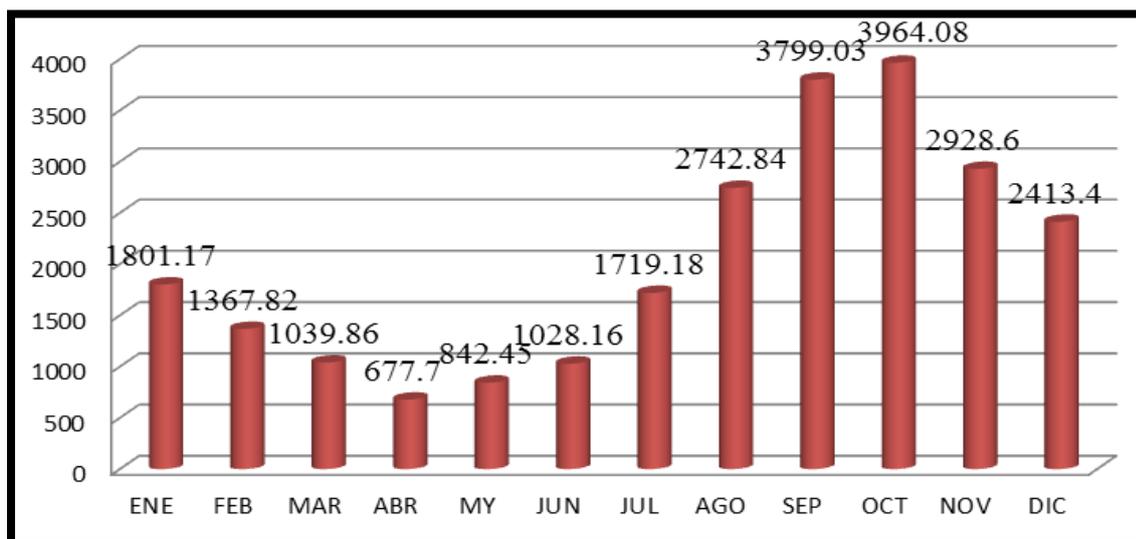


Gráfico 8: Producción promedio ingresada al mercado mayorista de Lima en (t)-2016.
Fuente: MINAGRI. Elaboración propia.

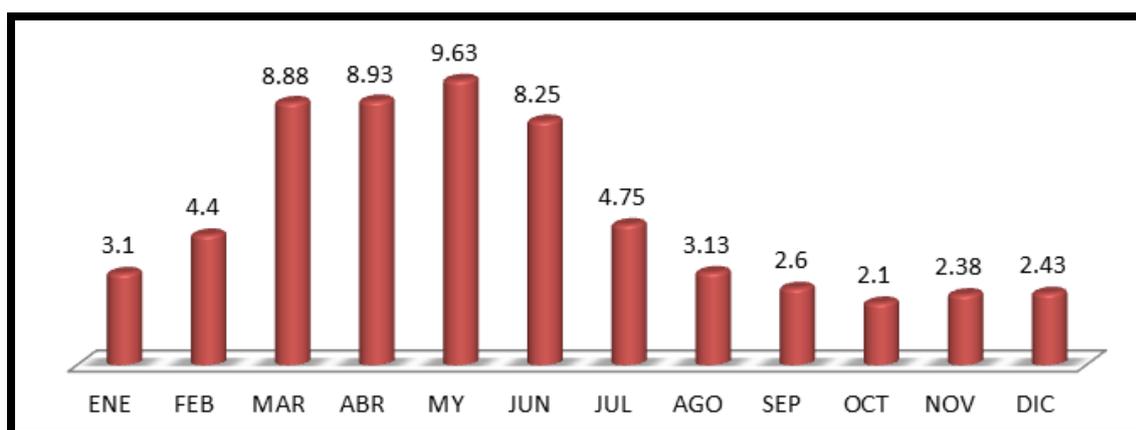


Gráfico 9: Precio promedio de fresa en mercado mayorista de lima – 2016.
Fuente: MINAGRI. Elaboración propia.

3.3.1.2. Zonas de cultivo de la fresa.

El 90% de la producción se realiza en Lima, en las provincias de Huaral, Chancay, Cañete, Huaura y Barranca. También se produce en La Libertad, Arequipa y Tacna.

Todos los valles de la costa tienen potencial de producción, ya que cuentan con el clima y suelo necesario para este cultivo.

3.3.1.3. Proyección de la oferta nacional.

Tabla 26: Proyección de oferta nacional.

Año	Producción nacional en Toneladas	Porcentaje de crecimiento
2017	41,071	6.40%
2018	43,543	6.02%
2019	46,014	5.68%
2020	48,486	5.37%
2021	50,957	5.10%

Fuente: Fuente: MINAGRI. Elaboración propia.

En la tabla N° 26, se observa la proyección de la oferta nacional del año 2017 al 2021, estos datos se obtuvieron con el método de regresión lineal.

3.3.1.4. Proveedores de fresa en Lima.

Algunos proveedores que comercializan la fresa fresca son:

- CORPORACIÓN E INVERSIONES MISKI YANUY S.A.C
- AGRO ALIMENTOS ANDINOS S.A.C.
- COROIMPORT S.A.C.
- S & Z PROVEEDORES S.A.C.

3.3.2. Análisis de la demanda

Para poder identificar nuestra demanda, tomaremos una serie de variables de los habitantes holandeses. El producto va dirigido a los hombres y mujeres de 15 a 69 años.

Tabla 27: Determinación de la demanda insatisfecha de Holanda

VARIABLES	2016
Importaciones de Países Bajos - Kilogramos (+)	4044000
Exportaciones de Países Bajos - Kilogramos (-)	3434000
Demanda insatisfecha Total Países bajos - Kilogramos	610000
% Demanda insatisfecha de Holanda	61.30%
Demanda Insatisfecha de Holanda - Kilogramos	373930

Fuente: Trade Map. Elaboración Propia.

Tabla 28: Segmentación de mercado de Holanda.

ESTRUCTURA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO	PORCENTAJE	DATOS 2016	UNIDAD DE MEDIDA
<u>Demanda Potencial:</u>			
Población total de Países Bajos	100.00%	16,936,520	Personas
Población de Holanda	37.20%	6,300,000	Personas
<u>Demanda Disponible:</u>			
Segmento personas de 15-69 años	68.00%	4,284,000	Personas
% de desempleo	6.70%	287,028	Personas
Población económicamente activa	61.30%	3,996,972	Personas
Ingreso percapita		40.90	Euros
<u>Demanda Efectiva:</u>			
Consumo per capita anual por kilos	13	51,960,636	Kilos
Demanda Insatisfecha de Holanda		-373,930	Kilos
Total		51,586,706	Kilos
<u>Demanda Objetiva:</u>			
Participación de mercado	0.01%	4,897	Kilos
Envases de 80 gramos	0.08	61,207	bolsas

Fuente: Santander. Elaboración Propia.

Tabla 29: Crecimiento proyectado de la oferta nacional en %.

CONCEPTO/AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021	PROMEDIO
% DE CRECIMIENTO	6.40%	6.02%	5.68%	5.37%	5.10%	5.71%

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla N° 28, se promedió el porcentaje de crecimiento de la oferta, que es 5.71%.

Tabla 30: Proyección de la demanda en el mercado de Holanda.

Proyección de Demanda	2017	2018	2019	2020	2021
Crecimiento con Referencia a la Oferta Nacional	5.7%	5.7%	5.7%	5.7%	5.7%
Bolsas de 80g	61,207	64,702	68,396	72,302	76,430

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla N° 29, tomando como referencia el promedio de porcentaje de crecimiento de la oferta, se ha calculado la proyección de la demanda del producto en el mercado holandés.

3.4. Estrategias de Ventas y distribución

Las estrategias que usaremos para vender el producto será enfocándonos en la calidad, y aprovechar que es un producto 100% natural, característica que llama mucho la atención de los clientes, ya que buscan una vida saludable.

3.4.1. Estrategias de segmentación

Hemos aplicado una segmentación demográfica, ya que nos hemos enfocado en características del consumidor, como su edad, género, ingresos económicos, economía del país destino y estilo de vida.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

Aplicaremos la estrategia de posicionamiento por beneficios, es decir resaltar las propiedades y valor nutricional de nuestro producto. En este caso de la fresa deshidratada.

3.4.3. Estrategias de distribución

La comercialización del producto se realizara mediante un bróker, ya que al ser una empresa nueva, no tenemos mucho poder de negociación. Además, el consumidor final se encuentra en otro país, lo cual no nos permite tener un contacto directo.

3.4.3.1. Clientes

Mediante la página web de Investing, hemos encontrado los datos del bróker Option888. Se buscará captar nuevos clientes con las estrategias de distribución.

3.5. Estrategias de promoción

Al contar con nuestros clientes en otros países, usaremos herramientas que nos permitan llegar a ellos con el fin de promocionar nuestro producto.

Algunas estrategias que aplicaremos serán:

- ✓ Participación en ferias internacionales.
- ✓ Campañas por redes sociales.

- ✓ Muestras.
- ✓ Campañas y catálogos por correo.

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes

COMERPERU FRUITS solo comercializara el producto final, ya que la producción es tercerizada por una maquila que se encargara del proceso de liofilización, etiquetado y envase. Por lo cual no contaremos con una planta.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

4.1.1. Envase primario

El envase será en bolsas de plástico con ventana transparente en presentaciones de 80g de peso neto y el peso de lo bolsa es de 2.5g, por lo cual el peso bruto del producto será de 82.5g. Las medidas de la bolsa serán de 12cm x 3cm x 20cm.

Se comercializaran en envases de esta medida ya que en el mercado destino compran usualmente de esa cantidad, además es un envase que permite conservar y proteger el producto por un tiempo prolongado, la ventana transparente permitirá exhibir el producto y generar impacto visual en el consumidor. Son biodegradables, con lo cual ayuda al cuidado del medio ambiente.



Figura 11: Envase Primario
Fuente: Alibaba

4.1.2. Envase secundario

El envase secundario será en cajas de cartón corrugado, cada caja contiene 12 unidades del producto en presentación de 82.5g, la caja vacía tiene un peso de 250g, por lo cual cada envase secundario tendrá la presentación de 1,240 gramos.



Figura 12: Envase secundario.
Fuente: Juvasa -Envases y Embalajes

4.1.3. Embalaje

Para el embalaje, se utilizara las cajas de cartón corrugado de doble cara, el cual permitirá el mejor manejo de la carga, sin dañar el producto. Luego de acomodar y apilar las cajas en el pallet, están serán forradas con film.

Características de la caja de embalaje:

- ❖ Cartón corrugado de doble cara
- ❖ Medidas: 36cm x 48cm x 60cm
- ❖ Contenido: 12 envases secundarios, 144 envases primarios.
- ❖ Peso de caja vacía: 500 gramos
- ❖ Peso bruto: 15,380 gr.

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

4.2.1.1. Etiquetado del producto

En Holanda se respeta las normas de la Unión Europea en relación al etiquetado de un producto. Según la European Commission, los productos a comercializar en Holanda, tienen que tener la siguiente información en su etiquetado:

- Denominación del alimento
- Identidad del proveedor
- Lista de ingredientes
- Cantidad neta
- Fecha de caducidad
- Modo de uso
- Información nutricional

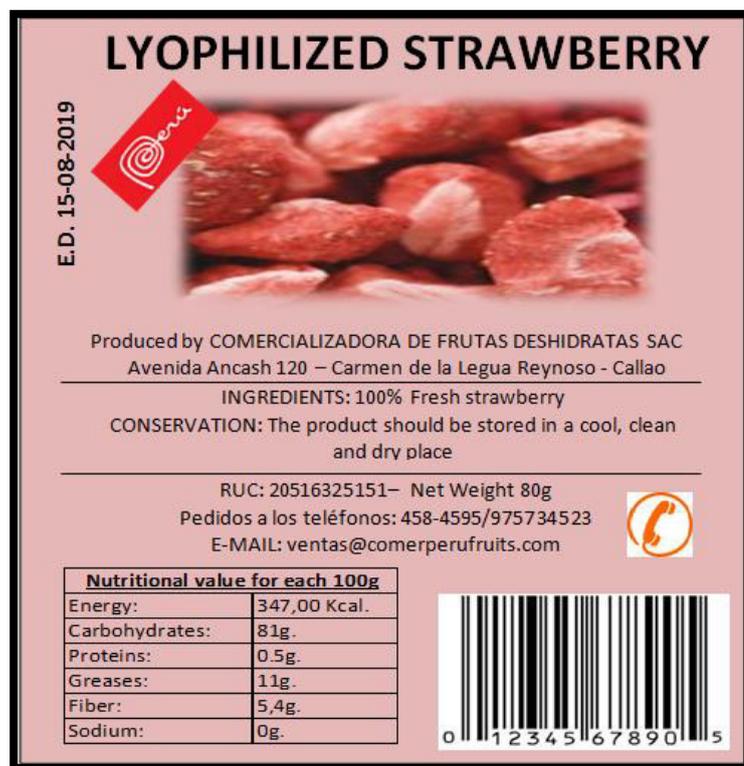


Figura 13: Etiquetado del producto en inglés.
Fuente: Elaboración propia.

Toda la información solicitada en el etiquetado, sobre todo la alimentaria, no deberá inducir al error. Esta tendrá que ser clara, precisas y de fácil comprensión para el consumidor. (EUROPEAN COMMISSION, 2015)

En el etiquetado, el idioma tendrá que ser aquel que los consumidores puedan entender fácilmente, por lo cual se consideraran los idiomas oficiales de Holanda. Pero la Unión Europea permite incluir etiquetados de varios idiomas. Nuestro etiquetado será en Ingles. (SANTANDER TRADE PORTAL, 2017)

4.2.1.2. Rotulado para embalaje

En el embalaje es obligatorio consignar algunos datos de los operadores que intervienen en todo el proceso. Según la Norma de Rotulado de la UE, los datos son los siguientes:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Fecha de fabricación
- Descripción del producto
- Código del producto
- Número de bultos y número de lote.
- Código de barras
- País de origen

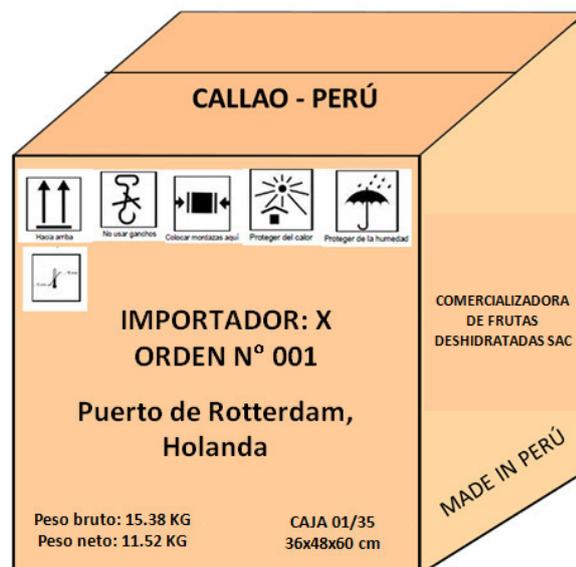


Figura 14: Rotulado del embalaje.
Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Diseño del marcado

El diseño de marcado hace referencia a las simbologías y pictogramas que se indican en el embalaje con la finalidad de que faciliten la identificación del contenido de los bultos, además que agiliza el manipuleo dentro de los almacenes minimizando tiempos. Existen tres tipos de marcado:

- Marcas de expedición: se indica la información sobre los datos necesarios para la entrega del embalaje, y sobre el importador, puerto, país y dirección de destino, entre otros.
- Marcas informativos: se debe indicar información sobre el producto y deben estar cubierto por un documento de transporte.
- Marcas de manipuleo: se indican las instrucciones básicas y/o símbolos internacionales para la correcta manipulación de los embalajes.

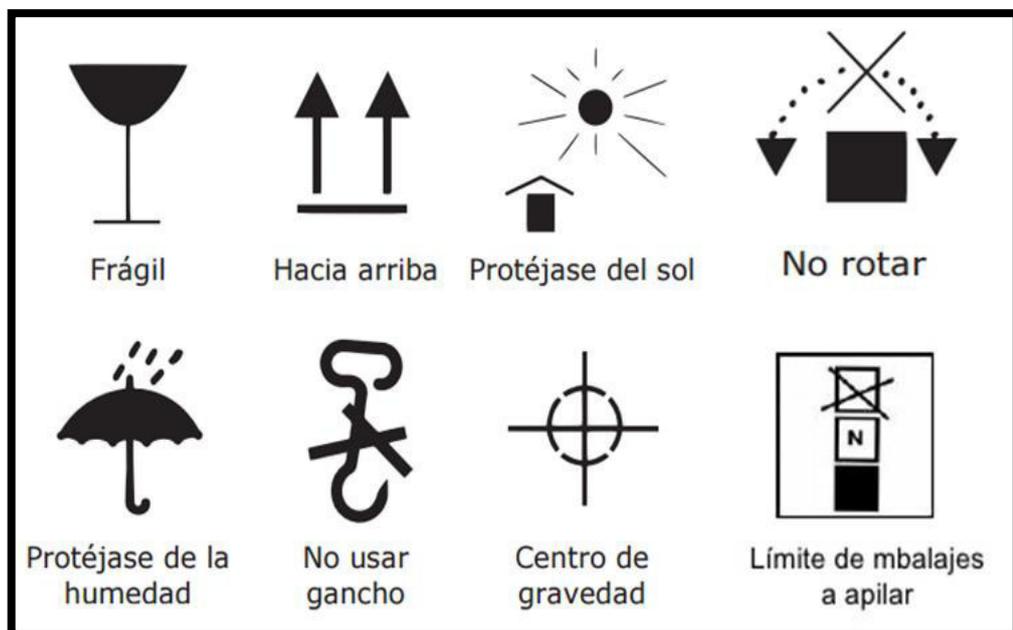


Figura 15: Pictogramas de uso internacional.
Fuente: Sena.

En la Figura N° 15, se observan los pictogramas que se utilizarán según las características del producto.

4.3. Unitarizacion y cubicaje de la carga

Según la Unitarizacion revisada para el presente trabajo se utilizará palets europeos, ya que nuestro país destino pertenece a Europa.

Características del Europalet:

- ✓ Dimensiones: 1200 x 800 x 145 mm
- ✓ Palet de madera europeo homologado, intercambiable a nivel europeo.
- ✓ Palet normalizado compuesto por 5 tablas en superficie y 9 tacos.
- ✓ Lleva la marca EUR en uno de sus tacos.
- ✓ Adecuado para manipularse con apilador, transpaleta manual y/o carretilla elevadora.
- ✓ Tablas inferiores biseladas
- ✓ Se puede trabar y es un palet de 4 entradas
- ✓ Resistencia: 1000 kilos aproximadamente. (Rebiazul, 2017)



Figura 16: Dimensiones del Europalet.
Fuente: I LOVE PALETS.COM

A continuación, la Unitarización:

Tamaño caja: 36cm x 48cm x 60 cm

Peso por caja: 15.38 Kilos

Por cama: 120 cm / 48 cm = 2 cajas

80 cm / 36 cm = 2 cajas

Entonces: $2 \times 2 = 4$ cajas por cama

Altura 3 cajas -> En una paleta ingresan 12 cajas madre, dando un total de 184.56 kilos, más los 15 kilos del peso de la paleta, el peso bruto será de 199.56 kilos, lo cual es permisible, ya que una paleta puede soportar aproximadamente hasta 1 tonelada. En cada paleta ingresarán 144 cajas de envases secundarios, es de decir, 1728 unidades.

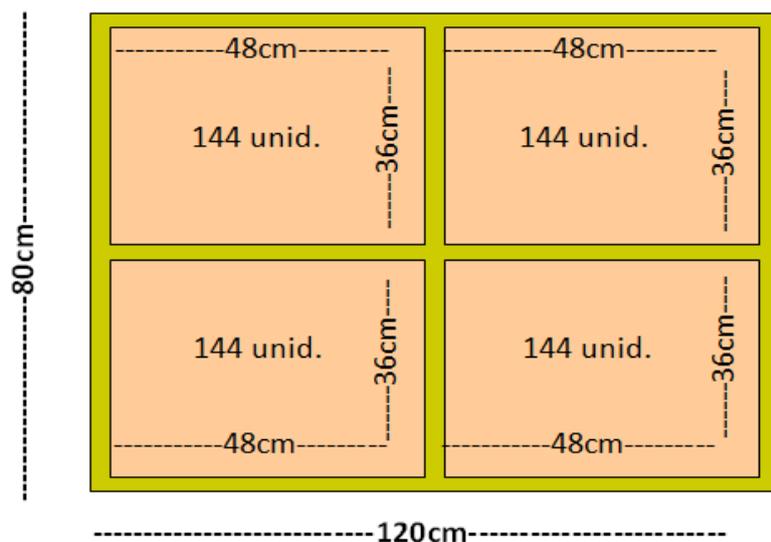


Figura 17: Paletización de la carga.

Fuente: Elaboración propia.

Según la demanda objetiva, enviaremos 61,270 unidades el primer año, los cuales se realizarán en 12 envíos, por lo tanto, se enviara 5101 unidades al mes. Y según nuestra paletización, esta cantidad será enviada en 3 palets.

Por la cantidad de palets que enviaremos mensual, la carga será enviada bajo la modalidad de carga suelta – consolidada LCL - Less Container Load.

4.4. Cadena de DFI de exportación.

En el siguiente gráfico se observa el proceso de DFI:

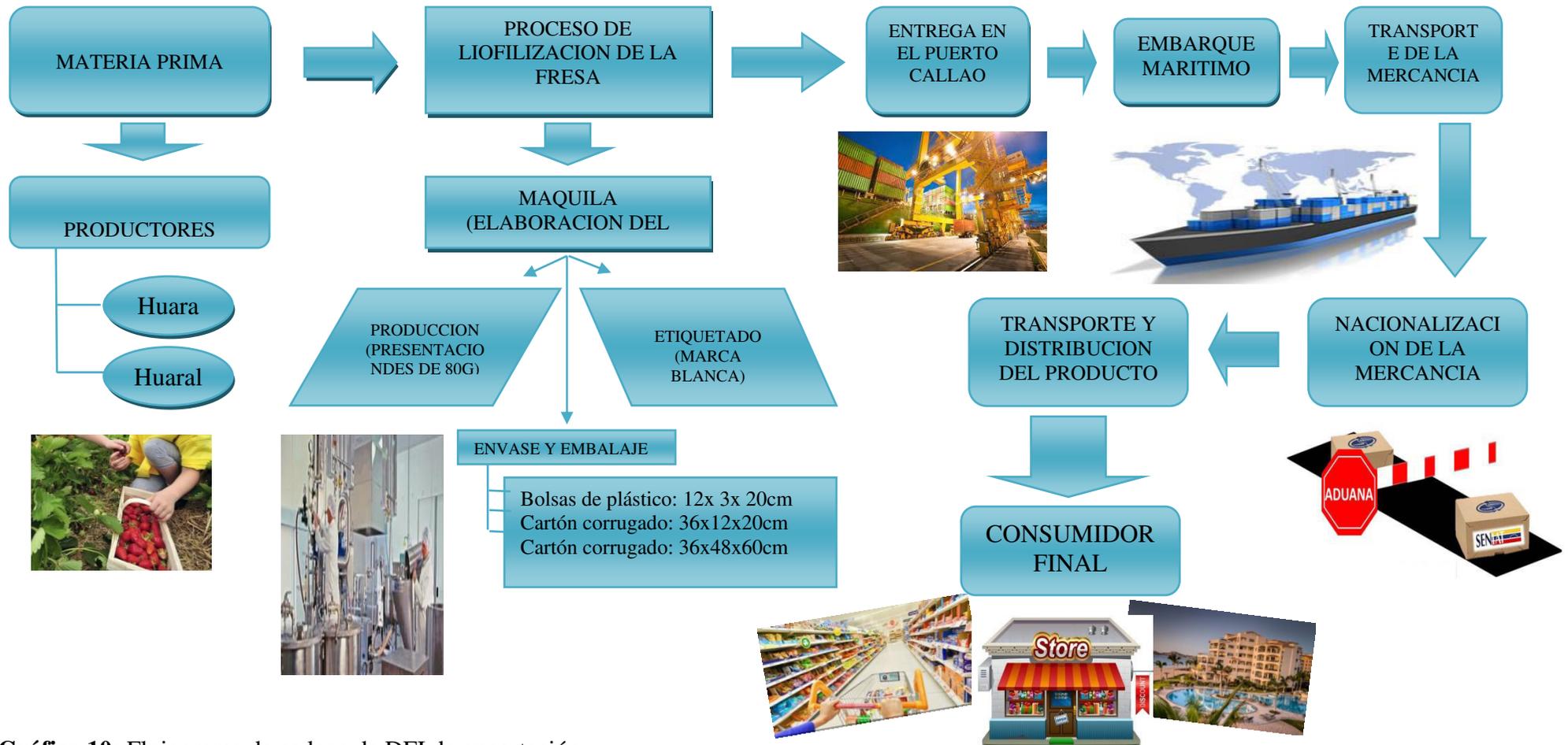


Gráfico 10: Flujograma de cadena de DFI de exportación.

Fuente: Elaboración propia

4.5. Seguro de Mercancías.

El seguro de la mercancía será contratado por el importador, pero la empresa que tiene contingencias ante cualquier requerimiento de sus clientes, debe tener contacto con una aseguradora.

En este caso contamos con una aseguradora que cobra 0.45% del valor FOB y una prima mínima de 80 dólares.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios.

Holanda es un país conocido por su alta estabilidad económica y alto estilo de vida, repercutiendo en la zona euro. Entre los años 2010 al 2015 la economía creció a una tasa del 2% demostrando un crecimiento superior a otros países de la Unión Europea.

5.1.1. Costos y precio.

Utilizaremos el método de fijación de precios basado en los costos, tomando en consideración la competencia y comportamiento del mercado destino.

Para lo cual analizaremos la estructura de costos, considerar todos los costos fijos, costos variables y costos de exportación que incurren en el desarrollo del producto.

Para la fijación de precios, emplearemos la siguiente estructura:

Tabla 31: Modelo de estructura de costos de exportación.

ESTRUCTURA DE COSTOS
Materia prima
Servicio de maquila
Costo directos (Costo Variable)
Envase primario
Etiquetado
envase secundario
Etiquetas de rotulado
Embalaje
Paletas
Costo Streech Film
Costos indirectos (Costos Fijo)
Costo Administrativo
Servicio Contable
Depreciación
Alquileres
Servicios
Total EXWORKS
Costos de Exportación (Costo Variable)
Certificado de origen
Montacargas para cargado
Flete interno
Almacenaje – Embarque
Vistos buenos
Comisión Agente de Aduana y otros
Costo Total (Fijo + Variable)
Costo Unitario
Margen (%)
Total Precio de Venta FOB Unitario
Cantidad
Total FOB- CALLAO - SOLES
Total FOB- CALLAO - DOLARES

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. Cotización Internacional.

A continuación, se presenta un ejemplo de la cotización que se utilizará para nuestros clientes:

<u>COTIZACION N°17-100</u>		
COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC Callao, Lima, Perú		27 de mayo de 2017
IMPORTADOR HOLANDES 278 Park Avenue South (22nd Street), Holanda Atención: Mr. Peter Wilson		
Estimados señores		
Tenemos el placer de hacerle una oferta sobre nuestro producto que son fresas deshidratadas tipo snack.		
Nuestros precios FOB se entienden por el transporte marítimo del Callao a Holanda. Si usted prefiere los productos se pueden envían por vía aérea, cobrándose por la diferencia de costos.		
Toneladas	Descripción	Price
1 contenedor	Fresa deshidratada en presentación snack en presentaciones de 80g.	73.20 dólares por caja de 12 unidades (por un contenedor)
Precio válido hasta el 10 de Junio Entrega FOB Callao Transporte vía marítima Forma de pago: carta de crédito irrevocable. Adjunto página fotografías de la presentación de nuestro producto. Esperamos escuchar de usted pronto Saludos cordiales,		
Jaño Garcia, Lessly Gerente de Exportación.		

Figura 18: Modelo de cotización.

Fuente: Elaboración Propia.

5.2. Contrato de compra y venta internacional

El contrato internacional tiene gran importancia en las transacciones internacionales, proporciona a las partes implicadas confianza, ya que ante algún problema o contratiempo, cada uno tendrá definida de manera más clara la responsabilidad.

Estos deben ser explícitos, para que ambas partes implicadas comprendan cuáles son sus obligaciones y derechos.

5.2.1. Modelo de contrato de compra y venta internacional

1. Identificación de las partes.

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: COMERCIALIZADORA DE FRUTOS DESHIDRATADOS SAC, empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú inscrita en la ficha 117123589 en el Registro de Empresas, debidamente representada por la señora Lessly Jaño Gracia, con Documento de Identidad N° 47566630 domiciliado en su Oficina principal ubicado en Mz. E Lote 6, Tarapaca Callao quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte Option888, debidamente representado por su Gerente General don George White, domiciliado en Westgate Drive Watsonville, CA, Holanda quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:

2. Mercancías

Descripción de las mercancías: La mercadería a vender es snack de fresa deshidratada en presentaciones de cajas simples por 80 gramos.

- Cantidad total: La cantidad a exportar es 3 paletas con 5101 unidades.
- Embalado en cajas de cartón conteniendo 425 envases secundarios.
- Cada envase secundario contiene 12 bolsas de fresa deshidratada tipo sanck.

- El rotulado y etiquetado será según las muestras enviadas y aceptadas.
- Porcentaje de tolerancia: Para este producto se tendrá un porcentaje de tolerancia de más o menos 5% máximo.
- La Inspección de las mercancías será realizada por la empresa SGS DEL PERU y se realizara en el local del vendedor, los gastos incurridos serán por CUENTA DEL COMPRADOR.
- Se exige que el producto conste de certificado de denominación de origen de acuerdo a lo establecido por INDECOPI.

3. Entrega

- El Incoterm aplicable de la CCI (conforme a la versión más reciente de los Incoterms en la fecha de la formación del contrato) LA VENTA SE REALIZA EN TERMINOS FOB CALLAO INCOTERMS 2010.
- Lugar de la entrega: PUERTO DE EMBARQUE (CALLAO-PERU)
- Fecha o período de la entrega: 30 DIAS DE FIRMADO EL PRESENTE CONTRATO
- Transportista; Nombre y dirección del transportista (cuando proceda): Hapag Lloyd – Calle Dean Valdivia 148. Torre a piso 03. San Isidro Perú.

4. Precio

- Precio por unidad: el precio acordado es de FOB US\$ 6.10 (Seis y 10/100 dólares americanos FOB)

- Precio total: US\$ 373,363.50 (TRESCIENTOS SETETENTA Y TRES MIL TRESCIENTOS SESENTA Y TRES Y 50/100 DÓLARES AMERICANOS). FOB (INCOTERMS 2000).

5. Pago

Pago mediante carta de crédito irrevocable a la vista. Para lo cual el comprador se compromete a aperturar la misma, a nombre del vendedor, la cual debe ser aperturada e informada a más tardar a 14 días de firmado el presente convenio. Además:

El Comprador deberá encargarse de obtener un crédito documentario irrevocable a favor del Vendedor, que será emitido por un banco acreditado, a reserva de lo dispuesto en las Costumbres y Prácticas Uniformes para Créditos Documentarios de la CCI. La emisión de dicho crédito deberá notificarse por lo menos 14 días antes de la fecha acordada para la entrega, o antes del comienzo del plazo de entrega acordado que se especifique en la Cláusula 3 del presente contrato.

Los importes a pagar se transferirán por teletransmisión a la cuenta bancaria del Vendedor, y se considerará que el Comprador ha cumplido sus obligaciones de pago cuando el banco del Vendedor haya recibido dichos importes.

El pago del precio se efectuará CONTRA LA PRESENTACIÓN AL BANCO DE LOS DOCUMENTOS, INDICADOS EN LA CLAUSULA 6 DEL PRESENTE CONTRATO

El pago mediante remesa documentaria se ajustará a las Reglas Uniformes de la CCI relativas a las Cobranzas.

Los documentos que deberán presentarse se especifican en el Cláusula 6 del presente contrato.

PAGO MEDIANTE CRÉDITO DOCUMENTARIO IRREVOCABLE PAGADERO A LA VISTA.

El Comprador deberá encargarse de obtener un crédito documentario irrevocable a favor del Vendedor, que será emitido por un banco acreditado, a reserva de lo dispuesto en las Costumbres y Prácticas Uniformes para Créditos Documentarios de la CCI.

La emisión de dicho crédito deberá notificarse por lo menos 15 días antes de la fecha acordada para la entrega, que se especifica en la Cláusula 3 del presente contrato.

Última fecha acordada para la emisión del crédito: 15 DIAS DE FIRMADO EL PRESENTE CONVENIO.

El crédito documentario no tiene que ser confirmado.

Todos los costos que se produzcan con relación a la confirmación serán por cuenta del Vendedor.

El crédito documentario será pagadero a la vista y permitirá expediciones parciales y transbordos.

6. Documentos

El Vendedor pondrá a disposición del Comprador o, si procede, presentará al banco especificado por el Comprador, los siguientes documentos:

- Factura comercial
- Lista de bultos embalados
- Certificado de origen
- Certificado de inspección y sanitario
- Conocimiento de embarque (B/L)

7. Incumplimiento del plazo de pago

Si el Comprador no paga el importe debido a su vencimiento, el Vendedor tendrá derecho a cobrar intereses sobre dicho importe desde el momento del vencimiento del pago hasta el momento en que se efectúe el pago.

A menos que las partes acuerden otra cosa, el tipo de interés será el 2 % por encima de la tasa media de interés bancario para préstamos a corto plazo aplicable a la moneda de pago en el lugar donde se efectúe el pago, y cuando dicha tasa no exista en ese lugar, se aplicará la misma tasa que se encuentre en vigor en el Estado de la moneda de pago. En el caso de que dicha tasa no exista en ninguno de los dos lugares mencionados, y si las partes no han acordado ninguna otra tasa específica, el tipo de interés será la tasa correspondiente establecida según la legislación del Estado de la moneda de pago.

El Vendedor tendrá derecho a rescindir el presente Contrato notificando al Comprador respecto de las mercancías que no se hayan pagado por cualquier razón (con exclusión de algún impedimento temporal en caso de fuerza mayor dentro de un plazo de 15 días desde el vencimiento del plazo originalmente acordado, para la entrega, a menos que las partes acuerden algún otro plazo.

8. Incumplimiento del plazo de entrega

Cuando haya demora en la entrega de cualquier mercancía, el Comprador tendrá derecho a una indemnización líquida por daños y perjuicios equivalente al 0,10 % por cada día completo de demora a partir de la fecha de entrega acordada o del último día del plazo de entrega acordado, según proceda, a condición de que el Comprador notifique al Vendedor de la demora, y a reserva de cualquier prórroga por motivo de fuerza mayor.

Cuando el Comprador notifique al Vendedor en un plazo de 7 días a partir de la fecha de entrega acordada o del último día del plazo de entrega acordado, los daños y perjuicios se

contarán desde la fecha de entrega acordada o desde el último día del plazo de entrega acordado. Cuando el Comprador notifique al Vendedor después de 7 días desde la fecha de entrega acordada o del último día del plazo de entrega acordado, los días se contarán a partir de la fecha de la notificación. Si las partes desean modificar cualquiera de los plazos de 7 días mencionados o ambos plazos, deberán hacerlo más adelante: PARA EFECTOS DE ENTREGA SE CONSIDERARA LO EXPUESTO EN LA CLAUSULA 3 DEL PRESENTE CONTRATO Y LO QUE EL INCOTERM ACORDADO (FOB- INCOTERMS 2010) INDIQUE EN ESTE SENTIDO.

La indemnización líquida por daños y perjuicios por motivo de demora no superará el 10% del precio de las mercancías que se hayan demorado.

El Comprador tendrá derecho a rescindir el presente Contrato notificando al Vendedor respecto de las mercancías que no se hayan entregado por cualquier razón (con exclusión de algún impedimento temporal en caso de fuerza mayor dentro de un plazo de 20 días después de la fecha de entrega acordada o del último día del plazo de entrega acordado, según proceda, a menos que las partes especifiquen algún otro plazo más adelante).

9. Fuerza mayor

Ninguna de las partes será responsable del incumplimiento de cualquiera de las obligaciones que le incumban si demuestra:

- Que el incumplimiento fue debido a un impedimento fuera de su control, y
- Que no cabía esperar que la parte que no cumplió previera ni el impedimento ni sus efectos sobre su capacidad para cumplir su obligación en el momento de la celebración del presente Contrato
- Que no podía haber evitado o superado material mente el efecto de dicho impedimento.

- Cuando una parte desee ser exonerada de su responsabilidad por motivos de fuerza mayor deberá, en cuanto se percate del impedimento y sus efectos sobre su capacidad para cumplir las obligaciones que le incumban, notificar a la otra parte de dicho impedimento y sus efectos sobre su capacidad para cumplir sus obligaciones, y presentarle todos los documentos justificantes pertinentes. Si la causa de fuerza mayor cesa, se notificará el cese y la fecha del mismo. Cuando la parte contratante se abstenga de notificar o de facilitar los documentos mencionados, dicha parte estará obligada a indemnizar por daños y perjuicios por las pérdidas ocasionadas que, de no ser por su omisión, se hubieran podido evitar.

Cuando el impedimento sea meramente temporal, es decir, cuando éste no necesariamente dé por resultado la imposibilidad del cumplimiento y pudiera terminarse en un plazo de 30 días (a menos que las partes acuerden algún otro plazo más adelante, el plazo para el cumplimiento de las obligaciones se prorrogará hasta que el impedimento se haya terminado, o hasta el vencimiento de aquel plazo, si éste es anterior.

Si el cumplimiento continúa siendo imposible al vencimiento del plazo mencionado, o si el cumplimiento se hace definitivamente imposible, y en cuanto ello ocurra, cualquiera de las partes contratantes tendrá derecho a rescindir el presente Contrato tras notificar a la otra parte de su decisión de rescindirlo.

10. Incumplimiento esencial

Cualquiera de las partes contratantes puede, notificando a la otra parte, rescindir el presente Contrato en caso de incumplimiento esencial cometido por la otra parte.

Las siguientes circunstancias constituyen ejemplos de incumplimiento esencial:

- Incumplimiento por parte del Comprador de su compromiso, si lo hubiere, de obtener la apertura de una carta de crédito irrevocable o de facilitar una garantía bancaria a primer

requerimiento antes de la fecha de vencimiento especificada en la Cláusula 5 del presente contrato;

- Incumplimiento por parte del Comprador de su obligación de pagar cualquier cantidad antes de la fecha en la que la otra parte tenga derecho a rescindir el presente Contrato, de conformidad con lo dispuesto en la Cláusula 7 supra;
- Incumplimiento por parte del Vendedor de su obligación de entregar todas las mercancías antes de la fecha en la que el Comprador tenga derecho a rescindir el presente Contrato, de conformidad con lo dispuesto en la Cláusula 8 supra;
- La incapacidad manifiesta por parte de cualquiera de las partes contratantes para cumplir sus obligaciones contractuales por motivo de quiebra o trámites de liquidación, o cualquier otra suspensión o interrupción de sus actividades.

En el caso de incumplimiento esencial, la parte agraviada podrá, a su discreción:

- Rescindir el contrato, y resarcirse de daños y perjuicios con cargo a la parte incumplidora; y/o,
- Vender o comprar, según proceda, las mercancías, en cuyo caso la parte incumplidora indemnizará a la parte perjudicada por cualquier pérdida que ésta haya sufrido.

Toda controversia con relación a las indemnizaciones por daños y perjuicios pendientes de pago en la fecha de la extinción del contrato, y/o las pérdidas sufridas, según proceda, se resolverá de conformidad con el procedimiento de solución de controversias acordado en el presente Contrato.

11. Procedimiento Pericial

En el caso de que el Comprador no esté satisfecho con la calidad de las mercancías entregadas o que hayan de entregarse, deberá informar al Vendedor de su insatisfacción lo

antes posible, y en cualquier caso en un plazo de 5 días a partir de la RECEPCION de las mercancías.

El Comprador solicitará inmediatamente a la institución siguiente: NO ESPECIFICAN que se nombre a un perito. Si las partes no han especificado ninguna institución, el Comprador procederá inmediatamente a nombrar a un perito. El perito que se nombre será independiente de las partes.

El perito examinará la alegada disconformidad de las mercancías e informará de su examen a las partes.

Con ese fin el perito tendrá derecho a inspeccionar la totalidad de las mercancías, o las muestras tomadas bajo su supervisión, y podrá llevar a cabo cualquier prueba que considere apropiada.

El perito remitirá su informe a ambas partes por correo certificado. El informe será definitivo y vinculante para ambas partes a menos que, en un plazo de 45 días desde su recepción, sea recusado por una de las partes antes del comienzo de las actuaciones, de conformidad con el procedimiento de solución de controversias previsto en el presente Contrato.

Los honorarios y gastos del perito serán por cuenta del Comprador hasta la conclusión del procedimiento pericial, pero el Vendedor los reembolsará al Comprador si se demuestra la disconformidad de las mercancías respecto a las estipulaciones contractuales.

12. Reducción de los daños

En caso de insatisfacción con la calidad de las mercancías entregadas, el Comprador deberá tomar todas las medidas racionales, dadas las circunstancias, para conservar las mercancías. El Vendedor estará obligado a reembolsar el costo de tales medidas si se demuestra la disconformidad de las mercancías respecto a las estipulaciones contractuales.

Si las mercancías son susceptibles de un deterioro rápido, o si su conservación da lugar a un gasto excesivo, el Comprador deberá tomar medidas racionales para venderlas en las mejores condiciones posibles, tras notificar al Vendedor su intención de venderlas. No obstante, el Comprador deberá retener muestras adecuadas a efectos de llevar a cabo un examen pericial, y deberá brindar al Vendedor (y a cualquier perito nombrado de conformidad con la Cláusula 11 del presente contrato) la oportunidad de ser representado todo cuando se tomen dichas muestras.

13. Comunicación entre las partes

Todas las comunicaciones entre las partes con relación al presente Contrato deberán realizarse por escrito y enviarse por correo ordinario, por fax o por correo electrónico. Toda comunicación por la vía del correo electrónico deberá enviarse en el formato "sólo lectura" o en cualquier otro formato en el que no sea posible modificar el mensaje recibido.

Las comunicaciones por fax o correo electrónico serán totalmente por cuenta y riesgo del remitente. En el presente Contrato el término "días" se refiere a días naturales.

14. Normas jurídicas aplicables

Cuando algún asunto no esté recogido en las disposiciones expuestas, el presente Contrato se regirá por los siguientes instrumentos jurídicos por orden descendente de prioridad:

- La Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compra venta Internacional de Mercaderías,
- Los Principios de UNIDROIT sobre los Contratos Comerciales Internacionales, y
- Para los asuntos que no se contemplan en los dos instrumentos mencionados, SE APLICARA LO QUE INDIQUE LA LEGISLACION DEL PAIS DEL VENDEDOR.

15. Solución de controversias

En el caso de que se presente cualquier dificultad con relación a la ejecución del presente Contrato, las partes se comprometen a entablar negociaciones con diligencia y buena fe con el fin de encontrar la solución que mejor se adapte a la situación. Si la dificultad está relacionada con la conformidad de las mercancías, las partes se comprometen a recurrir al procedimiento pericial especificado en la Cláusula 11 del presente contrato antes de recurrir a ningún otro procedimiento. Si tales medidas no prosperan, ambas partes podrán recurrir al procedimiento de solución de controversias indicado a continuación.

A menos que se acuerde lo contrario, todas las controversias que surjan del presente Contrato o que estén relacionadas con el mismo, se resolverán final mente de acuerdo con el Reglamento de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional por un único árbitro nombrado de conformidad con dicho Reglamento.

Las partes acuerdan que el árbitro emitirá su laudo únicamente sobre la base de los documentos presentados por las partes y renuncian al derecho a exigir un juicio, incluido un juicio procesal.

16. Fecha y firma para el vendedor y el comprador

Lima, 20 de Julio de 2017

Vendedor

Comprador

Fecha:

.....

Nombre:

.....

Firma

Firma

5.3. Elección y aplicación de Incoterms.

La organización operara bajo el incoterms FOB - Free on Board (Libre a bordo, puerto de carga convenido). Es el incoterm más utilizado, el vendedor tiene como responsabilidad dejar

la mercancía en el puerto de origen y eso implica que no decides la naviera, ni los costes, ni los tiempos asociados a ella, por eso es recomendable contratar a una empresa que gestione la segunda parte del transporte.

En la tabla 13, se detallaran las responsabilidades del vendedor y comprador según este término comercial:

Tabla 32: Responsabilidades del vendedor y comprador.

VENDEDOR	COMPRADOR
<p>Solventar todos los gastos hasta entregar los productos a bordo del buque: maniobras, cargas, descargas, desaduanamiento de exportación, manejos en el puerto y carga al barco.</p> <p>Realizar el despacho de exportación a través de un agente aduanal (en algunos países no es obligatoria la figura del agente aduanal).</p>	<p>Encargarse de contratar un buque para la entrega, es decir, que el comprador tiene que contratar y pagar el buque en el cual se transportarán las mercancías.</p> <p>Contratar y pagar el medio principal de transporte marítimo.</p> <p>Asumir los riesgos por pérdida o daño desde la recepción de los bienes. Sin embargo, hasta este punto no hay obligación de contratar un seguro por parte de ninguno de los negociantes.</p> <p>Realizar todos los trámites de importación hasta su país de destino.</p>

Fuente: (Comercio y adunas., 2017). Elaboración propia.

5.4. Determinación del medio de pago

Al ser una empresa que recién inicia operaciones, lo más recomendable es la forma de pago mediante carta de crédito. Para este plan, la organización operara con la carta de crédito de tipo irrevocable, es decir esta sólo podrá modificarse con el consentimiento de ambas partes.

Este medio de pago otorga mayor seguridad, ya que al intervenir una entidad bancaria, la carta de crédito se transforma en una orden de pago, lo cual garantiza el pago al exportador.

A continuación se detallaran las fases de la carta de crédito:

1. Firma del contrato entre el exportado e importador.
2. El importador solicita a su Banco la apertura de un crédito documentario a favor del exportador.

3. El Banco del importador emite el crédito y se pone en contacto con el Banco del exportador para que confirme el crédito.
4. El Banco del exportador confirma el crédito al exportador.
5. El exportador envía la mercancía al país del destino en función del contrato pactado.
6. El exportador presenta la documentación exigida para confirmar el despacho de la mercancía al Banco del importador.
7. El Banco del exportador remite los documentos al Banco del importador.
8. El Banco del importador revisa los documentos y reembolsa el importe al Banco del exportador o congela el pago en caso de haber deficiencias en la documentación presentada.
9. El banco del exportador paga al exportador.
10. El Banco del importador adeuda al importador y le entrega la documentación al importador.
11. El importador, con los documentos, procede a retirar la mercancía. (ImpChina, 2016)

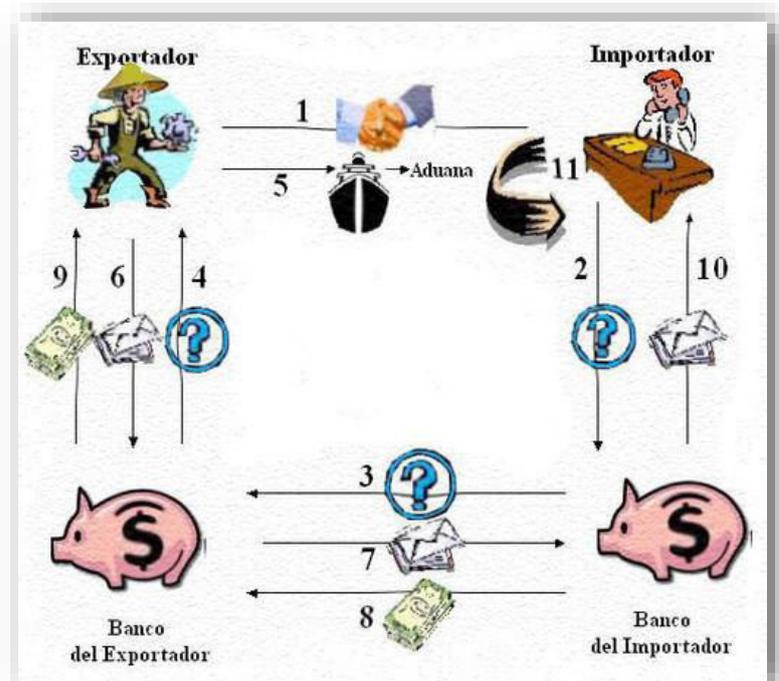


Figura 19: Fases de la carta de crédito.
Fuente: Impchina, 2016.

5.5. Elección del régimen de exportación.

En la actualidad, existen dos regímenes de exportación que son:

- ✓ Exportación Definitiva
- ✓ Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

En el presente plan se usara el régimen de exportación definitiva, este permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno. (Sunat, 2017)

Los documentos necesarios que solicita la Sunat, para este régimen son:

- ☐ Declaración Única de Aduanas (DUA) de Exportación.
- ☐ Factura comercial.
- ☐ Documento de transporte (Conocimiento de Embarque, Guía Aérea, Aviso Postal o Carta Porte, según el medio de transporte utilizado.)
- ☐ Certificado de origen y póliza de seguro.
- ☐ Certificado Fito o Zoosanitario.
- ☐ Lista de empaque o “Packing List”.
- ☐ Autorizaciones especiales, si corresponde.
- ☐ Otros documentos que la naturaleza del régimen requiera, conforme a las disposiciones específicas de la materia. (Deperu., 2017)

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional.

A continuación se detallara proceso operativo del despacho aduanero:

- ☐ Contratamos un operador logístico en este caso tendremos que contratar los servicios de una agencia de carga ya que nuestra carga va ser LCL/LCL, es decir una carga consolidada, la agencia de carga a contratar va ser “ANTARES LOGICTICS”.

- La Agencia de aduanas a trabajar es “ANTARES ADUANAS”.
- La Agencia de carga se encarga de la reserva del espacio en la nave (booking).
- La Agencia de carga se encarga de consolidar la carga.
- La Agencia de Aduanas teniendo los datos para la numeración de la DUA; procede a lanzar la numeración con el código 40 (provisional).
- Luego se pasa el control de ADUANAS, en la Exportación hay dos tipos de control, es decir dos canales que puede ser naranja o rojo, si sale naranja la mercancía es llenada a la nave y tiene levante automático para ser embarcado, si sale rojo pasa revisión documentaria y física por una autoridad aduanera, si todo está conforme a ley, el funcionario procede a dar levante y pudiendo embarcar la carga.

5.7. Gestión de las operaciones de exportación – Flujograma

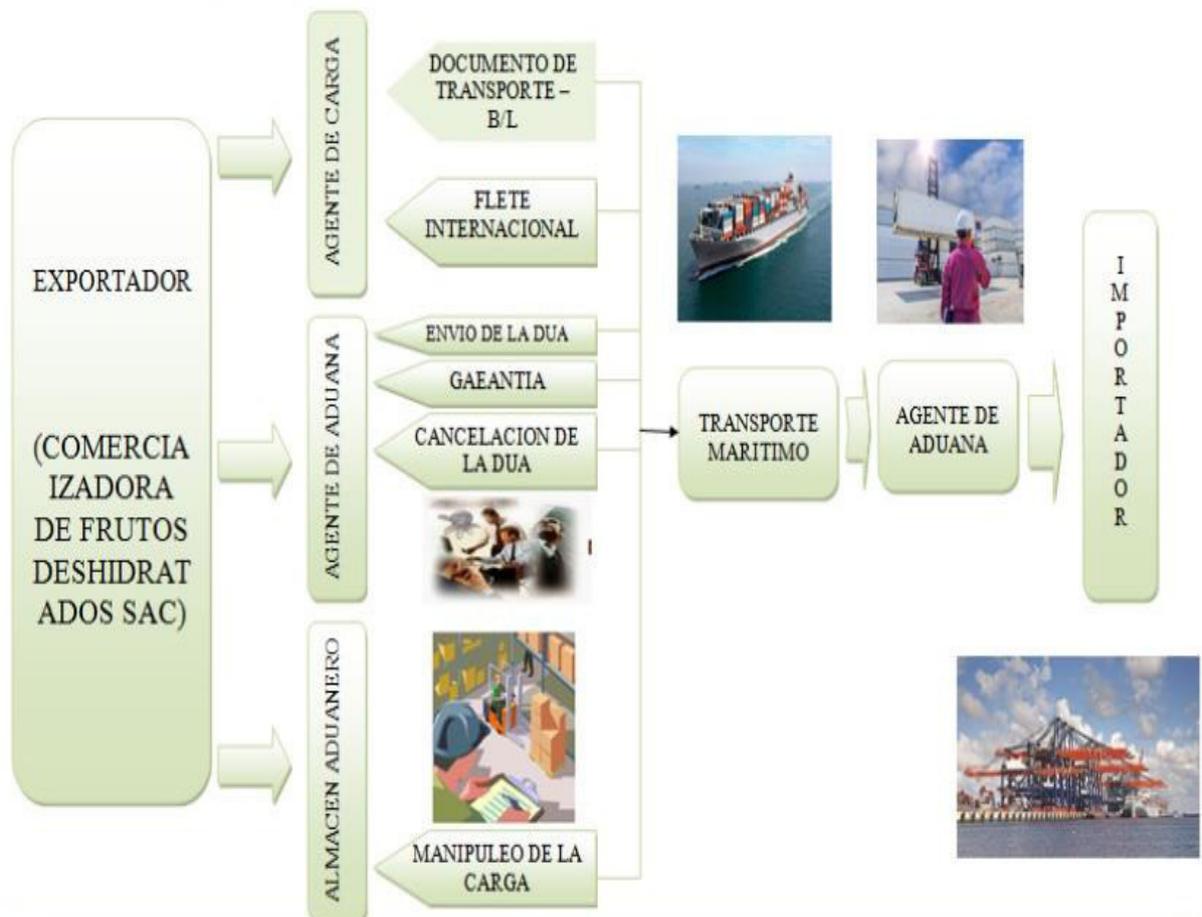


Figura 20: Flujograma de exportación.
Fuente: Elaboración propia.

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión fija

6.1.1. Activos tangibles

Un activo tangible tiene una forma física, es decir, son activos materiales que se pueden ver y tocar. Los activos tangibles en el ámbito empresarial incluyen tanto los activos no corrientes, como la maquinaria, los edificios y terrenos, los vehículos, etc) y los activos corrientes, como el inventario. (Economipedia, 2016)

A continuación detallaremos los activos tangibles que necesitamos para la apertura de la empresa:

Tabla 33: Inversión – Activos tangibles en soles.

EQUIPOS DE COMPUTO:				
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sin Igv	Con Igv
Laptop y Licencias	2	2,419.07	4,838.14	5,709.01
Computadora y licencias	2	2,873.15	5,746.30	6,780.63
Impresora multifuncional	1	606.86	606.86	716.09
Total:			11,191.30	13,205.73
MUEBLES Y ENSERES:				
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sin Igv	Con Igv
Muebles de escritorio	4	59.32	237.29	280.00
Silla giratoria de escritorio	4	46.59	186.36	219.90
Silla de espera estática	2	55.04	110.08	129.89
Papelerero de acero	2	21.15	42.29	49.90
Equipo telefónico	4	90.00	360.00	424.80
Muebles para archivo - Armario	2	169.49	338.98	400.00
Total:			1,275.00	1,504.50

Fuente: Elaboración propia.

6.1.2. Activos intangibles

Los activos intangibles son bienes que posee la empresa y que no pueden ser percibidos físicamente. Sin embargo, se consideran activos porque ayudan a que la empresa produzca un rendimiento económico a través de ellos. (Economiasimple, 2016)

A continuación detallaremos los activos intangibles que necesitamos para la apertura de la empresa:

Tabla 34: Inversión - Activos intangibles en soles.

REMODELACIÓN Y ACONDICIONAMIENTO DE OFICINA:		
Descripción	Soles por M2	Con Igv
Área administrativa y operativa (70 M2)	18.00	1,260.00
Total		1,260.00
DEMÁS INVERSIÓN FIJA TANGIBLE:		
Descripción	Sin Igv	Con Igv
Constitución de la empresa en notaria y Sunarp.	457.63	540.00
Licencia de funcionamiento de Municipalidad del Callao	156.27	184.40
Carnet de sanidad de los 4 colaboradores (28.90 C/U).	97.97	115.60
Registro Sanitario - Digesa	60.00	70.80
Impresión de Facturas	127.12	150.00
Legalización de libros contables.	169.49	200.00
Búsqueda y reserva de nombre en SUNARP	20.34	24.00
Defensa civil	338.98	400.00
Hosting y diseño de página web	635.59	750.00
Total	2063.39	2434.80

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio. (Contabilidad Puntual, 2016)

Este capital está conformado por los inventarios (costo de las unidades a producir) y caja y bancos (gastos administrativos, servicios, ventas y costos de exportación), esto con el fin de cubrir con los egresos por los primeros 2 meses.

Tabla 35: Capital de trabajo sin Igv.

Capital de trabajo	En Soles	En dólares
Inventario	160,426.07	48,613.96
Caja y bancos	27,678.91	8,387.55
TOTAL	188,104.97	57,001.51

Fuente: Elaboración propia

6.3. Inversión total

La inversión total, es la suma de los activos tangibles, activos intangibles y del capital de trabajo.

Tabla 36: Inversión total en soles.

Descripción	Sin Igv	Con Igv
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE:		
Constitución de la empresa en notaria y Sunarp.	457.63	540.00
Licencia de funcionamiento de Municipalidad del Callao	156.27	184.40
Carnet de sanidad de los 4 colaboradores (28.90 C/U).	97.97	115.60
Registro Sanitario - Digesa	60.00	70.80
Impresión de Facturas	127.12	150.00
Legalización de libros contables.	169.49	200.00
Búsqueda y reserva de nombre en SUNARP	20.34	24.00
Defensa civil	338.98	400.00
Hosting y diseño de página web	635.59	750.00
Área administrativa y operativa (70 M2)	1,067.80	1,260.00
Total inversión intangible	3,131.19	3,694.80
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE:		
Equipos de Computo	11,191.30	13,205.73
Muebles y Enseres	1,275.00	1,504.50
Total inversión tangible	12,466.30	14,710.23
Total Inversión Tangible e Intangible	15,597.49	18,405.03
CAPITAL DE TRABAJO	188,104.97	221,963.87
TOTAL INVERSION INICIAL	203,702.46	240,368.90

Fuente: Elaboración propia

6.4. Estructura de inversión y financiamiento

Para desarrollar el presente plan, el 60% será financiado por una entidad bancaria. Para poder seleccionar al banco, hemos realizado una consulta en la página web Compara Bien, y el banco que nos ofrece la tasa de interés más baja es el Banco Continental.

Elige tu Préstamo Personal
 Compara todas las opciones, elige la mejor para ti y solicítala con un click

Moneda: **Soles** / Dólares Plazo del Préstamo: 60 meses Ubicación: Lima y Callao

Monto del Préstamo: S/ 100,000 Ingresos Mensuales: S/ 8,800 Sólo Bancos: Si No Considerar Tasa: Max Min

13 opciones disponibles

Producto	Valor Cuota	Tasa de Interés		Pago Total	Costos y Seguros		Más Info
		TEA	TCEA		Cargos x Mes	Desgra-vamen	
Préstamo Libre Disponibilidad BBVA Continental	S/ 3,231.17	33.85% (desde 10.50%)	34.61%	S/ 193,990	S/ 10.00	0.035 %	SOLICITAR > Aprueba en segundos ✓
Préstamo Fácil Interbank	S/ 3,785.13	45.00% (desde 14.00%)	46.49%	S/ 227,108	S/ 10.00	0.075 %	SOLICITAR > Pre-aprueba en minutos ✓
Crédito Personal CAJA HUANCAYO	S/ 3,263.46	34.49% (desde 32.92%)	35.09%	S/ 195,815	S/ 0.00	0.038 %	ver
Crédito Consumo personal CAJA MAYNAS	S/ 3,492.67	39.29%	39.99%	S/ 209,566	S/ 0.00	0.043 %	ver

Figura 21: Búsqueda de fuentes de financiamiento.
 Fuente: Compara Bien.

Tabla 37: Financiamiento de la inversión.

	Monto	Participación %
TOTAL INVERSIÓN	S/. 240,369	100%
PATRIMONIO	S/. 96,148	40%
DEUDA	S/. 144,221	60%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38: Datos de préstamo bancario.

Periodo	36 Meses
TEM	2.51%
TEA	34.6%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39: Amortización de la deuda en soles.

Periodo	Saldo Deuda	Intereses + Seguro	Principal	Cuota
0	144,221.34			
1	141,709.39	3,619.96	2,511.95	6,131.91
2	139,134.39	3,556.91	2,575.00	6,131.91
3	136,494.76	3,492.27	2,639.63	6,131.91
4	133,788.87	3,426.02	2,705.89	6,131.91
5	131,015.06	3,358.10	2,773.81	6,131.91
6	128,171.64	3,288.48	2,843.43	6,131.91
7	125,256.84	3,217.11	2,914.80	6,131.91
8	122,268.88	3,143.95	2,987.96	6,131.91
9	119,205.92	3,068.95	3,062.96	6,131.91
10	116,066.08	2,992.07	3,139.84	6,131.91
11	112,847.43	2,913.26	3,218.65	6,131.91
12	109,548.00	2,832.47	3,299.44	6,131.91
13	106,165.75	2,749.65	3,382.25	6,131.91
14	102,698.60	2,664.76	3,467.15	6,131.91
15	99,144.43	2,577.73	3,554.17	6,131.91
16	95,501.05	2,488.53	3,643.38	6,131.91
17	91,766.22	2,397.08	3,734.83	6,131.91
18	87,937.64	2,303.33	3,828.57	6,131.91
19	84,012.97	2,207.23	3,924.67	6,131.91
20	79,989.79	2,108.73	4,023.18	6,131.91
21	75,865.63	2,007.74	4,124.16	6,131.91
22	71,637.95	1,904.23	4,227.68	6,131.91
23	67,304.16	1,798.11	4,333.79	6,131.91
24	62,861.58	1,689.33	4,442.57	6,131.91
25	58,307.50	1,577.83	4,554.08	6,131.91
26	53,639.12	1,463.52	4,668.39	6,131.91
27	48,853.55	1,346.34	4,785.56	6,131.91
28	43,947.87	1,226.22	4,905.68	6,131.91
29	38,919.05	1,103.09	5,028.81	6,131.91
30	33,764.02	976.87	5,155.04	6,131.91
31	28,479.59	847.48	5,284.43	6,131.91
32	23,062.52	714.84	5,417.07	6,131.91
33	17,509.48	578.87	5,553.04	6,131.91
34	11,817.06	439.49	5,692.42	6,131.91
35	5,981.76	296.61	5,835.30	6,131.91
36	0.00	150.14	5,981.76	6,131.91
	Total	76,527	144,221	220,749

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40: Resumen de la amortización de la deuda en soles.

Primer Año	
Amortización	34,673.34
Intereses	38,909.53
Segundo Año	
Amortización	46,686.41
Intereses	26,896.46
Tercer Año	
Amortización	62,861.58
Intereses	10,721.29

Fuente: Elaboración propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito.

Para el presente plan, se financiara el 60% de la inversión total, el importe es de S/ 144,221.00 soles que se solicitaran como préstamo al Banco Continental. La deuda será financiada por un periodo de 36 meses, y las tasas que brinda el banco son: TEM (2.51%) Y TEA (34.60%).

6.6. Presupuestos de costo.

A continuación, se detalla la relación de costos en los que se ha incurrido de manera mensual, para cumplir con nuestros envíos de 5101 unidades de fresa deshidratada.

Tabla 41: Presupuesto de costos de producción.

MATERIA PRIMA PARA 5,101 UNIDADES DE FRESA DESHIDRATADA TIPO SNACK					
DESIGNACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO TOTAL EN S/ (soles)	COSTO TOTAL EN \$ (dólares)
Materia prima para 80g de fresa deshidratada.	S/. 1.62	Unid	5101	S/. 8,269	\$27,287
Envases primarios	S/. 0.50	Unid	5101	S/. 2,551	\$8,417
Empaque y Etiquetados	S/. 1.50	Unid	425	S/. 638	\$2,104
Cajas de exportación	S/. 10.50	Unid	35	S/. 372	\$1,227
Mano de Obra - Liofilización de fresa	S/. 10.07	Unid	5101	S/. 51,367	\$169,511
Total sin IGV				S/. 63,196	\$208,546
Total con IGV				S/. 74,571	\$246,085

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42: Gastos administrativos mensual.

DESIGNACIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL EN S/	COSTO TOTAL EN \$ (dólares)
TELEFONIA + INTERNET	400		S/. 400	\$121
AGUA	70		S/. 70	\$21
ENERGIA ELECTRICA	180		S/. 180	\$55
SERVICIO LIMPIEZA	100		S/. 100	\$30
ALQUILER	1100		S/. 1,100	\$333
		Total sin IGV	S/. 1,850	\$561
		Total con IGV	S/. 2,183	\$662

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43: Gastos de planilla mensual.

DESIGNACIÓN	COSTO TOTAL EN S/ (soles)	COSTO TOTAL EN \$ (dólares)
SUELDO	7,177.65	2,175.05

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44: Costos de distribución y ventas mensuales.

DESIGNACIÓN	COSTO TOTAL EN S/ (soles)	COSTO TOTAL EN \$ (dólares)
Embalaje de pallet (3)	162.00	\$ 49.09
Comisión de ventas (Broker)	2,527.82	\$ 766.01
Promociones y/o Material publicitario	230.00	\$ 69.70
Total sin IGV	2,919.82	\$ 884.79
Total con IGV	3,445.39	\$ 1,044.06

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45: Gastos de exportación mensual.

DESIGNACIÓN	PRECIO S/.	PRECIO \$
Montacarga	S/. 200.00	\$50.00
Almacenaje – Embarque	S/. 500.00	\$151.52
VB°	S/. 200.00	\$60.61
Aduana	S/. 569.50	\$172.58
Certificado de Origen	S/. 42.48	\$12.87
Flete interno	S/. 380.00	\$115.15
COSTO TOTAL	S/. 1,891.98	\$573.33

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46: Flete marítimo por 3 paletas.

HOLANDA	LCL
FLETE	\$700
Total	\$700

Fuente: Elaboración propia.

6.7. Punto de equilibrio.

Tabla 47: Costo de primer embarque.

Carton corrugado con 12 unidades	Unidades comerciales (80 gramos)	TOTAL		USD \$
425	5101	C. Unitario	S/. 15.72	\$4.77
			T.C.	3.3
Concepto	Costo Fijo	Costo Variable	Total S/.	Total USD \$
Costo de Producto			S/. 67,124	\$20,340.48
Materia Prima y Mano de Obra		S/. 63,196		
Costos indirectos de fabricación	S/. 1,850			
Depreciación	S/. 2,078			
Gastos generales y administrativos			S/. 7,178	\$2,175.05
Salarios	S/. 7,178			
Gastos de servicios y otros				
Costo de Distribución y Ventas			S/. 4,020	\$1,218.13
G. de ventas		S/. 2,528		
Embalaje		S/. 162		
Promociones y/o Material publicitario	S/. 230			
Alquiler	S/. 1,100			
Gastos de Exportación			S/. 1,892	\$573.33
Operador logístico	S/. 1,891.98			
COSTO TOTAL			S/. 80,213	\$24,306.98
UTILIDAD	28%		S/. 22,460	\$6,805.95
FOB			S/. 102,673	\$31,112.93

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48: Determinación del punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	1,987	Unidades
Costo Variable Unitario	S/. 12.92	\$3.91
Costo Fijo	S/. 14,327.35	\$4,341.62
Precio	S/. 20.13	\$6.10

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla N° 47, debo vender 1.987 unidades mensuales, para que mis ingresos sean igual a mis costos, es decir, es el punto de actividad en el cual no existe pérdida ni ganancia.

Tabla 49: Punto de equilibrio anual.

PUNTO DE EQUILIBRIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Variable Unitario	\$3.91	\$3.91	\$3.91	\$3.91	\$3.91
Costo Fijo	\$52,099.44	\$52,099.44	\$52,099.44	\$52,099.44	\$52,099.44
Precio	\$6.10	\$6.10	\$6.10	\$6.10	\$6.10
Punto de equilibrio	23,840	23,840	23,840	23,840	23,840

Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio anual es de 23,840 unidades.

6.8. Tributación de la exportación.

Todas las exportaciones peruanas no están exentas a ningún tributo.

6.9. Presupuestos de ingreso.

A continuación, se detallan las ventas proyectadas para los primeros 5 años:

Tabla 50: Presupuesto de caja.

Presupuesto de ingreso por ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	56,111.00	64,413.00	68,092.00	71,975.00	76,084.00
Precio	\$6.10	\$6.10	\$6.10	\$6.10	\$6.10
TOTAL	342,242.28	392,879.32	415,318.94	439,002.83	464,065.18

Fuente: Elaboración propia.

6.10. Presupuestos de egreso.

Tabla 51: Presupuesto de egresos.

Presupuesto de egresos por compras	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	61,207.00	64,701.92	68,396.40	72,301.83	76,430.27
Costo	\$5.62	\$5.62	\$5.62	\$5.62	\$5.62
TOTAL	344,158.72	363,810.18	384,583.75	406,543.48	429,757.11
Presupuesto de egresos por G. Admin.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planilla	\$26,100.55	\$26,100.55	\$26,100.55	\$26,100.55	\$26,100.55
Depreciación	0	0	0	0	0
servicios	\$7,938.18	\$7,938.18	\$7,938.18	\$7,938.18	\$7,938.18
TOTAL	34,038.73	34,038.73	34,038.73	34,038.73	34,038.73
Presupuesto de egresos por gastos de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Embalaje de pallet	\$695.13	\$695.13	\$695.13	\$695.13	\$695.13
Comision de ventas (Broker)	\$9,192.08	\$9,192.08	\$9,192.08	\$9,192.08	\$9,192.08
Promociones y/o Material publicitario	\$986.91	\$986.91	\$986.91	\$986.91	\$986.91
Gastos de export.	\$8,117.65	\$8,581.17	\$9,071.15	\$9,589.12	\$10,136.66
TOTAL	18,991.77	19,455.29	19,945.27	20,463.24	21,010.78
Presupuesto de egresos por financiamiento.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	\$11,790.77	\$8,150.44	\$3,248.88	\$0.00	\$0.00
Amortización	\$10,507.07	\$14,147.40	\$19,048.96	\$0.00	\$0.00
TOTAL	22,297.84	22,297.84	22,297.84	-	-

Fuente: Elaboración propia.

6.11. Flujo de caja proyectado.

Tabla 52: Flujo de caja proyectado.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso ventas		342,242.28	392,879.32	415,318.94	439,002.83	464,065.18
Crédito fiscal		55,204.56	58,272.95	61,516.54	64,945.34	68,569.93
Valor residual						57,001.51
Drawback		-	14,932.99	15,785.66	16,687.02	17,639.85
TOTAL INGRESOS	0.00	397,446.84	466,085.26	492,621.15	520,635.20	607,276.47
Inversión	61,728.02					
Compras		344,158.72	363,810.18	384,583.75	406,543.48	429,757.11
Gasto Administ		34,038.73	34,038.73	34,038.73	34,038.73	34,038.73
Gasto ventas		18,991.77	19,455.29	19,945.27	20,463.24	21,010.78
IR (sin deuda)		7,587.44	8,740.40	9,590.34	10,831.02	12,142.54
TOTAL EGRESOS	61,728.02	404,776.66	426,044.60	448,158.09	471,876.46	496,949.15
FLUJO ECONÓMICO	-61,728.02	-7,329.81	40,040.66	44,463.06	48,758.74	110,327.32
Préstamo	43,703.44					
Cuota		22,297.84	22,297.84	22,297.84	0.00	0.00
Escudo fiscal		3,183.51	-1,831.29	-3,259.56	-4,338.63	-4,586.36
FLUJO FINANCIERO	-18,024.58	-26,444.15	15,911.53	18,905.65	44,420.11	105,740.96

Fuente: Elaboración propia.

6.12. Estados de Ganancias y pérdida.

Tabla 53: Estado de resultados por 5 años.

		27%	27%	26%	26%	26%
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	-	373,324.71	394,641.56	417,175.59	440,996.31	466,177.20
COSTO DE VENTAS	-	291,659.93	308,313.71	325,918.43	344,528.37	364,200.94
UTILIDAD BRUTA	-	81,664.78	86,327.84	91,257.16	96,467.94	101,976.26
GASTOS ADMINIST	3,005.52	36,066.26	36,066.26	36,066.26	36,066.26	36,066.26
GASTOS VENTAS	-	17,496.90	17,889.72	18,304.96	18,743.91	19,207.92
UTILIDAD OPERATIVA	- 3,005.52	28,101.62	32,371.86	36,885.94	41,657.77	46,702.08
INTERESES	-	\$11,790.77	\$8,150.44	\$3,248.88	\$0.00	\$0.00
DRAWBACK	-		14,932.99	15,785.66	16,687.02	17,639.85
UTILIDAD ANTES DE IR	- 3,005.52	16,310.85	39,154.41	49,422.73	58,344.80	64,341.93
IMPUESTO RENTA	-	4,403.93	10,571.69	12,849.91	15,169.65	16,728.90
UTILIDAD NETA	- 3,005.52	11,906.92	28,582.72	36,572.82	43,175.15	47,613.03

Fuente: Elaboración propia.

6.13. Evaluación de la inversión.

6.13.1. Evaluación económica

Según, esta evaluación, la inversión se recuperar en 3 años y 7 meses.

Tabla 54: Evaluación económica del plan.

VA		\$116,635.76
Inversión		<u><u>-61,728.02</u></u>
VAN =		\$54,907.74
TIR =		42%
B/C =		1.89
Pay back =		
	3	47,444.13
	X	61,728.02
	4	71,356.61
Por interpolación:		
	X =	3.60 años
Pay back =		3.00 años
	y	7 meses
Pay back es		3 años y 7 meses

Fuente: Elaboración propia.

6.13.2. Evaluación financiera

Según, esta evaluación, la inversión se recuperar en 3 años y 10 meses.

Tabla 55: Evaluación financiera.

VA	\$65,274.44
Inversión	<u><u>-18,024.58</u></u>
VAN =	\$47,249.86
TIR =	50%
B/C =	3.62
Pay back =	
	3 92.86
	X 18,024.58
	4 21,877.57
Por interpolación:	
	X = 3.82 años
Pay back =	3.00 años
	y 10 meses
Pay back es	3 años y 10 meses

Fuente: Elaboración propia.

6.13.3. Evaluación social

Esta evaluación, busca que como organización contribuyamos a una responsabilidad social que valla acorde con las buenas prácticas e incentivando a una vida sana consumiendo productos naturales como la fresa deshidratada tipo snack.

6.13.4. Impacto ambiental.

Esta evaluación, la organización se compromete a usar de manera responsable los recursos naturales y aportar al cuidado del medio ambiente, incentivando, por ejemplo, mediante campañas mensajes que concienticen al consumidor, sobre el uso del envase y limpieza.

6.14. Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo.

Para realizar esta evaluación hemos tomado como referencia el modelo CAPM:

Tabla 56: Costo de oportunidad de capital.

CALCULO DEL COK_e

1) *Desapalanca el β de la Empresa Americana*

β_a	0.89
D/E	26.16%
t	14.09%
β_d	0.72668

$$\beta_d = \frac{\beta_a}{1 + (1-t) \times \frac{D}{E}}$$

2) *Apalanca el β de la Empresa Peruana*

β_d	0.72668
E	51.07%
D	48.93%
t	27.00%
β_a	1.23503

$$\beta_a = \beta_d \times \left[\frac{E + D(1-t)}{E} \right]$$

Se reemplaza en la formula del CAPM:

3)

R_f	2.13%
β_a	1.24
$R_m - R_f$	8.00%
RP	1.65%
Inflac	4%
R cambiario	5%
K_e	19.53%

www.finance.yahoo.com
<http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f) + RP + Inflaci3n$$

Donde:
 K_e = Costo de Oportunidad del Capital propio(Coke)
 R_f = tasa libre de riesgo(T-bond peruano)
 R_m = Retorno esperado del mercado (Rentabilidad Sector)
 β = Sensibilidad de la acci3n al mercado (riesgo)

Fuente: Damodaran

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio.

Se evaluar3 en base a 3 escenarios:

Años	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO EN \$	VENTA TOTAL \$.	TC = 3.02	TC = 3.30	TC = 3.50
				CRITICO	CONS.	OPTIM
AÑO 1	61,207	\$6.10	\$373,324.71	S/. 18.42	S/. 20.13	S/. 21.35
AÑO 2	64,702	\$6.10	\$394,641.56	S/. 18.42	S/. 20.13	S/. 21.35
AÑO 3	68,396	\$6.10	\$417,175.59	S/. 18.42	S/. 20.13	S/. 21.35
AÑO 4	72,302	\$6.10	\$440,996.31	S/. 18.42	S/. 20.13	S/. 21.35
AÑO 5	76,430	\$6.10	\$466,177.20	S/. 18.42	S/. 20.13	S/. 21.35

Fuente: Elaboraci3n propia.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Los resultados de los indicadores económicos y financieros indican que el presente Plan de Negocio es viable y rentable por tener un VAN mayor a cero y una TIR superior a la tasa que se espera recuperar la inversión.
- El producto tiene características que atraen al consumidor final, ya que de acuerdo al nuevo estilo de vida que llevan, en la cual le dan énfasis a consumir alimentos sanos y nutritivos. Por lo cual el producto cumple con sus necesidades.
- La rentabilidad no será menor al 20% en relación al costo dentro de 5 años con la fresa deshidratada.
- El mejor canal de distribución para productos naturales deshidratados en Holanda es a través del mercado retail, seguido de las tiendas especializadas en productos naturales.
- Según el proyectado de ventas, las ventas anuales aumentaran 5.71% más en relación al año anterior.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda buscar nuevos mercados donde el producto tenga aceptación, con el fin de expandir el mercado.
- Buscar nuevos métodos de distribución del producto, con el fin de lograr un mejor posicionamiento.
- Se recomienda tener más proveedores de maquila, con el fin de salvaguardar el proceso de producción ante cualquier contingencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ ADMINISTRATION, U. F. (03 de 09 de 2015). *Requisitos de gráficos y formatos de etiquetado*. Obtenido de <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm247928.htm>
- ✓ Comercio y aduanas. (2017). *Responsabilidades incoterm FOB*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/210-responsabilidades-fob-incoterm>
- ✓ DEPERU. (2017). *Los Regímenes Tributarios de la SUNAT*. Obtenido de <http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834>
- ✓ Deperu. (2017). *Régimen de Exportación Definitiva*. Obtenido de <http://www.deperu.com/abc/exportacion/4324/regimen-de-exportacion-definitiva>
- ✓ EAE Business School. (2017). *Máster en Negocios Internacionales*. Obtenido de <http://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>
- ✓ EUROPEAN COMMISSION. (2015). *Reglamento (UE) no 1169/2011: información alimentaria facilitada al consumidor*. Obtenido de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV:co0019>
- ✓ GARCIA PEREZ, A., CASTILLO GALVEZ, J., CARRANZA UGARTE, L., & MASCO COSMOPOLIS, M. (2008). *DECRETO LEGISLATIVO QUE APRUEBA LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE*. Lima.
- ✓ ICEX. (2014). *Perfiles de los principales grupos de distribución agrolimentaria en Alemania*. Dusseldorf: Instituto Español de Comercio Exterior.
- ✓ ImpChina. (2016). *Protección de su inversión*. Obtenido de Protección de su inversión
- ✓ INDECOPI. (2016). *Registro de Marca y Otros Signos*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- ✓ Internacional, F. M. (17 de Abril de 2012). Recuperado el 08 de Junio de 2012, de Base de datos World Economic Outlook: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01/weodata/weorept.aspx>
- ✓ LatinFarms. (2016). *LatinFarms*. Obtenido de <http://www.latinfarmsfood.com/arandanos/>
- ✓ Legiscomex.com. (12 de Septiembre de 2013). *Legiscomex.com*. Obtenido de Legiscomex.com.
- ✓ Marco, E. (2009). *Guía de Acondicionamiento y Embalaje*. Lima: Serpost, El Correo del Perú.
- ✓ MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO. (2016). *EL ARANDONO EN EL PERU Y EL MUNDO*. Lima.
- ✓ Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (FEBRERO de 2017). *EXTERIORES GOB*. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/paisesbajos_ficha%20pais.pdf
- ✓ MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO. (Enero de 2016). *Licencia de Funcionamiento*. Obtenido de <http://www.municallao.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento>
- ✓ MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO. (2017). *Licencia de Funcionamiento*. Obtenido de <http://www.municallao.gob.pe/pdf/licencia-de-funcionamiento/informacion-para-obtener-licencia-de-funcionamiento.pdf>

- ✓ NACIONES UNIDAS. (2009). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU). Nueva York, EE.UU.
- ✓ Oficina Económica y Comercial de España en Berlín. (2015). *Alemania Guía de País*. Berlín: Oficina Económica y Comercial de España en Berlín.
- ✓ *Portbooker*. (10 de Junio de 2012). Recuperado el 10 de Junio de 2012, de Guia Nautica: <http://www.portbooker.com/es/puertos/estados-unidos>
- ✓ Rebiazul. (2017). *Pallets & Drums*. Obtenido de <https://www.rebiazul.com/wp-content/uploads/2016/09/FICHA-PALET-EUROPEO-RECICLADO-6393.pdf>
- ✓ RPP NOTICIAS. (03 de Diciembre de 2015). *¿Sabías que obtener tu RUC como persona jurídica es gratis?* Obtenido de <http://rpp.pe/lima/actualidad/sabias-que-obtener-tu-ruc-como-persona-juridica-es-gratis-noticia-919058>
- ✓ SANTANDER. (2017). *SANTANDER*. Recuperado el Marzo de 2017, de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/aranceles-e-impuestos-locales#result>
- ✓ Santander. (2017). *Santander Trade*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/politica-y-economia>
- ✓ SANTANDER TRADE PORTAL. (Abril de 2017). *PAÍSES BAJOS : EMPAQUES Y NORMAS*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/paises-bajos/empaques-y-nomas>
- ✓ SIICEX. (2016). *SIICEX*. Lima.
- ✓ Sociales, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales 2009 *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)* Nueva York Naciones Unidas
- ✓ SUNAT. (2016). *Concepto del Régimen Especial*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>
- ✓ SUNAT. (2016). *Concepto del Régimen Especial*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>
- ✓ SUNAT. (2016). *EXPORTA FACIL*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf>
- ✓ Sunat. (2017). *EXPORTACION DEFINITIVA*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- ✓ Team, L. R. (June de 2016). *Avalara LandedCost*. Obtenido de <https://www.avalara.com/hs-codes/iv/21/06/90/taiwan/>

ANEXOS

1. COTIZACION DE EQUIPO DE CÓMPUTO:



Domicilio Fiscal:
Av. Garcilazo de la Vega 1261
Tienda 213 - Lima
SUCURSAL COMPUPALACE:
Av. Petit Thouars 5356
Tda. 1112 - Miraflores
Teléfono: 444 - 2984
www.mesajilhnos.com

Lima 22 de Abril de 2017

Proforma Nro: 22 - 20355

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC

Attn. Sr(es): Lessly Jaño

Estimados Señores. Por medio de la presente, y de acuerdo a su solicitud, sometemos a su consideración nuestra oferta como sigue:

CANT.	UNI	DESCRIPCIÓN	P.UNIT.	P. TOTAL
2.00	UNI	CASE ATX ANTRYX XTREME AENIC Fuente 450W USB3.0 (AO-X530-BLWC)	214.500	429.00
2.00	UNI	PROCESADOR INTEL Core i3-7100 3.90 GHz LGA1151 Procesador Septima Generacion 3 MB Cache L3, LGA1151, 51W, tecnologia 14 nm. Integra Intel HD Graphics 630. Presentacion en caja.	501.600	1,003.20
2.00	UNI	PLACA ASUS PRIME B250-PLUS DDR4 USB 3.0 LGA 1151 SN/VD/NW. Intel Socket 1151 para Proceadores Sexta y Septima generación Core i7 / Core i5 / Core i3 / Pentium / Celeron , Soporta CPU Intel de 14 nm	429.000	858.00
2.00	UNI	Disco Duro de 1TB interno S.ata-3 Western Digital Blue RECOMENDADO OFIMATICA	201.465	402.93
2.00	UNI	MEMORIA DDR-4 B2133 4GB Kingston HYPERX FURY Black (HX421C14FB/4)	152.856	305.71
2.00	UNI	GRABADORA LG DVD S.ATA 24X8X16 BLACK OEM (GH24NSCO/D1)	57.750	115.50
2.00	UNI	MONITOR LED Samsung 21.5" S22F350FHLXPE VGA/HDMI Black	448.800	897.60
2.00	UNI	Teclado/Mouse Logitech Desktop MK120 (920-002566/920-004428)	37.950	75.90
2.00	UNI	Microsoft Windows 10 Profesional 64 Bits Español 1PK (FQC-08981)OEM	620.400	1,240.80
4.00	UNI	Microsoft Office Hogar y Empresas 2016 Español (T5D-02294/02713) FPP	726.000	2,904.00
1.00	UNI	IMPRESORA EPSON L375 Multifuncional Wifi SIC imprime/escanea/copia, WiFi/USB 2.0. Imprime 33 ppm/15 ppm a 5760x1440 dpi, escaner de 1200dpi, bandeja de entrada 100 hojas / 10 sobres, bandeja de salida 30 hojas.		716.10

TOTAL: S/. 8,948.74

TIPO DE CAMBIO : 3.300

TOTAL: US\$ 2,711.74

Sin otro particular y en espera de su aceptación a la presente, quedamos a su disposición para cualquier consulta que ustedes estimen conveniente.

CONDICIONES GENERALES

Precios:

Validez de la Oferta: 2 dias

Plazo de Entrega:

Forma de Pago:

Garantía:

2. COTIZACION DE EQUIPO DE CÓMPUTO - LAPTOP



Domicilio Fiscal:
Av. Garcilazo de la Vega 1261
Tienda 213 - Lima
SUCURSAL COMPUPALACE:
Av. Petit Thouars 5356
Tda. 1112 - Miraflores
Teléfono: 444 - 2984
www.mesajilhnos.com

Lima 22 de abril de 2017

Proforma Nro: 22 - 20356

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS

Atte. Sr(es): Lessly Jaño

Estimados Señores. Por medio de la presente, y de acuerdo a su solicitud, sometemos a su consideración nuestra oferta como sigue:

CANT.	UNI	DESCRIPCIÓN	P.UNIT.	P. TOTAL
2.00	UNI	PC Portatil HP Convertible X360 15-BK101LA Core i5-7200U 15.6" Touch (1BQ21LA) W10 Procesador Intel Core i5-7200U (2,5 GHz, hasta 3,1 GHz, 3 MB de caché, 2 núcleos) Memoria SDRAM DDR3L-1600 de 8 GB (1 x 8 GB) , Disco Duro SATA de 1TB 5400 rpm Gráficos Intel HD 620 (hasta 4,07 GB) , Puertos 2 USB 3.1 Gen 1 (1 HP Sleep and Charge) 1 USB 2.0 ,1 HDMI ,1 RJ-45 , 1 combinación de auriculares/micrófono ,lector de tarjetas SD multiformato ,Cámara web (frontal) HD HP TrueVision con micrófono digital de doble matriz integrado , Funciones de audio B&O PLAY con 2 altavoces ,Interfaz de red LAN 10/100/1000 GbE integrada , Conexión inalámbrica Combo de 802.11ac (1x1) y Bluetooth 4.0 , Pantalla de cristal con capacidad multitáctil de borde a borde HD SVA con retroiluminación WLED y 15.6" de diagonal (1366 x 768) Sistema operativo Windows 10 Home 64 bits.	2,748.900	5,497.80
2.00	UNI	PC Portatil Dell Inspiron Core i5-7200U 15.6" (I5567_I581TGSW10S_517) W10 Procesador IntelR Core i5-7200U 2.50Ghz [Septima Generacion) (3M Cache, up to 3.10 GHz), Memoria Ram de 8GB DDR4 2400MHz expandible a 16GB , Disco Duro 1TB Sata 5400 rpm ,Multigrabador DVD , Tarjeta de Video AMD Radeon R7 M445 2G GDDR5 , Pantalla Led de 15.6" (1366 x 768) , Sistema Operativo Windows 10 Home 64 bits.	2,780.300	5,560.60
2.00	UNI	Pc Portatil Lenovo Yoga 510-15ISK Core i5-6200U 15.6" FHD (80S8001QLM) W10 Black Procesador Intel Core i5-6200U 2.30GHz, Memoria Ram de 4GB DDR4, Disco duro 1TB SATA, video Intel HD Graphics 520, WLAN 1x1 AC, Bluetooth, camara web. Pantalla Led de 15.6" FHD Touch (1920 x 1080) Sistema Operativo Windows 10 Home.	2,128.500	4,257.00
			TOTAL: S/.	15,315.40
TIPO DE CAMBIO : 3.300			TOTAL: US\$	4,641.03

Lima 22 de abril de 2017

Proforma Nro: 22 - 20356

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS

Attn. Sr(es):

Estimados Señores. Por medio de la presente, y de acuerdo a su solicitud, sometemos a su consideración nuestra oferta como sigue:

CANT.	UNI	DESCRIPCIÓN	P.UNIT.	P. TOTAL
-------	-----	-------------	---------	----------

Sin otro particular y en espera de su aceptación a la presente, quedamos a su disposición para cualquier consulta que ustedes estimen conveniente.

CONDICIONES GENERALES

Precios:

Validez de la Oferta: 2 días

Plazo de Entrega:

Forma de Pago:

Garantía:

Damaris Canales Leon
Ventas

3. COTIZACIÓN DE CAJAS DE CARTÓN



R.U.C. Nº 20101610960

Av. Húsares de Junín No. 522 Urb. Barbadillo - Ate

Telefax : 351-2430 351-2191 Nextel: 827*2799

<http://www.prodecar.com>

Señores:

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC

Att.: Srta. Lessly Jaño

CANTIDAD	PRODUCTO	DIMENSIONES CM			DETALLE	PRECIO Unit.
		ancho	largo	alto		
425	Cajas de cartón 	12	36	20	Corrugado Simple	s/.1.50+ igv
35	Cajas de cartón 	48	36	60	Corrugado Doble	s/.10.50+ igv

CARTON LINER

Tiempo de entrega: 03 DIAS UTILES

Forma de pago: 50% Adelanto 50 % Contraentrega

Envío: Entrega personalizada

+10% -10 SEGÚN PRODUCCION

1. Los pedidos serán atendidos previa recepción de la Orden de Compra y están sujetos a la aprobación de PRODECAR.
2. La presente cotización tiene una vigencia de 15 días a partir de la fecha.
3. El uso y registro de marcas son de responsabilidad del comprador.
4. El valor de los dibujos, clichés y troqueles son por cuenta del comprador y son de su propiedad.
5. Los precios corresponden a mercadería puesta en Lima, Callao y Balnearios, en los casos en que el cliente o su transportista retiren la mercadería de nuestra fábrica, ésta viaja por cuenta y riesgo del cliente.
6. Los pedidos podrán ser anulados a solicitud del comprador, siempre y cuando, al momento de su aviso, la mercadería no haya sido procesada, en caso contrario, el comprador se compromete a recibir la mercadería indeliblemente.
7. Esperando vernos favorecidos con su preferencia, quedamos a vuestra disposición.

María Ella Bazan

Representante de Ventas

ventas@prodecar.com

4. COTIZACION DE PALETAS EUROPEAS:



PARIHUELAS & EMBALAJES DEL SUR S.A.C.

RUC: 20545660858

Urb. Santa Rosa de Villa Mz. A Lt. 3 - Prolong. Huaylas – Chorrillos, Lima

Tlf. 719-4453 – 9953 06880 / mail: pyesur@hotmail.com

Srs. **COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC**

Ref.: Lessly Jaño

RUC:

FECHA: 23.04.17

1. COTIZACION

PARIHUELAS DE MADERA - EXPORTACION

Item	Modelo	Dimensiones	Cantidad (uu.)	Costo - soles / Cada uno	SUB TOTAL SOLES
A.	EUROPAL	80 x 120 X 14.5 cm.	12	54.00	648.00
SUB TOTAL					648.00
IGV. 18%					116.64
TOTAL / SOLES					764.64

2. INFORMACION REQUERIDA

La fabricación y entrega de productos, se realiza según la orden de compra (O/C) recibida; por ello apreciamos indicar con claridad la siguiente información:

1. **Parihuelas Madera** : Carga por parihuela, medidas(Largo x Ancho x Altura) y modelo:

* **Tacos**: Modelo Estandar / EAN

* **Durmientes** : Cantidad y longitud.

2. **Parihuelas Plásticos**: Carga por parihuela, medidas y modelo

3. **Cajas** : Medidas interiores con indicación a ser forrado con triplay o tipo estructural

4. **Tratamiento térmico** : Si el o los productos, van a ser exportados.

5. **Entrega de Productos**: Lugar y horario del almacén

6. **Presentación de Facturas**: Lugar y horarios

7. **RUC**: Precisar si es el mismo para la elaboración de factura y certificado

8. **Contacto**: Telef. de contacto con almacén y comprador.

3. INFORMACION COMERCIAL

CARACTERISTICAS Y TERMINOS COMERCIALES	
Modalidad Comercial	. Pago adelantado / Cuenta de Banco
Plazos – Entrega	. 2 dias despues rebida orden compra y deposito
Lugar – Entrega	. Lima Metropolitana . Regiones / Agencia transporte en Lima
Cuenta de banco BCP-Soles	. Cuenta Corriente N° : 194-1960016040 . Cuenta Interbancaria (CCI) : 002-194-001960016040-92

Atentamente

Humberto Vivanco Tlf. 719 4453 / JUAN V. CASTELLANOS - Cel.: 995306880

5. COTIZACIÓN DE ENSERES:

MUEBLES YOSHUA E.I.R.L

RUC: 20557346237

Señor (es):

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC

Dirección: Callao

Por medio del presente documento nos dirigimos a ustedes para saludarlos y a la vez hacerle llegar los precios solicitados.

CANTIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
2	Mueble para archivo Armario 80x1.91x35 Novokor	S/. 400.00
4	Silla giratoria de escritorio w1007 negro	S/. 219.90
2	Silla de espera estática Capri	S/. 129.90
4	Mueble Escritorio 90X50X75 Novokor	S/. 280.00
2	Papelero Acero con pedal 5 lt.	S/. 49.90

S/. 1,079.70

***Los precios anteriormente mencionados incluyen igv.

Forma de pago: 50% adelanto. Saldo contra entrega.

Surquillo, 25 de Abril de 2017

Atte.

Yoshua Velasquez Q.

Representante de Ventas.

AV. ANGAMOS ESTE 1551 STAND 26 A BLOCK II 2° PISO – SURQUILLO

Cel: 983435393 – 977896496
mueblesyoshua@hotmail.com

6. COTIZACION DE AGENTE DE ADUANA:



PROFORMA Nº 2017-032379

FECHA: 15/04/2017

Señor(es) : COMERPERU FRUITS
 Dirección : -
 RUC : - Telefono : -

Ntra.Ref.: 118/
 Vtra.Ref.: EXPORTACION DE FRESA
 Contacto :

Ejecutivo Comercial : CHRISTIAN LEON HUERTAS Mail cleon@adualink.com.pe Telefono 612-6380 EXT

Transporte : MARITIMO	FOB US\$	0.00
Contenido : FRESA DESODRATADA	FLETE US\$	0.00
Bultos : 0 BULTOS	SEGURO US\$	0.00
Peso/Vol. : 2,394.00	CIF US\$	0.00
A.W.-B.L. : 00000000	T.Cambio	3.269
T. Operación :		

DERECHOS DE ADUANA

SERVICIOS

000 Derechos de Aduana	250.00	071 * GASTOS OPERATIVOS	50.00
		076 * DOCUMENTOS DE ADUANA	10.00
		067 * Vø.Bø	200.00
		345 * TELEDESPACHO	10.00
		072 * TRANSPORTE /CONDUCCIO	380.00

TOTAL DERECHOS	US\$	250.00	TOTAL SERVICIOS	US\$	650.00
----------------	------	--------	-----------------	------	--------

Observaciones :	TOTAL I.G.V.	US\$	144.00
-----------------	--------------	------	--------

BCO.SCOTIABANK :	TOTAL COMISION	US\$	150.00
------------------	----------------	------	--------

CTAS. DERECHOS ME: 2212882 / MN: 0581909	TOTAL PROFORMA	US\$ *	1,194.00
--	----------------	--------	----------

BCO.CONTINENTAL :			
-------------------	--	--	--

CTA.DERECHOS MN: 0384-01000-17198 / ME: 0384-01000-17228			
--	--	--	--

BCO.CREDITO :			
---------------	--	--	--

Son MIL CIENTO NOVENTA Y CUATRO CON 00/100 DOL

ARES AMERICANOS

MN: CTA. DERECHOS: 193-1759832-0-79 / ME: 193-1725079-1-49

** PROFORMA SUJETA A VARIACION **

CONDICIONES DEL SERVICIO - ADUALINK SAC

- Todo Servicio que otorga ADUALINK SAC, se regula de acuerdo con las disposiciones establecidas en la Ley General de Aduanas vigente.
- Es responsabilidad y obligación del consignatario ó propietario de la carga contratar los seguros en el territorio nacional, para el transporte de su mercadería.
- ADUALINK SAC no se responsabiliza por cualquier siniestro que pudiera ocurrir con la carga que transporta en el transito de la misma.

7. COTIZACIÓN DE MAQUILA:

Re: COTIZACIÓN DE EMBALAJE y LIOFILIZACION

Ricardo Laguna <ricardo.laguna@procesadoraagroindustrial.com>

mar 23/05/2017 11:09 a.m.

Para: Lessly Fiorela Jaño Garcia <lessly15@hotmail.com>;

Estimada Lessly,

El precio que te mencioné fue un estimado por Kg de producto final (liofilizado), el mismo que incluye el servicio de embalaje. Para que tengas una idea aproximada del precio, por cada kilo de fresa liofilizada, el costo sería de S/ 125.85 soles.

Para determinar el precio real, necesitaríamos realizar una prueba en nuestra planta piloto, la misma que nos permitiría determinar los parámetros técnicos (relación fresco-liofilizado) así como apreciar la apariencia final de tu producto. A partir de ahí recién podríamos definir el precio para distintos volúmenes.

El costo de la prueba en mención es de US\$500 + IGV y necesitaríamos contar una muestra 20 Kg de materia prima que nos puedas proporcionar.

Quedo atento a tus comentarios.

Saludos cordiales,



RICARDO LAGUNA GALDOS | ASISTENTE COMERCIAL
PROCESADORA AGROINDUSTRIAL LA JOYA | GRUPO GRONEWEG
Tel (054) 340-327 Anexo 102 | Móvil (+51) 958 168 871

El 23 de mayo de 2017, 10:31, Lessly Fiorela Jaño Garcia <lessly15@hotmail.com> escribió:

Entiendo que el costo es elevado, pero aun así estoy interesada en el servicio.

El precio que me indicas, es por cada kilo de fresa fresca?

Este varía según la cantidad, si quiero liofilizar 5 toneladas al mes?

El costo está incluido con el servicio de embalaje?

Quedo a la espera de su pronta

respuesta. Añe.

Lessly Jaño.

De: Ricardo Laguna <ricardo.laguna@procesadoraagroindustrial.com>

Enviado: martes, 23 de mayo de 2017 09:00 a.m.

Para: Lessly Fiorela Jaño Garcia
Asunto: Re: COTIZACIÓN DE EMBALAJE y LIOFILIZACION

Estimada Lessly.

Gracias por contactar a Procesadora Agroindustrial La Joya SAC.

Lamentablemente no contamos con capacidad para deshidratar frutas (solo vegetales y hierbas). Lo que hacemos con las frutas es liofilizarlas, pero en el caso de las fresas te comento que es muy costoso el proceso (aprox US\$45/Kg incluido IGV)

Quedo atento a cualquier comentario.

Saludos,



RICARDO LAGUNA GALDOS | ASISTENTE COMERCIAL
PROCESADORA AGROINDUSTRIAL LA JOYA | GRUPO GRONEWEG
Tel (054) 340-327 Anexo 102 | Móvil (+51) 958 168 871

El 22 de mayo de 2017, 18:10, Lessly Fiorela Jaño Garcia <lessly15@hotmail.com> escribió:

Buenas tardes.

Esñmados, estoy realizando un proyecto de negocio y quisiera saber si me pueden brindar la siguiente coěžación:

mi producto son fresas deshidratadas en presentaciones de 80g, parecido a la siguiente imagen:



Lo que necesito es saber, cuanto me costaría realizar el proceso de deshidratacion - liofilizacion de la fresa fresca.

7. COTIZACIÓN DE MAQUILA:

2017-6-18

Correo - lessly15@hotmail.com

y luego empaquetarlo de la siguiente manera:

En Bolsas de plásticos de 12cmx3cmx20cm, y cada presentación con un contenido neto de 80g.

El envase secundario, son cajas de cartón corrugado, de medidas de 36cm x 12cm x 20cm, en el cual se embalaran 12 unidades

Y para el embalaje final , otras cajas de cartón corrugado de medidas de 36cm x 48cm x 60cm, en el cual meteré 12 envases secundario.

Finalmente colocar en un palet europeo 12 cajas (embalaje final).

Quedo a la espera de su confirmación.

Gracias.

Añe.

Lessly Jaño

8. COTIZACIÓN DE BOLSAS DE PLASTICO:



PUBLICIDAD E IMPRENTA EN GENERAL

IMPRESIONES FULL COLOR, COMPROBANTES DE PAGO, FORMULARIOS CONTINUOS, EMPASTADOS, PLOTEADOS EN VINIL, LIBROS, REVISTAS, TARJETAS Y FORMATOS EN GENERAL IMPRESIÓN DE BOLSAS DE PLASTICO Y VENTA DE BOLSAS DE PLASTICO ETC.

COTIZACION N° 2017-2350

Lima, 16 de Abril de 2017

Señores:

COMERCIALIZADORA DE FRUTAS DESHIDRATADAS SAC

Presente.-

Muy Señores nuestros:

Nos es grato dirigirnos a ustedes, con la finalidad de enviarles la siguiente cotización:

<u>CANT.</u>	<u>DESCRIPCION</u>	<u>PRECIO</u>
5,101	bolsas de plástico con ventana transparente impresas según diseño, tamaño 12 x 3 x 20 cm,	SI. 3,009.60

- Los precios incluyen el I.G.V.
- Tiempo de Entrega : 3 DIAS I
- Todas las bolsas serán entregadas en la ubicación que Uds., nos indiquen.

Sin otro particular y a la espera de sus gratas órdenes quedamos de Uds.
LUCIA OCHOA

Atentamente

SOLIS
Representante Legal