



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

**EXPORTACIÓN DE PULPA DE MANGO KENT AL MERCADO DE
NEW YORK - USA**

**PRESENTADA POR
JOHANA ANDREA FLORES CRUZ**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE PULPA CONGELADA DE MANGO KENT AL
MERCADO DE NEW YORK – USA

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

PRESENTADO POR:

FLORES CRUZ, JOHANA ANDREA

Lima, Perú

2018

INDICE

1. CAPITULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES ... 8

1.1	Nombre o razón social.....	8
1.2	Actividad económica o codificación internacional (CIU)	9
1.3	Ubicación y factibilidad municipal y sectorial	9
1.4	Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha	11
1.5	Ley de MYPE, micro y pequeña empresa, características	13
1.6	Estructura orgánica	14
1.7	Cuadro de asignación de personal	16
1.8	Forma jurídica empresarial	16
1.9	Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	17
1.10	Requisitos y trámites municipales.....	17
1.11	Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC	18
1.12	Registro de planillas electrónicas (PLAME)	20
1.13	Régimen laboral especial y general laboral	23
1.14	Modalidades de contratos laborales.....	25
1.15	Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas.....	26

2. CAPITULO II: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL . 27

2.1	Descripción del producto	27
2.1.1	Clasificación Arancelaria	27

2.1.2	Propuesta de valor	27
2.1.3	Ficha técnica comercial:.....	28
2.2	Investigación del mercado objetivo.....	31
2.2.1	Segmentación del mercado objetivo	31
2.2.2	Tendencias de consumo	34
2.3	Análisis de la oferta y la demanda	35
2.3.1	Análisis de la oferta	35
2.3.2	Análisis de la demanda	36
2.4	Estrategias de Ventas y Distribución.....	38
2.4.1	Estrategias de segmentación	38
2.4.2	Estrategias de posicionamiento.....	39
2.4.3	Estrategias de distribución	40
2.5	Estrategias de promoción.....	43
2.6	Tamaño de planta. Factores condicionantes	46
3.	CAPITULO III: PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL... 47	
3.1	Envases, empaques y embalajes	47
3.2	Diseño del rotulado y marcado.....	50
3.2.1	Diseño del rotulado	50
3.2.2	Diseño del marcado	51
3.3	Unitarización y cubicaje de la carga	54
3.4	Cadena DFI de exportación	55
3.5	Seguro de mercancías.....	58
4.	CAPITULO IV: PLAN DE COMERCIO EXTERIOR..... 59	
4.1	Fijación de precios.....	59

4.1.1	Costos y precio.....	59
4.1.2	Cotización Internacional	60
4.2	Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	62
4.3	Elección y aplicación del INCOTERM	63
4.4	Determinación del medio de pago	64
4.5	Elección del régimen de exportación.....	65
4.6	Gestión del despacho de aduanas	66
4.7	Flujograma de exportación.....	70
5.	CAPITULO V: PLAN ECONOMICO FINANCIERO	71
5.1	Inversión Fija	71
5.1.1	Activos Tangibles	71
5.1.2	Activos Intangibles	72
5.2	Capital de Trabajo	73
5.3	Inversión Total.....	75
5.4	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	76
5.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito	78
5.6	Presupuestos de costos	79
5.7	Punto de equilibrio.....	82
5.8	Tributación de la exportación.....	82
5.9	Presupuestos de ingresos.....	83
5.10	Presupuestos de egresos.....	83

5.11	Flujo de caja proyectado	86
5.12	Estado de Ganancias y Pérdida.....	87
5.13	Evaluación de la Inversión	87
5.13.1	Evaluación Económica.....	88
5.13.2	Evaluación Financiera.....	89
5.13.3	Evaluación social	89
5.13.4	Impacto ambiental.....	89
5.14	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	90
5.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	91
6.	CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ⁹²	
6.1	CONCLUSIONES	92
6.2	RECOMENDACIONES.....	94
6.	BIBLIOGRAFÍA	96
7.	ANEXOS:	98

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto presentado, consiste en la compra de pulpa congelada de mango Kent de las empresas agroindustriales, que, en este caso, será DEL ANDE ALIMENTOS S.A.C., para así poder envasarla y venderla a la ciudad de New York – Estados Unidos, al público en general, pero principalmente a hoteles, supermercados, cafeterías, entre otros.

El mango es una fruta tropical típica del Perú, reconocida mundialmente por su exquisito sabor y calidad. Actualmente el Perú exporta esta fruta a todas partes del mundo, siendo los Estados Unidos su principal mercado (aproximadamente un 75% de la exportación total), ya que el público estadounidense ha desarrollado en estos últimos años, el consumo por productos naturales, nutritivos y sobretodo prácticos en su consumo. Cabe resaltar también que Perú es el segundo mayor exportador de mango a Estados Unidos, después de México.

Es importante mencionar que el punto de equilibrio del proyecto, asciende a 23,0776 unidades de 1Kg anuales, con las se cubren todos los costos de operación. Asimismo, estas unidades podrán ser vendidas en 12 meses, teniendo la facilidad que es un producto con durabilidad de 24 meses.

En la etapa financiera se determinó que en el mes número 31 se recuperará lo invertido y empezará a generar utilidades, obteniendo como resultado un TIRE de 66.95%, y el VANE S/. 26,207 esto debido al crecimiento del consumo de la pulpa en los americanos. En el planea tener una cuota de mercado del 0.2% del mercado de New York. Para lograr fidelizar al cliente final; se realizarán promociones del producto en ferias, innovación en la presentación y reducción de precios en temporadas altas de cosecha de mango (diciembre a marzo). Es muy probable el éxito de este proyecto, pues en los últimos años la pulpa de mango es consumida en el destino propuesto en gran cantidad, como es el caso de otras pulpas como pulpa de fresa o palta.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, este proyecto busca aprovechar la oportunidad de negocio generada por la demanda mundial de productos elaborados de mango, la misma que tiene una gran acogida en estos últimos años por los productores peruanos, capacitándose de una mejor manera para brindar a Estados Unidos un producto de calidad, exquisito y altamente nutritivo

CAPITULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1 Nombre o razón social

El nombre y razón social de la empresa será JB Frozen Fruit SAC. Se optó por elegir este nombre, ya que está relacionado con el producto que se ofrecerá, pulpa congelada de mango Kent.

Para que una empresa se pueda constituir legalmente, debe seguir ciertos pasos en diferentes entidades como SUNARP, SUNAT y notarias. Como, por ejemplo:

- Buscar y reservar el nombre de la empresa en SUNARP
- Ingresar solicitud y datos de la empresa elegida en SUNARP, vía presencial o por internet, con su plataforma virtual SID-SUNARP
- Suscribir la escritura pública de constitución de empresa en notaria.
- Registrar los documentos en SUNARP para que pueda ser entregado el número de partida y título de la empresa como sociedad

A su vez, se calculó los gastos de constitución en los que incurriría la empresa para su constitución, tanto en notaria, como SUNARP.

Tabla1
Gastos de constitución

Concepto	Costo en S/.	Costo en US\$
Búsqueda de nombre	5	1.56
Reserva de nombre	18	5.63
Elaboración minuta	175	54.69
Derechos notariales	150	46.88
Por derecho de calificación	41	12.81
Por nombramiento de apoderado	23	7.19
Por derechos de inscripción	45	14.06
Total	457	142.81

Como se observa en la tabla 1, los gastos totales para la constitución de la sociedad serían \$142.81.

1.2 Actividad económica o codificación internacional (CIIU)

El Sistema de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), es la clasificación sistemática de todas las actividades económicas. El código establecido para la empresa JB Frozen Fruit SAC es el siguiente:

- Código 4630: Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

1.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial

La empresa JB Frozen Fruit iniciará operaciones alquilando un local únicamente administrativo, ya que el proceso productivo será tercerizado. Para elegir el local ideal, se realizó el método de factores ponderados que se muestra a continuación:

Tabla 2
Criterios de selección

Opciones	Distrito
A	San Miguel
B	Cercado de Lima
C	Callao
D	Breña

Tabla 3
Método de factores ponderados para la localización del proyecto

Calificación: Rango de 1 (muy malo) – 5 (muy bueno)

Factores	Peso Relativo	Calificación				Calificación ponderada			
		A	B	C	D	A	B	C	D
Costo de alquiler	35%	2	5	4	4	0.7	1.75	1.4	1.4
Cercanía al puerto	25%	3	4	5	3	0.75	1	1.25	0.75
Rutas de acceso	25%	4	4	4	3	1	1	1	0.75
Seguridad	15%	4	4	3	4	0.6	0.6	0.45	0.6
Total	100%					3.05	4.35	4.1	3.5

Se llegó a la conclusión que la ubicación del local administrativo de la empresa, será en el distrito de Cercado de Lima, esto debido a que es un distrito céntrico y está cerca al puerto del Callao, a su vez, el precio del local es más económico por lo cual, ayudará a reducir los costos de alquiler.

Detalles del local:

- Departamento: Lima
- Distrito: Cercado de Lima

- Dirección: Calle Los Gladiolos 1670 Urb. AVEP
- Costo Del Local: S/ 500.00 mensuales
- Metrado del local: 80 m² aprox.

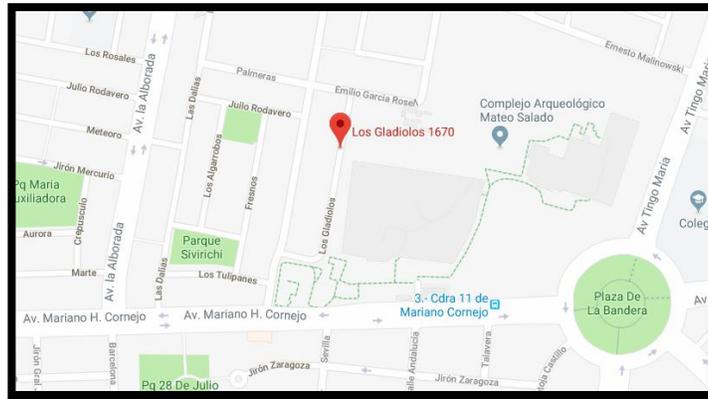


Figura 1: Croquis de local
Google Maps

1.4 Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha

Misión:

Brindar un producto saludable y de calidad en el ámbito alimenticio a todas las familias.

Visión:

Ser una marca reconocida a nivel mundial por ofrecer productos naturales y mejorar la calidad de vida de las personas al ser un producto saludable y de consumo rápido.

Valores:

- **Calidad:** El producto será reconocido principalmente por la calidad, con el fin de poder fidelizar a los clientes y atender la necesidad de los consumidores.
- **Honestidad:** Se debe fomentar la confianza con los clientes y colaboradores, hablando ante todo con la verdad y respetando los contratos pactados.
- **Puntualidad:** Es importante en todo aspecto, tanto en colaborador, como cliente, ya que así se generará la confianza para que continúen trabajando ambas partes.

Objetivos

- Dar a conocer el producto y ser reconocidos por brindar una opción alimenticia natural y de calidad.
- Ser líderes en exportación de pulpa congelada de mango Kent, dentro del mercado nacional.
- Satisfacer plenamente las necesidades del mercado objetivo, dando la oportunidad de ser la marca preferida por ellos.

Principios

- **Eficiencia:** Utilizar de manera correcta los recursos y cumplir con las tareas de una manera rápida.
- **Eficacia:** Poder cumplir con los objetivos, de ser reconocidos a nivel mundial y ser la marca preferida por el consumidor.

- Responsabilidad Ambiental: Para que nuestros clientes, sepan que apoyamos con la causa de protección al medio ambiente, el producto ofrece alternativas de reciclaje con el envase.

1.5 Ley de MYPE, micro y pequeña empresa, características

La empresa JB Frozen Fruit SAC, tomando en cuenta el volumen de venta que se calcula tendrá durante los primeros 5 años, será micro empresa y contará en un inicio con 4 trabajadores a tiempo completo, sin embargo, según las necesidades que se tenga durante el tiempo que se lleve trabajando se podrá contratar más trabajadores

Actualmente, el Ministerio de Trabajo, Promoción y Empleo, según la Ley 30056, indica que, para poder definir el tipo de empresa, este se podrá basar en el total de ventas anual, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 4
Características MYPE

	Trabajadores (promedio al año)	Ventas Anuales
Microempresa	De 1 hasta 10	Hasta el monto máximo 150 UIT (S/607,500)
Pequeña Empresa	De 1 hasta 100	Hasta 1,700 UIT (S/ 6,885,000)

Fuente: SUNAT

En tal caso y según lo explicado, la empresa JB Frozen Fruit SAC, tendrá ventas no mayores a los S/ 607,500.00

1.6 Estructura orgánica

JB Frozen Fruit SAC, tendrá 4 áreas que serán indispensables, como el área de Gerencia General, comercial, logística y finanzas. A su vez, contará un contador externo. Con el crecimiento de la misma se podrán ir ampliando y contratando más colaboradores para las diferentes áreas.

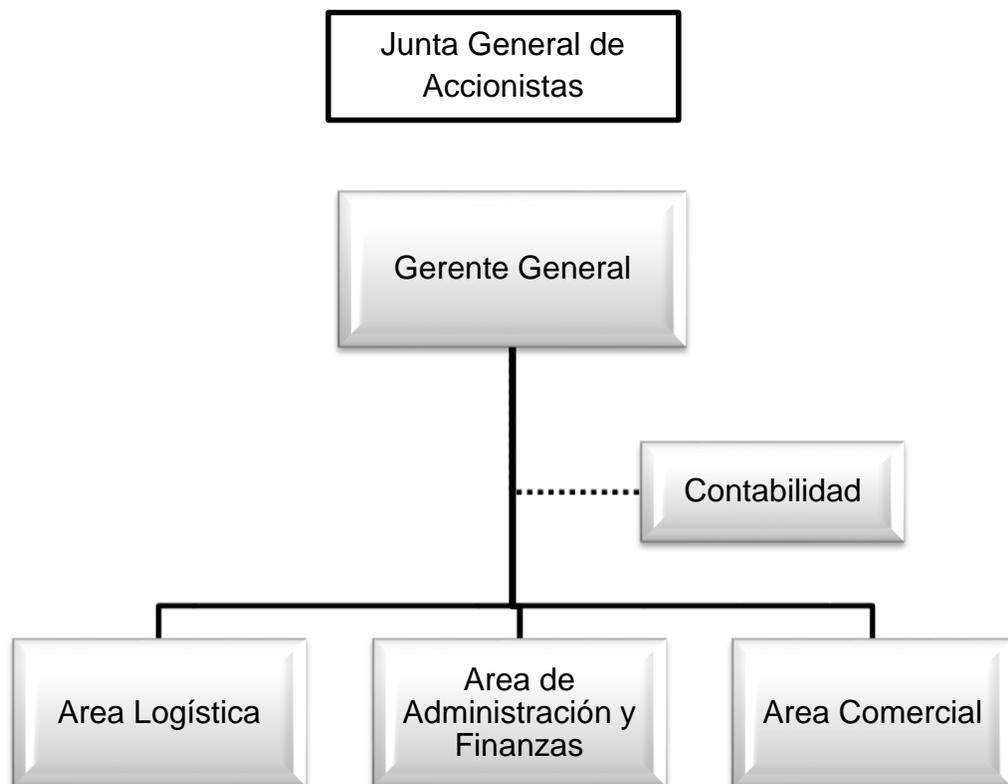


Figura 2: Organigrama De JB Frozen Fruit SAC

A continuación, se detallan las funciones que realizará cada personal en la empresa:

- Gerente general: Es el representante legal de JB Frozen Fruit SAC, y se encarga de tomar las decisiones primordiales para el buen funcionamiento y dirección de la empresa. A su vez, forma parte de la Junta General de Accionistas de la empresa.
- Jefe comercial: Esta persona desarrolla un plan de marketing para poder fidelizar y atraer clientes, a su vez, administra los contactos extranjeros y pagina web. Es el principal encargado de asistir a ferias nacionales e internacionales para promocionar el producto.
- Asistente de logística: Esta persona gestiona las compras locales y, a su vez, se encarga de todos los trámites documentarios y logísticos, para que el producto llegue al cliente en las condiciones pactadas.
- Asistente de administración y finanzas: Esta persona supervisa los estados financieros de la empresa y elabora los presupuestos y flujos de caja. A su vez, es el encargado de las cobranzas a clientes y pagos de haberes y proveedores.
- Contador: Esta persona externa estará encargada de toda la contabilidad y pago de impuestos de todo tipo, así como también ayudará a evitar multas con SUNAT u otra entidad ante cualquier caso.

1.7 Cuadro de asignación de personal

Tabla 5
Asignación De Personal En Planilla

Descripción	Sueldo mensual S/	Sueldo mensual US\$	Sueldo Anual US\$	Vacaciones US\$	Sub Total US\$	SIS US\$	Total Anual US\$
Gerente general (1)	2500	765	9,180	383	9,563	430	9,993
Jefe Adm. y Finanzas (1)	1500	459	5,508	230	5,738	258	5,996
Jefe de logística (1)	1800	550	6,600	275	6,875	309	7,184
Jefe de marketing (1)	1500	459	5,508	230	5,738	258	5,996
Contador externo (1)	300	92	1,104	-	1,104	-	1,104
TOTAL (5)							30,273

Como se observa en la Tabla 5, la empresa tendrá 4 trabajadores a tiempo completo y un contador externo, al cual se le pagará mediante recibo por honorarios, por lo cual no tiene los demás beneficios de planilla. A su vez, el monto total para el pago de trabajadores por un año, será de \$30,273.

1.8 Forma jurídica empresarial

La forma jurídica de JB Frozen Fruit SAC, se formará como Sociedad Anónima Cerrada, la cual contará con un Gerente General quien es la persona que funda la empresa junto con tres socios, que en este caso son parientes cercanos. Al inicio los socios aportaran un capital para el inicio de las actividades de la empresa. La empresa no contará con directorio.

Tabla 6
Aportes de accionistas JB Frozen Fruit SAC

Accionista	Porcentaje	Monto en soles	Monto en US\$
Luz María Cruz Pardo	25%	15,109	4722
Fredy Flores Cruz	25%	15,109	4722
Eduardo Calderón Vera	20%	12,087	3777
Johana Flores Cruz	30%	18,131	5666
TOTAL	100%	60,435	18,886

Como se observa en la tabla 6, los aportes de accionistas, ascienden a una suma de \$18,886, la cual se verá reflejada con más detalle en la parte financiera.

1.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

La empresa JB Frozen Fruit SAC, no contará con marca propia, solo se identificará con el nombre de razón social al producto (marca blanca), no se descarta que con el pasar del tiempo, se pueda crear una marca propia, por lo cual, se tendría que obtener ciertos requisitos establecidos por INDECOPI.

1.10 Requisitos y trámites municipales

La empresa JB FROZEN FRUIT SAC, tendrá un local alquilado en el distrito de Cercado de Lima, para lo cual, se deberá cumplir ciertos requisitos:

- Solicitud de Licencias de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya: Número de R.U.C. del solicitante y anexar el número de partida registral de la empresa u entes colectivos.

- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle o Multidisciplinaria, vigente, según corresponda.
- Ingresar los documentos y el pago de la tasa en la dirección: Pasaje Santa Rosa N° 172 - 180, Cercado de Lima

Tabla 7
Costo por licencia de funcionamiento

Licencia de funcionamiento en soles	Licencia de funcionamiento en US\$
S/ 233	\$ 73

1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC

Para nuestra empresa, el representante legal tiene que presentar ante SUNAT los siguientes documentos:

- Original de su documento de identidad.
- Original de uno de los siguientes documentos: recibo de agua, telefonía fija, luz, televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los últimos dos meses; o la última declaración jurada o autoavalúo del local donde funcionará el establecimiento.
- Original o copia simple del Testimonio de Escritura Pública de Constitución inscrita en los Registros Públicos.

Sin embargo, para el caso que el trámite lo realice una persona que esté autorizado por el representante legal, se tendrá que presentar

adicionalmente, su documento de identidad original y, una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT y los siguientes formularios:

- Formulario N° 2119: Firmado por el representante legal.
- Formulario N° 2054: Solicitud de inscripción del Gerente General y los representantes legales de la sociedad, de acuerdo con lo establecido en su Estatuto.
- Formulario N° 2046: Siempre y cuando tuviera locales adicionales al domicilio fiscal.

En este caso se acogerá al Régimen de MYPE Tributario, ya que no excede las 1700 UIT.

Comprobantes de pago para el RMT:

- Boleta de Venta
- Factura
- Ticket o cinta emitido por máquinas registradoras
- Guías de remisión (remitente y transportista)
- Notas de crédito y debito
- Liquidaciones de compra

Cabe resaltar que este trámite es gratuito.

1.12 Registro de planillas electrónicas (PLAME)

(SUNAT, 2016) Según lo estipulado por dicha institución, la empresa contara con planilla electrónica, la cual se activará a través del sistema PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT. La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO.

Tabla 8
Conceptos de plantilla electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T-REGISTRO	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, opción MI RUC y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT (2018)

Tabla 9
Categorías de la planilla electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	
CATEGORÍA	DEFINICIÓN
Empleador	<p>Toda persona natural, empresa unipersonal, persona jurídica, sociedad irregular o, de hecho, cooperativa de trabajadores, institución privada, entidad del sector público nacional o cualquier otro ente colectivo, que remuneren a cambio de un servicio prestado bajo relación de subordinación. Adicionalmente, abarca a aquellos que: Paguen pensiones de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contraten a un prestador de servicios. • Contraten a un personal en formación, modalidad formativa. • Realicen las aportaciones de salud, por las personas incorporadas como asegurados regulares al Régimen Contributivo de la Seguridad Social en Salud, tales como los Pescadores y Procesadores Artesanales Independientes. • Realicen por destaque o desplazamiento, los servicios del personal de terceros. • Se encuentre obligado por el D.S. 001-2010-ED u otras normas de carácter especial, a abonar remuneraciones, CTS, bonificaciones y demás beneficios del personal de la Administración Pública que le sea asignado.
Trabajador	<p>Persona natural que presta servicios a un empleador bajo relación de subordinación, sujeto a cualquier régimen laboral, cualquiera sea la modalidad del contrato de trabajo. En el caso del sector público, abarca a todo trabajador, servidor o funcionario público, bajo cualquier régimen laboral.</p>
Pensionistas	<p>A quien percibe del empleador pensión de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión, cualquiera fuera el régimen legal al cual se encuentre sujeto y sea asegurado regular al ESSALUD.</p>
Personal en formación, Modalidad Formativa Laboral y otros	<ul style="list-style-type: none"> • Aquellos que prestan servicios bajo alguna de las modalidades formativas reguladas por la Ley N° 28518^o o cualquier otra Ley Especial XX • Aquellos que se encuentran bajo la modalidad de Servicio Civil de Graduandos (SECIGRA) en Derecho, regulada por el Decreto Ley N° 26113.
Personal de Terceros	<p>Al trabajador o Prestador de Servicios que sea destacado o desplazado para prestar servicios en los centros de trabajo, establecimientos, unidades productivas u organización laboral de otro empleador (declarante), independientemente del hecho de que ambos mantengan un vínculo jurídico. Cabe indicar que se informará en el T-REGISTRO siempre que el empleador del trabajador desatacado o desplazado no haya asumido el pago del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), siendo el pago asumido por el Declarante.</p>

Fuente: SUNAT (2018)

1.13 Régimen laboral especial y general laboral

Con la Ley 28015, se crea el crea el Régimen Laboral Especial, el cual fomenta la formalización y el desarrollo de las MICROEMPRESA, facilitándoles los derechos laborales y de seguridad social a los trabajadores y empleadores. Con este régimen laboral se puede contratar personal nuevo o incorporar en la planilla a aquellas personas que se encuentran laborando en la MICROEMPRESA.

Los trabajadores contratados bajo el Régimen Laboral General del D.S. Nº 003-97-TR (T.U.O Decreto Legislativo 728), que sean despedidos con la finalidad exclusiva de ser reemplazados por otros trabajadores dentro del régimen laboral especial, tendrán derecho al pago de una indemnización especial de 02 remuneraciones mensuales por cada año laborado.

Para que se puedan acoger al régimen laboral especial, es necesario que se presente un formulario ante el Ministerio de Trabajo o en las Direcciones Regionales de Trabajo de la región.

En este caso, el presente plan se acogerá al Régimen Laboral Especial, ya que se aplica a los trabajadores que se encuentran sujetos al régimen de actividad privada, que prestan servicios en la micro y pequeña empresa, así como los conductores y empleadores. A continuación, se apreciará los derechos que se deben de cumplir en la Micro y Pequeña empresa.

Tabla 10
Obligaciones en la micro y pequeña empresa

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Fuente: Ministerio de trabajo y promoción del empleo

1.14 Modalidades de contratos laborales

La modalidad que escogerá la empresa será el contrato de trabajo sujeto a plazo fijo o determinado, es decir cada 6 meses los colaboradores firmaran la renovación del mismo según su desempeño.

El contrato laboral es un acuerdo entre dos partes, (empleador y el trabajador), por el cual una de ellas (el trabajador) se compromete a prestar sus servicios en forma personal y remunerada, la otra parte (el empleador), se obliga al pago de la remuneración correspondiente, que en virtud de un vínculo de subordinación goza de las facultades directrices, es decir, dispone el horario de trabajo, sanciona a los trabajadores, entre otras facultades.

(Artículo 4º del Decreto Supremo N° 003-97-TR. - MINISTERIO DE TRABAJO)

Los elementos esenciales de un Contrato de Trabajo son tres:

- La prestación del servicio. (No puede ser delegada a otra persona)
- El vínculo de subordinación (el empleador sanciona, dispone jornada, el empleador decide las sanciones, etc.).
- La remuneración (sueldo o pago, que recibe el trabajador por el trabajo realizado).

Referencia: Artículo 5º, 6º y 9º del Decreto Supremo N° 003-97-TR.

1.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas

Nuestra empresa, contempla una serie de contratos con terceros, que permiten hacer frente ante una futura eventualidad. Dentro de los contratos estipulados se puede mencionar:

- Contrato de prestación de servicios: de un abogado, el cual apoya a la ejecución y revisión de los contratos comerciales que realice la empresa con proveedores extranjeros/nacionales y clientes, indicando la duración del contrato, el precio, los plazos de entrega, definición del producto/servicio, etc. Los servicios de un profesional en informática, quien hará la revisión e instalación del sistema, este contrato servirá a la empresa para salvaguardar la confidencialidad de la información y los activos.
- Contratos individuales de trabajo: Con todos los trabajadores de la planilla.
- Contrato de arrendamiento del local alquilado, donde se estipulan las obligaciones y derechos entre las partes, estipulando el alquiler mensual del local, meses de garantía, duración del contrato, entre otros.
- Contratos de compra: estos también podrán ser sustituidos por órdenes de compra realizadas por la empresa, siempre y cuando el monto no sea mayor a los \$5000.
- Contratos de compra venta internacional: este tipo de contratos serán realizados con nuestros clientes del exterior, los cuales tendremos en original ante cualquier hecho fortuito.

CAPITULO II: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1 Descripción del producto

2.1.1 Clasificación Arancelaria

El producto será pulpa congelada de mango, la cual tiene la siguiente partida:

- Según el código armonizado:

081190 frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. fresas frutillas, frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas)

- Partida arancelaria en Perú:

0811.90.91.00 → Mango (Mangifera indica L)

- Partida arancelaria en EEUU

- 0811.90.52.00 → Frozen Mango

2.1.2 Propuesta de valor

La empresa tiene una oferta de valor para usuarios con menor tiempo disponible para consumir alimentos sanos y balanceados, así como también para productores estadounidenses que deseen aminorar los tiempos, costos y merma de producción para productos elaborados con mango natural.

El producto cuenta con durabilidad, ya que puede permanecer congelado hasta 24 meses sin descomponerse o perder sus nutrientes y características. A su vez, cuenta con certificados internos y externos que garantizan el buen estado del producto.

2.1.3 Ficha técnica comercial:

Tabla 11
Ficha técnica comercial

	FICHA TÉCNICA		VERSIÓN: 01 FECHA : 01 de enero 2018
	PULPA DE MANGO NATURAL CONGELADO		
Empresa	JB Frozen Fruit S.A.C		
Nombre del	Mango (Mangifera indica L), variedad Kent.		
Descripción del Producto	Pulpa de Mango Congelado.		
Ingredientes	Mango, sanos y frescos.		
Proceso De Elaboración	Los mangos son seleccionados, lavadas y desinfectadas, cortadas, pulpeados, empacados congeladas IQF y almacenadas a temperatura de -18 a -20°C hasta su despacho, siendo la congelación el proceso de conservación para la vida útil.		
Características Sensoriales	Requisitos	Especificación	
	Color	Amarillo a naranjado característico.	
	Olor	Fresco, sin olores extraños.	
	Sabor	Ligeramente ácido. Sin sabores extraños.	
	Textura	Firme.	
Características Fisicoquímicas	pH	3.3 - .9	
	°Brix	13.0 - 5.0	
	% Acidez	0.6 - 1.2	

Defectos / Tolerancias	Inmaduro Restos de pepa Restos de piel Cambio enzimático Daño biológico Materias extrañas Residuos químicos	Ausencia Ausencia Ausencia Ausencia Ausencia Ausencia El nivel de residuos químicos no será dañino para el consumidor.					
Valor Nutricional Por Cada 100gr	Energía kcal Carbohidratos Proteínas Grasas total Fibra Calcio Fosforo Vitamina A Vitamina B2 Vitamina C	60 kcal 15.9 g 0.4 g 0.2 g 1 g 17 mg 15 mg 38 ug 0.11 mg 24.8 mg					
Características Microbiológicas	Agente Microbiano	Categoría	Clase	N°	C°	Limite por g	
						m	M
	Aerobios mesofilos	1	3	5	3	50 ⁴	10 ⁶
	Escherichia coli	5	3	5	2	10	10 ²
	Salmonella SP / 25 g	10	2	5	0	ausencia	_
Consumidores Potenciales	Consumo humano directo o intermedio						
Forma De Consumo	Producto Intermedio: empleado en la industria alimentaria para mermeladas, néctares, jugos, helados, conservas, deshidratados, etc.						
Empaque Y Presentación	El producto se empaqueta en bolsas de polietileno de baja densidad. Se embala en cajas de cartón corrugado, Peso neto 10 kg. Las presentaciones de la bolsa es: de 1.0 Kg o según las necesidades del cliente.						
Tiempo De Vida Útil Del Producto	24 meses después de la fecha de producción expresada en el empaque que incluye la fecha de producción y fecha de vencimiento.						

<p>Rótulo En La Etiqueta</p>	<p>Presentará el logotipo de la marca propia o del cliente, los demás datos podrán variar según el modelo de etiqueta de cada uno de ellos: Rotulo en la etiqueta de la caja: Nombre del fabricante del producto Nombre y presentación del producto Presentación del producto bolsa y caja Numero de registro sanitario Nombre y dirección del distribuidor Nombre y dirección del fabricante Fecha de producción (alfa numérico o código según el cliente) Fecha de vencimiento Lote País de origen Condiciones especiales: Temperatura de almacenamiento Rotulo en la bolsa: Nombre y presentación del producto Nombre y dirección del fabricante Nombre y dirección del distribuidor País de origen Número de registro sanitario Fecha de producción (alfa numérico o código según el cliente) Fecha de vencimiento Lote Condiciones especiales: Temperatura de almacenamiento</p>
<p>Sistema De Identificación De Lotes</p>	<p>Asegurar que los productos suministren la información necesaria desde la recepción de materias primas a través de todas las etapas del proceso hasta la expedición al cliente. Ejemplo: F.P: 03/10/18 F.V : 03/10/20 Fecha de producción : día/ mes/año Fecha de vencimiento: día/ mes/año</p>
<p>Condiciones De Almacenamiento</p>	<p>Durante el almacenamiento y/o conservación en congelación mantener a temperatura: -18°C.</p>
<p>Condiciones De Distribución</p>	<p>Durante el transporte y/o distribución, mantener a temperatura: -18°C.</p>

Contenido Del Rotulado	<p>Presentará el logotipo de la marca propia o del cliente, los demás datos podrán variar según el modelo de etiqueta de cada uno de ellos, entre los principales datos que se observan tenemos:</p> <p>Nombre y presentación del producto Fecha de producción (alfa numérico o código según el cliente) Fecha de vencimiento Peso neto en Kg. País de origen Recomendaciones de almacenamiento</p>
------------------------	--

Fuente: Del Ande Alimentos SAC

2.2 Investigación del mercado objetivo

2.2.1 Segmentación del mercado objetivo

Para segmentar el mercado objetivo, se necesita analizar los principales países importadores de mango congelado

Tabla 12
Principales importadores de mango

Mercado	%Var 16-15	%Part. 16	FOB-16 (miles US\$)
Estados Unidos	-25%	39%	25,615.07
Corea del Sur	-20%	12%	7,529.10
Canadá	-19%	10%	6,344.76
Japón	21%	9%	6,048.98
Países Bajos	-15%	6%	4,096.89
Bélgica	-8%	5%	3,536.46
Alemania	402%	4%	2,938.75
Chile	-40%	4%	2,816.91
Polonia	240%	3%	1,762.97
Otros Países (27)	--	7%	4,671.40

Fuente: SUNAT (2018)

En la siguiente tabla, se puede concluir que el mayor importador es EEUU, el cual es el mercado objetivo. Otra de las razones por las que se optó escoger este país, es debido a que el consumidor estadounidense ha tomado conciencia sobre los alimentos saludables y naturales, es por esto que el producto también sería atractivo y tendría acogida por el consumidor. Asimismo, actualmente el Perú cuenta con un TLC con los EEUU, lo cual le abre las puertas a la exportación del producto a este mercado.

A su vez, se eligió el estado de New York, ya que es uno de los principales estados con mayor volumen de importación de mango, tal y como se puede observar en el siguiente cuadro:

Tabla 13
Principales estados importadores de mango

Ciudades	Total Kg	Participación 2017
New York City	115,649	37.17%
Los Ángeles	29,555	16.38%
Baltimore	22,571	9.21%
Detroid	20,833	7.54%
Seattle	19,582	5.82%

Fuente: Veritrade

Asimismo, la calidad de vida de los pobladores de New York es una de las mejores pues contienen mayores ingresos y tienen capacidad adquisitiva.

Según la fuente El Diario, se tiene que considerar que la ciudad de New York cuenta con la esperanza de vida más alta de los Estados Unidos, siendo esta la de 81.2 años de edad en el 2015. A su vez, es una de las ciudades más poblada en todo los Estados Unidos, tal como podemos apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 14
Principales estados más poblados en EEUU

Rango	Name	Población 2016
1	California	39,536,653
2	Texas	28,304,596
3	Florida	20,984,400
4	New York	19,849,399
5	Pennsylvania	12,805,537
6	Illinois	12,802,023
7	Ohio	11,658,609
8	Georgia	10,429,379

Fuente: World Population Review

Por otro lado, el crecimiento económico en la ciudad de New York es progresivo, según los últimos estudios este alberga la mayor cantidad de millonarios y multimillonarios en el mundo, por tanto, el ingreso medio para un ciudadano millonario en la ciudad de New York es de \$188.696 al año, mientras que la renta mediana más pobre fue de \$9,320 al año.

Cabe resaltar que el estado de Nueva York, tiene uno de los puertos más importantes de su país, equipado en óptimas condiciones para las operaciones que se realizan diariamente. Este se encuentra ubicado al Sureste por el Océano Atlántico, al Noreste por el Río del Este, por el Suroeste con una parte del Río de Ravitan, al Noroeste con Newark Portuaria y al norte con el puente de George Washington.

Una vez ubicado el país y estado al cual nos dirigiremos, nuestro público objetivo serán las empresas distribuidoras, ya que ellas se encargarán de distribuir nuestro producto a diferentes locales, como supermercados, cafeterías, pastelerías, etc.

2.2.2 Tendencias de consumo

Desde hace unos años, Estados Unidos viene incrementando su consumo de productos saludables y su vez rápidos en su preparación, de acuerdo al ritmo de vida que llevan. Por lo que el producto cumple con los estándares para poder adaptarse y tener una buena demanda en este mercado. El mango tiene diferentes propiedades, que aportan a la calidad de vida del ser humano, a su vez, el producto viene en presentaciones cómodas y de fácil uso, por lo que se ahorra tiempo y dinero.

2.3 Análisis de la oferta y la demanda

2.3.1 Análisis de la oferta

Tabla 15
Principales Exportadores De Mango Congelado En EEUU

País	Porcentaje de participación
México	61.92 %
Perú	27.70 %
Ecuador	3.84 %
Costa rica	1.54 %

Fuente: Trademap

Como se puede observar, el país de México tiene la principal participación en el mercado de EEUU, por lo que sería el principal competidor al ofrecer los productos, sin embargo, cabe recordar que el mango es un producto estacional.

En Perú la estacionalidad del mango varía entre los meses de diciembre y marzo, mientras que, en México, la estacionalidad es entre los meses de abril y julio. Esto es importante, ya que se puede aumentar nuestra demanda y sacar ventaja durante esos meses.

Tabla 16
Principales Empresas Exportadoras

Empresa	%Var 16-15	%Part. 16
Camposol S.A.	14%	14%
Agroworld S.A.C.	72%	12%
Sociedad agrícola Virú S.A.	-3%	9%
Procesadora Perú S.A.	6%	6%
Agrícola y ganadera chavín de hua.	-36%	6%
Mebol SAC	-24%	5%
Sunshine export SAC	8%	5%
Agroindustrias aib SA	-29%	4%
Vínculos agrícolas SA	-35%	4%
Otras empresas (43)	--	33%

Fuente: SUNAT

Según SIICEX, existen diversas empresas peruanas que exportan dicho producto, por lo que serán los principales competidores peruanos.

2.3.2 Análisis de la demanda

“En el caso de los mangos congelados, donde Perú tiene también una importante participación junto con México, más de 139 millones de libras fueron importadas por Estados Unidos en el 2016. Esta presentación se vuelve cada día más popular debido a la facilidad de consumo, viniendo la fruta ya pelada, sin la pepa y cortada en cubos.”
(Gestión, 2017)

Como se puede observar la demanda del mango congelado, va a aumentando cada año, por lo que nos da la seguridad de lanzar el producto sin temor a pérdidas.

Tabla 17
Cálculo de la de cantidad a exportar

Descripción	2017
Población de Estados Unidos	325,886,000
% poblacional	6.01%
Población New York	19,599,330
% poblacional de New York	95.00%
Población Urbana en New York	18,619,363
% Fuerza laboral - empleados	57.50%
Fuerza laboral - empleados	10,706,133
% población de edades de 25 a 55 años	76.17%
Mercado disponible 25 a 55 años	8,155,288
Consumo per cápita (KG)	1.35
Demanda potencial (Q)	11,009,639
Producción	923,000
Importación	226,891
Exportación	78,174
Demanda Insatisfecha	12,081,356
Cuota de mercado %	0.20%
Cantidad a exportar	24,576

Luego de recabar los datos más importantes, se llegó a la conclusión que la cantidad a exportar será 24.576 Kg con una cuota de mercado del 0.2% aun quedando población insatisfecha que podremos ir fidelizando año tras año

Tabla 18
Demanda del 2013 al 2017 de Mango en KG en EEUU

Años	2013	2014	2015	2016	2017
Toneladas	206,083	226,991	269,683	254,609	226,891

Fuente: Trademap

Como se ve en la tabla 18 la demanda incrementa año tras año, para lo cual pasaremos a proyectarla en la tabla 19, dándonos resultados positivos con respecto a la futura demanda.

Tabla 19
Demanda proyectada de Mango en KG al 2023

	2019	2020	2021	2022	2023
	264,545	271,468	278,392	285,315	292,239
Tendencia crecimiento del mercado		2.62%	2.55%	2.49%	2.43%

2.4 Estrategias de Ventas y Distribución

2.4.1 Estrategias de segmentación

Para la segmentación del producto, se ha elegido al Estado de Nueva York, el cual presenta un alto nivel de capacidad adquisitiva, ya que normalmente más del 50% cuenta con un empleo estable que le permite poder comprar alimentos de calidad y valor nutricional. A su vez, cuenta con el mayor número de empresas para poder comprar nuestro producto, para ser procesado y distribuido de diferentes formas.

Tabla 20
Economía De New York

Cuentas Nacionales - Gobierno		
PIB Trim Per Cápita [+]	IV Trim 2017	67.289€
PIB anual [+]	2017	1.369.493M.€
PIB Per Cápita [+]	2017	69.358€
PIB Trimestral [+]	IV Trim 2017	1.328.639M.€
Mercado Laboral		
Tasa de desempleo [+]	Marzo 2018	4,6%
Socio-Demografía		
Densidad [+]	2016	140
Población [+]	2016	19.745.289
% Riesgo Pobreza [+]	2016	11,9%

Fuente: Datos macro

Como se mencionó, el producto va dirigido principalmente a empresas distribuidoras y procesadoras de mango, ya que es conveniente al ser solo pulpa, lo cual evita mermas y sobrecostos, a su vez, mejora el tiempo de producción para las mismas.

2.4.2 Estrategias de posicionamiento

Para posicionarse en el mercado elegido, se ha seleccionado el siguiente posicionamiento:

- Posicionamiento basado en las características del producto

El producto es envasado principalmente en bolsas de 1Kg, sin embargo, a gusto del cliente este puede variar, dando una ventaja competitiva y satisfaciendo la necesidad del cliente, a su vez, este cuenta con la durabilidad de 24 meses, lo cual permite que el cliente tenga una mayor seguridad que el producto estará en buenas condiciones por el tiempo que lo necesite para ser procesado.

El producto al ser pulpa, ayuda a muchas empresas distribuidoras del medio a que puedan procesarlo de manera rápida, eficaz y eficiente, por lo que será muy útil para diferentes empresas, así como también a usuarios individuales que deseen comprarlo desde algún supermercado, ya que puede ser guardado en refrigeración y usarlo en su vida cotidiana y familiar.

2.4.3 Estrategias de distribución

Debido a que el producto está direccionado a la industria alimenticia, ingresando al mercado estadounidense, se requiere de un intermediario que conozca muy bien el mercado y la industria y nos asesore en cuanto a nuestras negociaciones.

Por lo que para lograr que el producto se instale en el mercado objetivo se hará uso de los servicios de un BROKER, debido a su red

de asociados nos contactará con los compradores potenciales del producto.

El BROKER no adquiere la propiedad del producto, ellos negocian y concretan la venta del mismo, hacen una labor intermediaria entre el comprador y el vendedor, tiene la importante responsabilidad de conectar, de acercar a las partes para que la operación de compra-venta llegue a buen puerto y se pueda cerrar el negocio y todo esto lo hacen a cambio de una comisión.

Finalmente, el canal de distribución quedará de esta forma:

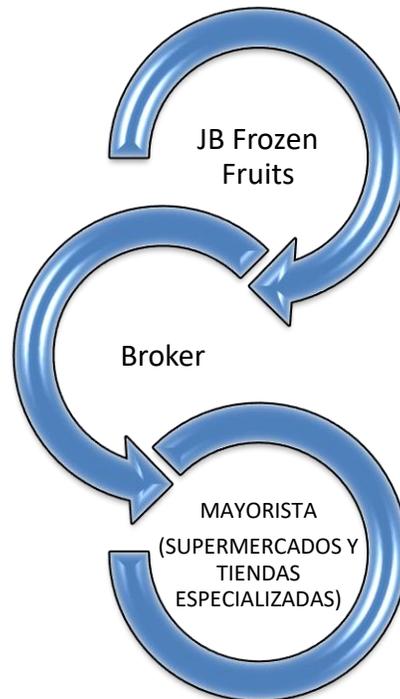


Figura 3: Canal de distribución

A su vez, al ser un producto congelado, este debe tener una distribución especial, la cual se realizará únicamente en canales de frío, comenzando desde la producción y almacenaje, hasta la exportación del mismo.

En la siguiente figura, detallamos la distribución a realizar, todo en canales de frío:

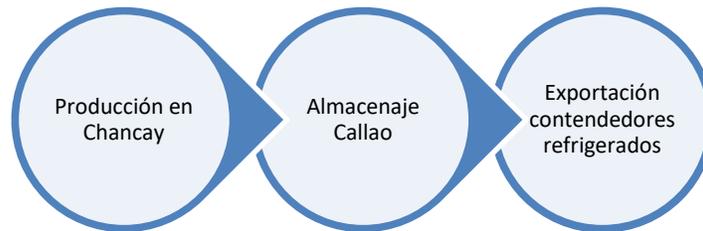


Figura 4: Distribución en frío

2.5 Estrategias de promoción

En cuanto a la promoción del producto se hará uso de las estrategias BTL (Below The Line), para iniciar con la labor de publicidad, esta estrategia es una de las más efectivas y en cuanto a costos, más apropiada para la empresa. Es un marketing más personal y se podrá obtener resultados de manera rápida, se busca llegar al cliente por medio de concientización de una vida saludable, resaltando las propiedades del producto y explicando su propuesta de valor.

Se harán propuestas originales, creativas e informativas para los futuros clientes, haciendo uso de las redes sociales y publicaciones en revistas especializadas y también en aquellas de salud y bienestar.

Por otro lado, también se aplicará la estrategia PUSH dirigida a la industria de alimentos de Estados Unidos que busca participar en Ferias Internacionales para acercarse a la industria, mostrar el producto y poco a poco ir dándose a conocer, mostrando las ventajas competitivas y así lograr que lo identifiquen y recuerden. Por lo tanto, una de las principales ferias internacionales en EE.UU. a la cual se apunta participar en este año es a la siguiente que se detalla a continuación:

Tabla 21
Feria summer fancy food show 2018 – New York

FICHA TÉCNICA SUMMER FANCY FOOD SHOW	
EDICION ANTERIOR	
Superficie de la feria:	100.400 m2
Pabellón Nacionales	80
Total expositores:	2670
Visitantes:	47000
PRÓXIMA EDICIÓN	
Desde:	30 de Junio de 2018
Hasta:	02 de Julio de 2018
Predio:	Jacob K. Javits Convention Center
En:	New York - Estados Unidos
Edición:	64a.
Tipo de evento:	Feria Internacional
Frecuencia:	Anual
Primera edición:	1994
CONTENIDO	
Perfil de la Feria	<p>Se considera una de las ferias más importantes del continente americano para el sector de alimentos elaborados y con valor agregado.</p> <p>Las recientes ediciones de Fancy Food Shows atrajeron de 47.000 visitantes de tiendas de departamentos, supermercados, restaurantes y otros negocios relacionados con los alimentos y bebidas de calidad</p> <p>Estos visitantes encontraron miles de expositores que mostraron 100.000 productos de alta gama, de los cuales se hicieron degustaciones</p> <p>Los negocios florecen en Fancy Food Shows, en un entorno único de tomadores decisiones. Un impresionante 87% de</p>

	los visitantes autorizó o recomendó decisiones de compra.
Perfil de los visitantes	Los más importantes compradores norteamericanos e internacionales visitaran el evento para abastecerse de productos especiales. Categorías de visitantes: 35% dueño, presidente de empresa; 14% Vicepresidente, Gerente General, Director; 13% Ventas y Marketing; 13% Compras, Gerente de Compras; 6% Gerente de Departamento; 5% chef; 14% otros
Ubicación	Jacob K. Javits Convention Center in New York 655 W 34th St, New York, 10001, Estados Unidos
Organizador de la Feria	N.A.S.F.T. National Association for the Specialty Food Trade, Inc.

Fuente: Specialty Food Association

2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes

La empresa JB Frozen Fruit SAC, al ser una empresa nueva, no contará con una planta propia, únicamente realizará una alianza comercial con el proveedor DEL ANDE ALIMENTOS SAC quien realizará la maquila del producto y con el proveedor JOGUEL INVERSIONES SAC, el cual se encargará de poder proporcionar la materia prima del producto.

A su vez, se contará con una oficina administrativa en Cercado de Lima, el cual ayudará también a hacer las operaciones logísticas, del traslado de Chancay a almacenes especializados y operaciones de exportación al estar cerca al puerto.

CAPITULO III: PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL

3.1 Envases, empaques y embalajes

Envases

El envase del producto será en bolsas de polietileno, las cuales tendrán que estar esterilizadas por la higiene que demanda nuestro producto, ya que al ser alimenticio tiene que estar libre de cualquier agente de contaminación con el fin de no poner en riesgo la salud del consumidor.

Las bolsas tendrán una capacidad de 1Kg. de pulpa de mango, a su vez, esta tendrá impresa el logo y marca del producto, así como la información nutricional.

Asimismo, cabe indicar que el envasado será al vacío con el fin de poder asegurar la calidad y vida del producto por un promedio de 2 años, tal y como indica la figura adjunta.



Figura 5: Modelo del envase de bolsa de polietileno para la pulpa de mango

Fuente: Plásticos Bolsitexs S.R.Ltda.

Se ha elegido el material de bolsa de polietileno debido a que es un material adecuado para pulpas, ya que permite la durabilidad y el correcto congelado de la fruta, a su vez, es higiénica y segura, ya que el producto no tiene contacto con el exterior.

Empaques

Al ser nuestro producto, pulpa congelada, se debe elegir un empaque que pueda resistir y mantener el frío del producto, a su vez tiene que ser un material adecuado que nos asegure que nuestro producto llegará en buenas condiciones al país de destino, para lo cual se han elegido cajas de cartón doble corrugado, esto debido a que es un material ligero, que no contamina, con un precio moderado e ideal para el empaque de productos congelados.

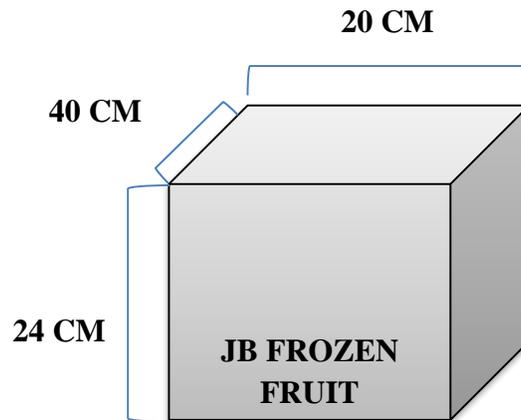


Figura 6: Medidas de caja de cartón doble corrugado

Las medidas de las cajas, serán de 20 cm x 40 cm x 24 cm (L x A x H), en las cuales entrarán 10 bolsas de 1Kg de pulpa congelada de mango.

Embalajes

Para una mayor protección del producto, las cajas serán ordenadas y envueltas en stretch film para afirmarlo al pallet, el cual es uno de tipo estándar con medidas (120cm x 100 cm x 10cm.) como se muestra en la figura adjunta



Figura 7: Embalaje de carga congelada

Fuente: Del Ande Alimentos SAC

3.2 Diseño del rotulado y marcado

3.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado tiene como objetivo brindar información al consumidor sobre las características particulares de nuestro producto, por tanto, en nuestro rotulado tendremos que considerar datos puntuales sobre la pulpa de mango congelada, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Tabla 22
Modelo del rotulado

Información del rotulado	
Nombre o denominación del producto	Pulpa de mango congelada
País de fabricación	Perú
Fecha de vencimiento	F. Fabricación: 03/2018 F. Vencimiento: 03/2020
Condiciones de conservación	Conservar en un lugar refrigerado, fuera del alcance directo de luz solar o temperaturas elevadas.
Observaciones	Pulpa de mango natural congelada sin azúcar ni edulcorante.
Contenido neto	1kg
Nombre y domicilio legal del fabricante	JB frozen fruit SAC Ruc: 20xxxxxxxxx Av. Colonial 556 (511) 337 - 5875 Ventas@jbbf.com

3.2.2 Diseño del mercado

El mercado es realmente importante, esto debido a que muestra la información principal del contenido de la caja y de las consideraciones que se deben de tomar para su manipulación, por tanto, un buen mercado permitirá un mejor manejo y cuidado del producto hacia su punto de destino.

Cabe mencionar que en el mercado se debe considerar colocar los principales pictogramas para el buen manejo de la carga. Las cajas

tendrán que estar marcadas con información principal como: datos del importador, datos del exportador, número de bultos y puntos de descarga, puerto de origen peso bruto y neto.

A continuación, se aprecia los pictogramas que se utilizarán para el correcto manejo de nuestro producto durante la carga.

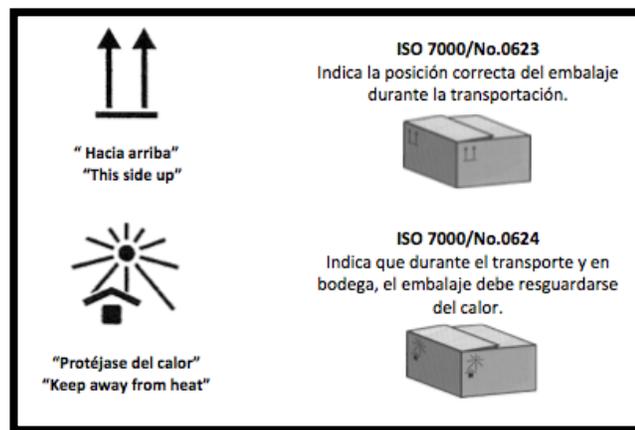
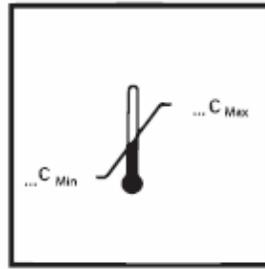


Figura 8: Pictogramas de seguridad de la carga

Fuente: Cajaeco

Los pictogramas que se utilizarán serán, hacia arriba (con el fin de que las pulpas lleguen en buenas condiciones) y protéjase del calor (con el fin que el producto se mantenga refrigerado). A su vez, tendrá la instrucción especial de congelado detallada en la figura adjunta



Límite de temperatura

Figura N° 9: Pictograma de instrucción especial

Fuente: Diario del exportador

Por otro lado, también tenemos que colocar la información principal del mercado en la caja, lo cual colocaremos los siguientes datos:

Tabla 23
 Mercado de la carga

Información del mercado	
País de origen	Perú
Datos del exportador	JB Frozen Fruit SAC
Datos del importador	Mb global foods inc.
Destino	New york - usa
Símbolos pictográficos	Hacia arriba, protéjase del calor, límite de temperatura - 18°.
Numeración de bultos	10 Unidades de 1kg

3.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Tabla 24
Unitarización y cubicaje de la carga

Ítem	Medidas	Unidad de medida
Envase		
Medidas	10x20x12	Centímetros
Peso Bruto	1	Kilogramos
Embalaje		
Medidas	20x40x24	Centímetros
Numero de envases por piso	5	Unidades
Niveles	2	Niveles
Número de unidades por caja	10	Unidades
Peso Bruto por caja	10	Kilogramos
Paleta		
Largo	120	Centímetros
Ancho	100	Centímetros
Alto	10	Centímetros
Numero de cajas por ancho de paleta	2	Cajas
Numero de cajas por largo de paleta	6	Cajas
Altura	8	Niveles
Total de cajas por paleta	96	Cajas
Total de unidades por paleta	960	Unidades
Peso neto por paleta	768	Kilogramos
Peso bruto por paletas	960	Kilogramos
N° de paletas por embarque	8	Paletas
N° de unidades por embarque	7680	Unidades
N° de cajas por embarque	768	Cajas
Peso neto por embarque	6144	Kilogramos
Peso bruto por embarque	7680	Kilogramos
N° de envíos año	4	Envíos
Nro. de unidades anuales	30720	Unidades
Nro. de cajas anuales	3072	Cajas
Peso neto anual	24576	Kilogramos
Peso bruto anual	30720	Kilogramos

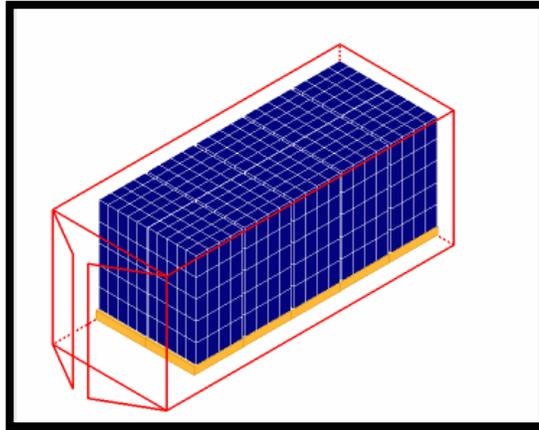


Figura N°10: Simulador de Contenedor

Fuente: Hapag Lloyd

3.4 Cadena DFI de exportación

Para comenzar con el producto, se tendrá que comprar la materia prima, esta se encuentra principalmente en el departamento de Piura, la cual es vendida en tres estados del mango:

- Mango Kent verde
- Mango Kent pinto
- Mago Kent maduro

La materia prima será abastecida por la empresa JOGUEL INVERSIONES SAC y será trasladada a la empresa DEL ANDE ALIMENTOS SAC, quien se encargará de procesar el producto en su planta. A su vez, la empresa en moción, se encargará de tramitar los certificados con DIGESA, asimismo se

podrá utilizar su registro sanitario, lo cual hará que se ahorre todo ese proceso. Esta misma empresa también se encarga del envasado, sellado al vacío, y rotulado de los productos, por lo cual entregará todo listo para el proceso de exportación.

Una vez esté lista la mercadería comenzarán los trámites para la exportación, en este caso se contratará un agente de aduana, el cual será DPA ADUANAS SAC por ser una agencia con experiencia y contar con certificaciones. Asimismo, se utilizará el transporte marítimo, por ser de bajo costo y por poder enviar gran cantidad de bultos. Para el producto, es muy importante que los contenedores sean refeed, ya que su presentación es congelada.

Se tiene como referencia que el tiempo estimado desde el puerto del Callao hasta New York es de 15 a 20 días. Se tomará en cuenta que estamos vendiendo en FOB, por tanto, la responsabilidad de la empresa solo cubre hasta que se deje la carga en el buque, el seguro tendrá que solicitarlo el importador y el pago corre por su cuenta.

A continuación, se detalla la cadena de distribución física internacional desde un plano más gráfico



Figura N°11: Cadena de distribución física internacional para la exportación de pulpa congelada de mango

3.5 Seguro de mercancías

Como se mencionó anteriormente el seguro de las mercancías correrá por parte del importador, ya que el INCOTERM a exportar es el FOB

CAPITULO IV: PLAN DE COMERCIO EXTERIOR

4.1 Fijación de precios

4.1.1 Costos y precio

Considerando que la vida útil del producto es de dos años, se realizarán 4 envíos al año, es decir 1 cada 3 meses, en el cual cada envío contenga 7,680.00 KG de pulpa congelada de mango, en un contenedor de 20" por el servicio FCL.

A continuación, se detallan los principales costos anuales que se tendrán con el fin de poder definir de manera correcta nuestro precio:

Tabla 25
Detalle De Costos y Gastos

COSTOS	MONTO
CVU	\$ 0.76
CFU	\$ 1.16
Costo unitario	\$ 1.92
Margen de Ganancia	20%
Precio de venta	\$ 2.30
Punto de equilibrio (en cantidad)	23,076
Punto de equilibrio (en dinero)	\$ 53,183

Teniendo en cuenta esto podemos decir que nuestro precio de venta al importador debe ser de \$2.30 por cada bolsa de 1KG. de pulpa congelada de mango.

Asimismo, se darán a conocer el detalle de los principales costos, los cuales se encuentran en la parte financiera

4.1.2 Cotización Internacional

Las cotizaciones son parte importante al momento de negociar, ya que en ella presentas la propuesta por un bien o un servicio que ha sido solicitado, JB Frozen Fruit SAC, considera que la cotización que sea enviada y aprobada por el cliente, debe de respetarse según lo estipulado en ella y debe ser formalizada por medio de un contrato.

En las cotizaciones normalmente tiene que incluir la cantidad cotizada, el precio, las especificaciones principales del producto, el tiempo de entrega, la garantía, y ciertos términos y condiciones que se mostraran a continuación en nuestro modelo de cotización.

Las cotizaciones serán enviadas vía web, y de ser aprobadas por el cliente se deberá formalizar por medio de un contrato y con una orden de compra por parte del cliente.

Tabla 26
Modelo De Cotización Pulpa Congelada De Mango

Lima 02 de Mayo del 2018 COTIZACIÓN N° 001- 2018-JBFF	
RAZON SOCIAL	JB FROZEN FRUIT SAC
RUC N°	20123785910
TELEFONO / MÓVIL	51(1)969268095
CORREO ELECTRÓNICO	Jhnflores72@hotmail.com
CONTACTO	FLORES CRUZ JOHANA
DETALLE DEL PRODUCTO	
NOMBRE DEL PRODUCTO	Pulpa Congelada De Mango Kent
PARTIDA ARANCELARIA	
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	Producto 100% Natural
	Presentación En Bolsas De 1kg.
	02 Años De Tiempo De Vida
	Envasado Al Vacío
	No Contiene Azucares
	Sin Preservantes
	Color Anaranjado Rojizo
	Producto 100% Peruano
ZONA DE PRODUCCIÓN	Piura – Perú
PERIODO DE PRODUCCIÓN	Diciembre A Marzo
PROPIEDADES DEL MANGO	RICO EN VITAMINA A, B1, B2, B5, B6, B9, C, E, K, Y FOSFORO
	Fuente De Hierro, Calcio, Potasio, Yodo, Zinc, Magnesio, Sodio,
	Antioxidante Y Anticancerígeno
CANTIDAD SOLICITADA	46.08 Toneladas (46080 Bolsas)
PRECIO FOB	\$2.66 Por Bolsa De Pulpa De Mango Congelada Presentación De 1 Kg
TIEMPO DE ENTREGA	20 Días Luego De Recibido La Orden De Compra
MEDIO DE PAGO:	Contra Documentos Bancarios
Quedo a espera de su amable respuesta. Atentamente, Johana Flores Gerente General	

 Del Ande Para el mundo		DEL ANDE ALIMENTOS S.A.C.			Cotización 026-2018	
<p style="text-align: center;"><i>Aquí puede incluir una breve descripción sobre el tipo de productos que se suelen comercializar en la empresa.</i></p>						
RUC	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad		
20123785910	JB FROZEN FRUIT SAC	Johana Flores	01/05/2018			
Teléfono	Dirección	Email	LETRAS			
969268095	Ca. Los Gladiolos Nro. 1670 - Lima	jhnflores72@hotmail.com	30/60/90 días			
Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total
1	37102	Maquila pulpa congelad de mango	24576	KG x bolsa	\$ 0.31	\$ 7,618.56
		Inc. Almacenaje IQF				
Se atenderá inmediatamente puesta la OC					Gran Total	\$ 6,456.41
					IGV 18%	\$ 1,162.15
					Subtotal	\$ 7,618.56

Figura 13: Cotización Maquila

Fuente: Del Ande Alimentos S.A.C.

4.2 Contrato de compra venta internacional y sus documentos

Tal como se había mencionado, una vez enviada la cotización, si esta era aceptada por el cliente se procederá a formalizarla mediante un contrato de compra venta y posteriormente con la emisión de una orden de compra. Para tal caso, se detalla en el Anexo 1 un modelo de contrato que se utilizará para las negociaciones futuras.

4.3 Elección y aplicación del INCOTERM

El Incoterms, que se utilizará para las negociaciones será FOB (Free On Board), para tales efectos se debe definir los conceptos que se consideran para la elección del Incoterm:

- Los Incoterms son términos que definen las condiciones de entrega de las mercancías, en temas de Comercio Exterior, dichos términos son 11 los cuales fueron creados por la Cámara de Comercio Internacional, como una medida estándar para todos los países.
- Estos términos establecen el reparto de obligaciones, así como de los costes y riesgos que asumen tanto el exportador (también llamado vendedor) con el importador (también llamado comprador).

A continuación, se indican las razones por las que escogimos este Incoterm:

- El exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador en el puerto de embarque (Callao). Cabe indicar que también se hará cargo del despacho aduanero de exportación.
- El exportador asume el riesgo por la pérdida o daño de la mercancía solo hasta cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque.

- Si las mercancías se dañan en el proceso de carga o transporte local hacia el buque, el responsable será el exportador. Por otro lado, si las mercancías se pierden en el mar, el responsable será el importador.
- El importador asume el contrato del transporte internacional y el seguro para la mercancía hasta su destino. Los riesgos y gastos los asume una vez que la mercancía ha sido puesta a bordo del buque y también realizará las formalidades aduaneras en el país de destino.

4.4 Determinación del medio de pago

El medio de pago que se ha escogido es Cobranza Documentaria, la cual será efectiva con el Banco de Crédito del Perú. En esta modalidad el vendedor entrega los documentos representativos de su producto a su banco con el fin de que este se lo envíe como cobranza documentaria al banco corresponsal del comprador (Estados Unidos). Es aquí donde el banco del vendedor es el responsable de realizar el cobro, y este solo entregará los documentos del producto siempre y cuando el comprador haya realizado el pago.

Para una negociación de este modo, es necesario que exista una confianza plena entre el comprador y el vendedor, cabe mencionar que el pago tiene que ser vista contra entrega de los documentos originales del producto, para garantizar que el pago se haga efectivo. Asimismo, debemos entender

que los bancos no aseguran el pago de la mercancía, ya que ellos solo siguen las instrucciones de la cobranza.

Beneficios:

- Confianza en manejo de documentos.
- Facilita la obtención de financiamientos de exportación en un futuro
- Costo menor, comparando con las cartas de crédito
- Desarrollo y crecimiento de la empresa, como exportador.
- La cobranza se realiza a través de un sistema financiero.
- El exportador tiene el control de los documentos de transporte, hasta que se recibe el cobro de la mercadería.

4.5 Elección del régimen de exportación

El régimen de exportación escogido para la venta de la pulpa de mango congelado será mediante exportación definitiva, este régimen facilitará la salida de las mercancías nacionales o nacionalizadas que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior y dicha exportación no está afecta a pago de tributo alguno.

Para efectuar los trámites de este tipo de régimen de exportación, se debe contar con algunos requisitos:

- RUC (Registro Único de Contribuyentes) que no tenga la condición de no habido.
- Por lo dispuesto en el artículo 3º de la Resolución de Superintendencia N° 210-2004/SUNAT, pueden exportar utilizando su Documento Nacional

de Identidad (DNI) los peruanos, o Carné de Extranjería o Pasaporte los extranjeros.

4.6 Gestión del despacho de aduanas

Como en este caso es una Exportación Definitiva, debido a que el producto a exportar es para uso o consumo en el país seleccionado.

A continuación, se detalla el procedimiento que se llevará en esta operación comercial:



Figura 13: Cadena Del Proceso De Despacho Aduanero

Fuente: Blog Comercio Internacional

Requisitos según la SUNAT ADUANAS para la gestión de despacho aduanero:

Declaración Aduanera de Mercancías DAM (antes DUA) de Exportación.

Copia SUNAT de la factura.

Copia o fotocopia del documento de transporte (Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta Porte, según el medio de transporte utilizado) con sello y firma del personal autorizado o representante de la empresa de transporte o del agente de carga.

Documento que acredite el mandato a favor del despachador: copia o fotocopia del documento de transporte debidamente endosado o poder especial.

Otros según la naturaleza de la mercancía.

Procedimiento según la SUNAT ADUANAS para la gestión Exportación Definitiva INTA-PG.02 (V6):

A) Numeración de la DAM:

El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales.

La Aduana convalida la información en el SIGAD, genera el número de DAM y deja expedita la mercancía para ser ingresada a Zona primaria.

B) Ingreso de la mercancía a la Zona Primaria:

El despachador de aduana ingresa la mercancía a un Depósito temporal donde será embarcada para su exportación, ubicado en cualquier puerto, aeropuerto o terminal DAM.

Transmisión terrestre, como requisito previo a la selección del canal de control de la

C) de los datos de la Recepción de la carga por el Depósito Temporal y selección del canal de control:

El Depósito Temporal debe transmitir la información de la recepción de la mercancía dentro de las 02 horas contadas a partir de lo que suceda último:

- La recepción de la totalidad de la mercancía
- La presentación de la DAM por el despachador de aduana

El SIGAD la valida y asigna el canal de control (rojo o naranja).

D) Reconocimiento Físico:

EL despachador de aduanas solicita el reconocimiento físico, presentando:

- La DAM canal rojo
- Autorizaciones especiales en original, de corresponder.

La atención del reconocimiento físico se realiza las 24 horas del día.

Se efectúa en presencia del exportador y/o despachador y/o representante del almacén.

El especialista u oficial determina aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.

E) Regularización:

La Administración Aduanera mediante técnicas de análisis de riesgo determina cuales declaraciones se regularizan:

- Con la sola aceptación de la transmisión de la información complementaria y de los documentos digitalizados
- Con la presentación física de la DAM y la documentación que sustentaron la exportación a satisfacción de la Autoridad Aduanera.

Plazos del Régimen:

EL embarque deberá efectuarse dentro de los 30 días calendarios posteriores a la numeración de la DAM. La regularización se debe efectuar dentro de los 30 días calendarios posteriores a la fecha del término del embarque

Sanciones en caso de incumplimiento:

De no cumplir con la regularización del régimen dentro del plazo establecido, el exportador se hará acreedor a la multa equivalente al 0.2 de la UIT.

4.7 Flujograma de exportación

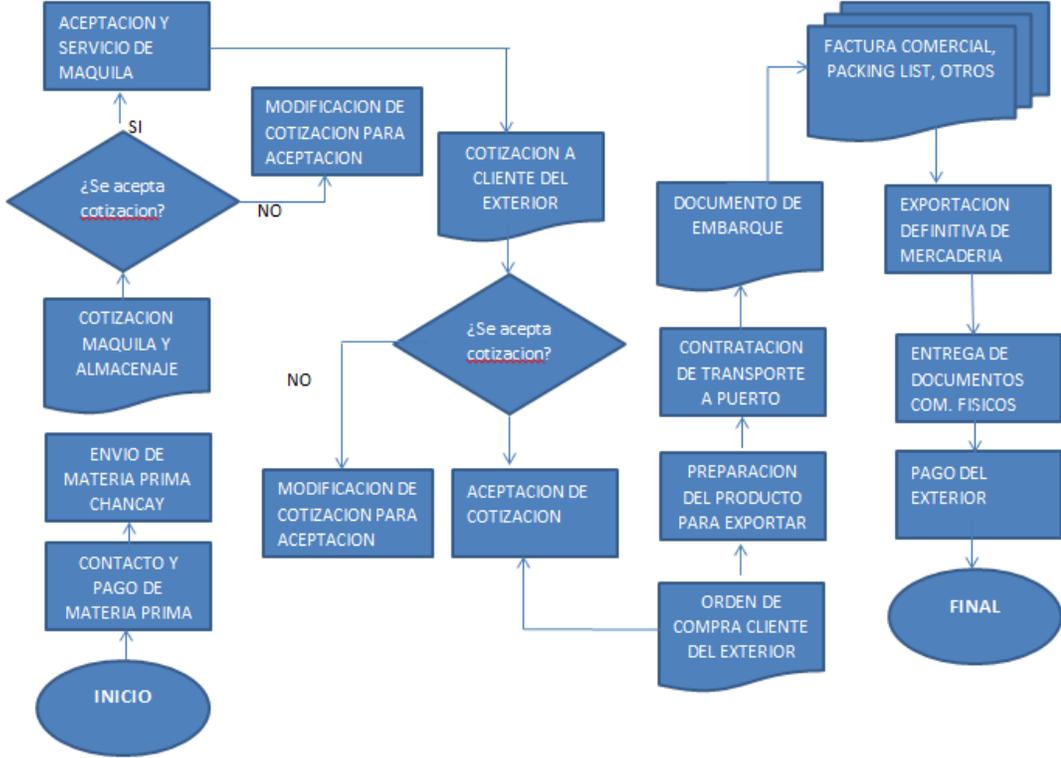


Figura 14: Flujo Grama Del Proceso De Comercialización

CAPITULO V: PLAN ECONOMICO FINANCIERO

5.1 Inversión Fija

5.1.1 Activos Tangibles

Tabla 27
Activos Tangibles

Activos Tangibles			
Concepto	Cantidad	Precio Unitario \$	Precio Total \$
Muebles y Enseres de oficina			
Escritorio ejecutivo 2mt	1	\$ 200	\$ 200
Escritorio ejecutivo 1.2mt	2	\$ 150	\$ 300
Sillas giratorias de oficina	3	\$ 35	\$ 105
TOTAL			\$ 605
Equipos			
Laptop	3	\$ 475	\$ 1,425
Impresora multifunción	1	\$ 150	\$ 150
Ventiladores	2	\$ 20	\$ 40
Microondas	1	\$ 140	\$ 140
Teléfono	1	\$ 25	\$ 25
Celulares	3	\$ 55	\$ 165
TOTAL			\$ 1,945
Inversión Tangible			\$ 2,550

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 27 se puede observar la inversión que se realizará en activos tangibles, esto con el objetivo que la empresa se pueda encontrar equipada eficientemente y se desarrolle. Los activos tangibles están formados por los muebles y enseres como son los escritorio, computadoras e impresora multifuncional.

5.1.2 Activos Intangibles

Tabla 28
Activos Intangibles

Activos Intangible	
Concepto	Precio Total \$
Diseño página web	\$ 76
Constitución de empresa	\$ 143
Otros gastos de constitución	\$ 10
Garantía del Local	\$ 350
Licencia de funcionamiento	\$ 73
Inversión Intangible	\$ 652

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 28 se observa la inversión en activos intangible los cuales son los trámites necesarios para que la empresa funciona correctamente, aquí se encuentra las licencias, constitución, garantía, entre otros.

5.2 Capital de Trabajo

Tabla 29
Capital de Trabajo

Capital de Trabajo			
Concepto	Costo Unitario \$	Costo Mensual \$	Costo Trimestral \$
Costo de producto tercerizado			
Costo de producto tercerizado	\$ 0.31	\$ 2,381	\$ 2,381
Costo de materia prima	\$ 0.28	\$ 2,150	\$ 2,150
Envase bolsa de crystal de polietileno	\$ 0.04	\$ 307	\$ 307
Cajas corrugadas	\$ 0.80	\$ 614	\$ 614
Proceso de Embalado y Rotulado	\$ 5.00	\$ 5	\$ 5
TOTAL			\$ 5,458
Gasto de personal			
Gerente General	\$ 765	\$ 765	\$ 2,295
Jefe administrativo y financiero	\$ 459	\$ 459	\$ 1,377
Jefe de logística y comercio exterior	\$ 550	\$ 550	\$ 1,650
jefe de marketing y ventas	\$ 459	\$ 459	\$ 1,377
Contador	\$ 92	\$ 92	\$ 276
TOTAL			\$ 6,975
Materiales Indirectos			
Recogedor	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Escoba	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Jabón liquido	\$ 15	\$ 15	\$ 45
Papel higiénico	\$ 10	\$ 10	\$ 30
Desinfectante	\$ 10	\$ 10	\$ 30
Tacho de Basura	\$ 5	\$ 5	\$ 5
TOTAL			\$ 120
Gastos Fijos			
Pago de alquiler de local	\$ 153	\$ 153	\$ 459
Servicios (Luz, agua, teléfono e internet)	\$ 76	\$ 76	\$ 228
TOTAL			\$ 687
Costos por embarque			
Certificado de origen	\$ 13	\$ 13	\$ 13
Certificado de fumigación	\$ 18	\$ 18	\$ 18
Bill of lading (conocimiento de	\$ 25	\$ 25	\$ 25

embarque)			
Comisión agente de aduanas	\$ 110	\$ 110	\$ 110
Aforo físico	\$ 36	\$ 36	\$ 36
Derecho de embarque	\$ 60	\$ 60	\$ 60
Cuadrilla	\$ 90	\$ 90	\$ 90
Gastos administrativos	\$ 35	\$ 35	\$ 35
TOTAL			\$ 387
Costos administrativo			
Útiles de Oficina	\$ 85	\$ 85	\$ 255
TOTAL			\$ 255
Gasto de Venta			
Diseño página web	\$ 76	\$ 76	
Espacio en la Feria (Stand)	\$ 612	\$ 612	
Decoración del stand	\$ 75	\$ 75	
Merchandising (folletos, tarjetas, usb) + Muestras	\$ 153	\$ 153	
Pasajes	\$ 887	\$ 887	
TOTAL		\$ 1,803	
Capital de Trabajo			\$ 15,684

En la Tabla 29 se observa que la inversión de capital de trabajo, es necesaria para cubrir los gastos que se realizarán para emprender la empresa. La empresa toma un capital de trabajo trimestral ya que es una empresa nueva, aun no maneja al 100% los procesos de exportación, no conoce al 100% el mercado de destino y prefiere cubrir cualquier eventualidad que pudiera presentarse con este capital de trabajo que recurrir al banco como primera opción

5.3 Inversión Total

Tabla 30
Inversión Total

Inversión total	
Inversión intangible	\$ 652
Inversión tangible	\$ 2,550
Capital de trabajo	\$ 15,684
Total	\$ 18,886

En la tabla 30 se detalla la inversión total, más el capital de trabajo, esto es lo que finalmente se necesitará cubrir en la empresa, tanto los accionistas, como préstamo con el banco.

5.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 31
Estructura de la inversión

Estructura de la Inversión	
Datos de Inversión	Inversión
Diseño página web	\$ 76
Constitución de empresa	\$ 143
Otros gastos de constitución	\$ 10
Garantía del Local	\$ 350
Licencia de funcionamiento	\$ 73
Inversión Intangible	\$ 652
Muebles y Enseres de oficina	\$ 605
Equipos	\$ 1,945
Inversión Tangible	\$ 2,550
Capital de Trabajo	\$ 15,684
Inversión total	
Inversión Intangible	\$ 652
Inversión Tangible	\$ 2,550
Capital de Trabajo	\$ 15,684
Total	\$ 18,886

Tabla 32
Aporte de accionistas

Accionista	Porcentaje	Monto en soles	Monto en US\$
Luz María Cruz Pardo	25%	15,109	4722
Fredy Flores Cruz	25%	15,109	4722
Eduardo Calderón Vera	20%	12,087	3777
Johana Flores Cruz	30%	18,131	5666
TOTAL	100%	60,435	18,886

Tabla 33
Financiamiento de la empresa

Meses	Saldo deudor	Interes	Renta - Interes		Interes + Amortización		Interes * Imp. a la Renta		Flujo de caja después de impuesto
			Amortización	Renta	Ahorro tributario	Escudo Fiscal			
0	\$ 7,554								
1	\$ 7,302	\$ 142	\$ 252	\$ 394	\$ 2.13			\$ 392	
2	\$ 7,046	\$ 137	\$ 257	\$ 394	\$ 2.06			\$ 392	
3	\$ 6,784	\$ 132	\$ 262	\$ 394	\$ 1.98			\$ 392	
4	\$ 6,517	\$ 127	\$ 267	\$ 394	\$ 1.91			\$ 392	
5	\$ 6,246	\$ 122	\$ 272	\$ 394	\$ 1.83			\$ 392	
6	\$ 5,969	\$ 117	\$ 277	\$ 394	\$ 1.76			\$ 392	
7	\$ 5,687	\$ 112	\$ 282	\$ 394	\$ 1.68			\$ 392	
8	\$ 5,400	\$ 107	\$ 287	\$ 394	\$ 1.60			\$ 392	
9	\$ 5,108	\$ 101	\$ 293	\$ 394	\$ 1.52			\$ 392	
10	\$ 4,810	\$ 96	\$ 298	\$ 394	\$ 1.44			\$ 392	
11	\$ 4,506	\$ 90	\$ 304	\$ 394	\$ 1.35			\$ 393	
12	\$ 4,197	\$ 85	\$ 309	\$ 394	\$ 1.27			\$ 393	
13	\$ 3,882	\$ 79	\$ 315	\$ 394	\$ 1.18			\$ 393	
14	\$ 3,561	\$ 73	\$ 321	\$ 394	\$ 1.09			\$ 393	
15	\$ 3,234	\$ 67	\$ 327	\$ 394	\$ 1.00			\$ 393	
16	\$ 2,901	\$ 61	\$ 333	\$ 394	\$ 0.91			\$ 393	
17	\$ 2,561	\$ 54	\$ 339	\$ 394	\$ 0.82			\$ 393	
18	\$ 2,215	\$ 48	\$ 346	\$ 394	\$ 0.72			\$ 393	
19	\$ 1,863	\$ 42	\$ 352	\$ 394	\$ 0.62			\$ 393	
20	\$ 1,504	\$ 35	\$ 359	\$ 394	\$ 0.52			\$ 393	
21	\$ 1,139	\$ 28	\$ 366	\$ 394	\$ 0.42			\$ 393	
22	\$ 766	\$ 21	\$ 372	\$ 394	\$ 0.32			\$ 394	
23	\$ 387	\$ 14	\$ 379	\$ 394	\$ 0.22			\$ 394	
24	\$ 0	\$ 7	\$ 387	\$ 394	\$ 0.11			\$ 394	

En la tabla 33 se detalla el financiamiento que se realizara con el banco. El banco escogido fue el Banco de Crédito del Perú, el cual estará financiando con una tasa efectiva anual de 25% y una tasa efectiva mensual de 1.88%

5.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 34
Financiamiento total de la empresa

Financiamiento	
% Aporte propio	60%
% Financiado	40%
Préstamo a mediano plazo	\$ 7,554
Aporte propio	\$ 11,332
Total	\$ 18,886

En la tabla 34, se observan los porcentajes que se necesitaran para cubrir el total financiamiento de la empresa, en los cuales el aporte propio será de 60% y un financiado por el banco de 40%

5.6 Presupuestos de costos

Tabla 35
Costos Fijos

Descripción	Sueldo mensual S/	Sueldo mensual US\$	Sueldo Anual US\$	Vacaciones US\$	Sub Total US\$	SIS US\$	Total Anual US\$
Gerente General	2500	765	9,180	383	9,563	430	9,993
Jefe Adm. y Finanzas	1500	459	5,508	230	5,738	258	5,996
Jefe de logística	1800	550	6,600	275	6,875	309	7,184
Jefe de marketing	1500	459	5,508	230	5,738	258	5,996
Contador externo	300	92	1,104	-	1,104	-	1,104
TOTAL							30,273

Tabla 36
Materiales indirectos

Materiales de Limpieza	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor	1	\$ 5	\$ 5	\$ 10
Escoba	1	\$ 5	\$ 5	\$ 10
Jabón líquido	1	\$ 15	\$ 15	\$ 180
Papel higiénico	1	\$ 10	\$ 10	\$ 120
Desinfectante	1	\$ 10	\$ 10	\$ 120
Tacho de Basura	1	\$ 5	\$ 5	\$ 10

Tabla 37
Gastos fijos

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local	\$ 153	\$ 1,836
Servicios (Luz, agua, teléfono e internet)	\$ 76	\$ 912
Total	\$ 229	\$ 2,748

Tabla 38
Gastos administrativos

Materiales de Oficina	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Hojas Bond	3	\$ 9.00	\$ 108
Hojas Membretadas	1	\$ 4.00	\$ 24
Folder	3	\$ 1.20	\$ 14
Sobre Manila	3	\$ 0.75	\$ 9
Engrampadora	3	\$ 8.40	\$ 17
Perforador	3	\$ 6.00	\$ 12
Lapicero	9	\$ 3.15	\$ 19
Lápiz	6	\$ 0.60	\$ 4
Sellos	6	\$ 42.00	\$ 84
Archivadores	15	\$ 9.75	\$ 59
TOTAL		\$ 85	\$ 349

Tabla 39
Gastos de ventas

Descripción	Total
Publicidad	\$ 76
Espacio en la Feria (Stand)	\$ 612
Decoración del stand	\$ 75
Merchandising (folletos, tarjetas, usb) + Muestras	\$ 153
Pasajes	\$ 887
TOTAL	\$ 1,803

Tabla 40
Costos Variables

Producto	Costo Unitario	Costo x 12 Meses
Costo de producto tercerizado	\$ 0.31	\$ 9,523
Costo de materia prima	\$ 0.28	\$ 8,602
Envase bolsa de crystal de polietileno	\$ 0.04	\$ 1,229
Cajas corrugadas	\$ 0.80	\$ 2,458
Proceso de Embalado y Rotulado	\$ 5.00	\$ 20
TOTAL		\$ 21,831

Tabla 41
Costos de exportación

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Certificado de origen	\$ 13	\$ 51
Certificado de fumigación	\$ 18	\$ 72
Bill of lading (conocimiento de embarque)	\$ 25	\$ 100
Comisión agente de aduanas	\$ 110	\$ 440
Aforo físico	\$ 36	\$ 143
Derecho de embarque	\$ 60	\$ 240
Cuadrilla	\$ 90	\$ 360
Gastos administrativos	\$ 35	\$ 140
TOTAL		\$ 1,546

5.7 Punto de equilibrio.

Tabla 42
Costos de exportación

CVU	\$ 0.76
CFU	\$ 1.16
Costo unitario	\$ 1.92
Margen de Ganancia	20%
Valor de Venta	\$ 2.30
IGV	-
Precio de venta	\$ 2.30
Punto de equilibrio (en cantidad)	23,076
Punto de equilibrio (en dinero)	\$ 53,183

5.8 Tributación de la exportación

Para la exportación no se pagan impuestos, por lo contrario, se puede acceder a beneficios como el Drawback, saldo a favor del exportador, entre otros.

5.9 Presupuestos de ingresos

Tabla 43
Ingresos por ventas

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	\$ 70,801	\$ 72,656	\$ 74,508	\$ 76,363	\$ 78,219
Tasa de Crecimiento	0	2.62%	2.55%	2.49%	2.43%

Años	0	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de compra de producto		\$ 21,831	\$ 22,403	\$ 22,974	\$ 23,547	\$ 24,119
Costo por comprar total		\$ 21,831	\$ 22,403	\$ 22,974	\$ 23,547	\$ 24,119
IGV de ventas 18%		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV de compras 18%		\$ 3,930	\$ 4,033	\$ 4,135	\$ 4,238	\$ 4,341
IGV de inversiones de activo tangible	\$ 459	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Diferencias de IGV	\$ 459	\$ 3,930	\$ 4,033	\$ 4,135	\$ 4,238	\$ 4,341
Devolución del IGV		\$ 4,389	\$ 4,033	\$ 4,135	\$ 4,238	\$ 4,341

5.10 Presupuestos de egresos

Tabla 44
Presupuesto de costo de venta

Años	2019	2020	2021	2022	2023
costo compra producto mercerizado	\$ 21,831	\$ 22,403	\$ 22,974	\$ 23,547	\$ 24,119
costos de exportación	\$ 1,546	\$ 1,587	\$ 1,627	\$ 1,668	\$ 1,709
TOTAL	\$ 23,378	\$ 23,990	\$ 24,602	\$ 25,215	\$ 25,827

Tabla 45
Presupuesto de materiales indirectos

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Material de Limpieza	\$ 450	\$ 457	\$ 462	\$ 467	\$ 470
TOTAL	\$ 450	\$ 57	\$ 462	\$ 467	\$ 470

Tabla 46
Presupuesto de gastos de personal

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente General	\$ 9,993	\$ 10,293	\$ 10,601	\$ 10,919	\$ 11,247
Jefe administrativo y financiero	\$ 5,996	\$ 6,176	\$ 6,361	\$ 6,552	\$ 6,748
Jefe de logística y comercio exterior	\$ 7,184	\$ 7,400	\$ 7,622	\$ 7,851	\$ 8,086
jefe de marketing y ventas	\$ 5,996	\$ 6,176	\$ 6,361	\$ 6,552	\$ 6,748
Contador	\$ 1,104	\$ 1,137	\$ 1,171	\$ 1,206	\$ 1,243
TOTAL	\$ 30,273	\$ 31,181	\$ 32,116	\$ 33,080	\$ 34,072

Tabla 47
Gastos Fijos

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Pago de alquiler de local	\$ 1,836	\$ 1,864	\$ 1,887	\$ 1,904	\$ 1,916
Servicios (Luz, agua, teléfono e internet)	\$ 912	\$ 926	\$ 937	\$ 946	\$ 952
TOTAL	\$ 2,748	\$ 2,790	\$ 2,824	\$ 2,850	\$ 2,867

Tabla 48
Gastos administrativo

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Útiles de Oficina	\$ 349	\$ 355	\$ 359	\$ 362	\$ 364

Tabla 49
Gastos de ventas

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Página Web	\$ 76	\$ 76	\$ 76	\$ 76	\$ 76
Espacio en la Feria (Stand)	\$ 612	\$ 636	\$ 662	\$ 688	\$ 716
Decoración del stand	\$ 75	\$ 78	\$ 81	\$ 84	\$ 88
Merchandising	\$ 153	\$ 159	\$ 165	\$ 172	\$ 179
Pasajes	\$ 887	\$ 922	\$ 959	\$ 998	\$ 1,038
TOTAL	\$ 1,803	\$ 1,872	\$ 1,944	\$ 2,019	\$ 2,096

Tabla 50
Presupuesto de costos fijos

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de personal	\$ 30,273	\$ 31,181	\$ 32,116	\$ 33,080	\$ 4,072
Materiales indirectos	\$ 450	\$ 457	\$ 462	\$ 467	\$ 470
Gastos fijos	\$ 2,748	\$ 2,790	\$ 2,824	\$ 2,850	\$ 2,867
Gastos administrativos	\$ 349	\$ 355	\$ 359	\$ 362	\$ 364
Gastos de venta	\$ 1,803	\$ 1,872	\$ 1,944	\$ 2,019	\$ 2,096
TOTAL	\$ 35,623	\$ 36,654	\$ 37,705	\$ 38,777	\$ 39,870

5.11 Flujo de caja proyectado

Tabla 51
Flujo de caja proyectado

Años	0	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos Operativos		\$ 5,189	\$ 76,688	\$ 8,644	\$ 80,602	\$ 2,560
Egresos Operativos		\$ 2,808	\$ 64,535	\$ 6,282	\$ 68,049	\$ 69,445
Flujo de Caja operativo		\$ 2,381	\$ 12,153	\$ 2,362	\$ 12,552	\$ 13,116
Inversión en activo fijo tangible	\$ 2,550					
Inversión en activo fijo intangible	\$ 73					
Inversión en capital de trabajo	\$ 5,684					\$ 15,684
Valor residual						\$ 488
Total de flujo de inversiones	\$ 18,886	0	0	0	0	\$ 16,171
Flujo de Caja Económico sin inflación	\$ -18,886	\$ 12,381	\$ 12,153	\$ 2,362	\$ 12,552	\$ 29,287

5.12 Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla 52
Estado de Ganancias y pérdidas

Estado de ganancias y perdidas					
Años	2019	2020	2021	2022	2023
Ingreso de ventas	\$ 70,801	\$ 72,656	\$ 74,508	\$ 76,363	\$ 78,219
Ingreso por devolución de IG	\$ 4,389	\$ 4,033	\$ 4,135	\$ 4,238	\$ 4,341
Costo de ventas	\$ 23,378	\$ 23,990	\$ 24,602	\$ 25,215	\$ 25,827
Utilidad bruta	\$ 51,811	\$ 52,698	\$ 54,042	\$ 55,387	\$ 56,733
Gastos de venta	\$ 1,803	\$ 1,872	\$ 1,944	\$ 2,019	\$ 2,096
Gastos fijos	\$ 2,748	\$ 2,790	\$ 2,824	\$ 2,850	\$ 2,867
Otros costos fijos	\$ 31,072	\$ 31,992	\$ 32,937	\$ 33,908	\$ 34,906
Depreciación y amortización	\$ 622	\$ 622	\$ 622	\$ 622	\$ 228
Marketing (3% de las ventas)	\$ 2,124	\$ 2,180	\$ 2,235	\$ 2,291	\$ 2,347
Utilidad operativa	\$ 13,443	\$ 13,243	\$ 13,480	\$ 13,698	\$ 14,289
Gastos financieros	\$ 1,369	\$ 529	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 12,074	\$ 12,713	\$ 13,480	\$ 13,698	\$ 14,289
Impuesto a la renta	\$ 1,062	\$ 1,090	\$ 1,118	\$ 1,145	\$ 1,173
Utilidad neta	\$ 11,012	\$ 11,623	\$ 12,362	\$ 12,552	\$ 13,116

5.13 Evaluación de la Inversión

Tabla 53
VAN, TIR, y Costo de Oportunidad - Evaluación económica

VANE	\$ 25,628
TIRE	64.70%
B/C	\$2.36

Tabla 54
VAN, TIR, y Costo de Oportunidad - Evaluación económica - financiera

VANF	\$ 25,205
TIRF	80.60%
B/C	\$3.22

5.13.1 Evaluación Económica

Tabla 55
Evaluación Económica

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE 0 Actualizado	\$ -18,886	\$ 10,378	\$ 8,539	\$ 7,281	\$ 6,197	\$ 12,119
FCE 0 Acumulado		\$ 10,378	\$ 18,917	\$ 26,197	\$ 32,394	\$ 4,514

En la tabla 55, se puede observar que se recuperaría la inversión a mediados del segundo año, para ser más exactos, en el mes Nro. 12

5.13.2 Evaluación Financiera

Tabla 56
Evaluación Financiera

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-11,332	6,396	5,163	7,154	6,053	11,770
FCE Acumulado		6,396	11,559	18,713	24,766	36,536

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 56, podemos observar que se recuperaría la inversión a mediados del segundo año, para ser más exactos, en el mes Nro. 13

5.13.3 Evaluación social

El presente proyecto de negocio, es una producción de pulpa de mango congelada para la exportación a EEUU, este no genera ningún conflicto social y genera puestos de trabajo para más personas, influenciando positivamente la calidad de vida de los involucrados. Finalmente, el proyecto es viable desde el punto de vista social.

5.13.4 Impacto ambiental

La empresa al vender productos alimenticios nutritivos, es respetuosa con el medio ambiente y desarrollo sostenible, los residuos serán desechados de manera adecuada para no causar ningún daño. A su vez, los procesos de tercerización no afectan al

medio ambiente, por lo que se considera que el presente plan de negocios es viable desde el punto de vista ambiental.

5.14 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Tabla 57
Tasas de rentabilidad

Tasas	Rentabilidad
Tasa por cuenta a plazo fijo BCP	5% TREA
Tasa por depósito a plazo fijo Interbank	1.35% TREA
Tasa por cuenta a largo plazo Scotiabank	5% TREA
Tasa depósito a plazo Caja Metropolitana	4.5% TEA
Tasa depósito a plazo caja Huancayo	8% TEA
Minimarkets	20%

Tabla 58
Calculo de la WACC

Capital	60%
Deuda	40%
Ke	20%
Kd	25%
Tax Perú	27%
WACC	19.30%

COSTO DE OPORTUNIDAD
COSTO DE DEUDA DEL BANCO

COSTO PROMEDIO
PONDERADO DE CAPITAL

5.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para el riesgo de tipo de cambio, pensamos acogernos si fuera necesario al forward mediante el banco, de esta manera no perderíamos con la baja del dólar si ocurriese.

Tabla 59
Tipo de cambio para forward

Tipo de cambio	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.50	\$ 31,351	80%	2.91	\$ 30,845	101%	3.28
3.40	\$ 29,585	76%	2.74	\$ 29,107	95%	3.24
3.20	\$ 26,207	67%	2.43	\$ 25,784	85%	3.40
3.10	\$ 24,594	63%	2.28	\$ 24,197	79%	3.19
3.00	\$ 23,033	59%	2.14	\$ 22,661	74%	2.99
2.90	\$ 21,523	55%	2.00	\$ 21,176	69%	2.79

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

Después de realizado todo el estudio del presente proyecto se puede concluir con lo siguiente:

- El presente negocio es totalmente factible y fácil de poner en funcionamiento ya que no se necesita de tecnología de punta o de grandes conocimientos, para poder realizarse.
- Las relaciones bilaterales que Perú tiene con Estados Unidos favorecen y fomentan la exportación de productos no tradicionales (como es el caso de la pulpa de mango con preferencia arancelaria del 100%), al mismo tiempo que fortalecen nuestra economía generando divisas y más plazas de trabajo internas.
- El interés por productos saludables en el país de Estados Unidos ha fortalecido la demanda por productos nutritivos y naturales de alta calidad. A su vez, su ritmo de vida acelerado, ha incrementado el consumo de alimentos funcionales (de fácil preparación, casi listos para consumir).
- La pulpa de mango es un producto no tradicional que puede ser considerado altamente comercial debido a la alta demanda mundial que va en aumento cada año y por las pocas exigencias productivas. Las condiciones de siembra en las zonas de Piura, son óptimas para el cultivo y la producción del mango, no requieren tratamientos químicos intensivos, su

producción es altamente orgánico; estas zonas pueden satisfacer la demanda por productos ecológicos, dado que el consumidor estadounidense concede una gran importancia a la inocuidad (no dañino) de los alimentos y es ahora consciente de los efectos negativos que puede producir sobre la salud el uso excesivo de productos químicos.

- La pulpa de mango es un producto cotizado en otros países, por lo que puede soportar largos viajes (en este caso marítimos) sin perder su sabor exquisito y textura, teniendo también una durabilidad de 2 años para su consumo.
- El proyecto realizado evidencia la gran oportunidad de negocios y el alto potencial que conllevan la comercialización de la pulpa de mango al mercado estadounidense; teniendo también una buena capacidad adquisitiva para comprar alimentos que mejoren y prolonguen su salud.

6.2 RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan algunas recomendaciones con respecto al proyecto realizado:

- Poner en práctica el negocio según el planteamiento dado ya que este va a dar un buen resultado.
- Los productores nacionales deben aprovechar los beneficios que ofrecen acuerdos y convenios internacionales que tiene el Perú con países más desarrollados, con el fin de ofrecer productos competitivos de alta calidad en mercados extranjeros.
- Es importante antes de exportar, desarrollar un método efectivo de producción orgánica que pueda estar certificada, esto permitirá un ingreso sin complicaciones en el mercado estadounidense.
- Los exportadores peruanos deben estar conscientes de la exigencia de los importadores estadounidense en lo que se refiere a la calidad del servicio de los exportadores y a la presentación de los productos. La calidad del servicio significa cumplir los plazos de entrega, responder rápidamente a las peticiones del importador, mantener contactos con frecuencia.
- Los exportadores deben tomar en cuenta todos los factores para colocar sus centros de acopio y transformación, de esta forma minimizando los gastos y brindando un producto orgánico, de calidad y al menor tiempo.

- Institutos como el PROMPERU, PROMPEX deben capacitar, educar y crear en productores una cultura exportadora que les permita tener la confianza suficiente para llevar sus productos más allá de los mercados locales, hacia nichos internacionales, dado que pueden generar empleo y divisas para el país; ya que exportar no es solo vender en otro país sino formar caminos (en este caso comerciales) que permitan el beneficio mutuo, retribuyendo su confianza con productos de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Google Maps. (2018). *Búsqueda de direcciones*. Obtenido de: <https://www.google.com.pe/maps/place/Los+Gladiolos+1670,+Cercado+de+Lima+15083/@-12.0656275,-77.066882,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x9105c91861d58d77:0xe9a4080ff32548cf!8m2!3d-12.0656328!4d-77.0646933>
- Census Bureau's. (2018). *Census Bureau's*. Obtenido de: <https://www.census.gov/data.html>
- Ministerio de
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2018). *SUNAT*. Obtenido de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>
- Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (2018). *SUNARP*. Obtenido de: <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2018). *INDECOPI*. Obtenido de: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>
- Municipalidad de Lima. (2018). *Licencias de Funcionamiento*. Obtenido de: <http://www.munlima.gob.pe/licencias-de-funcionamiento/item/33848-licencia-de-funcionamiento-o-temporal>

- Veritrade. (2017). *Consulta exportación de mango*. Obtenido de: <http://business.veritradecorp.com/ConsultaGratis.aspx>
- El diario. (2017). *Aumenta expectativa de vida entre los neoyorquinos*. Obtenido de: <https://eldiariony.com/2017/05/22/aumenta-expectativa-de-vida-entre-los-neoyorquinos/>
- Trademap. (2017). *Consulta exportación de mango*. Obtenido de: <https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

ANEXOS:

Anexo 1:

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento privado el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: JB FROZEN FRUIT SAC, inscrita en la Partida N° 1100876 Del Registro de Personas Jurídicas, con RUC 20123785910 debidamente representado por su Gerente General FLORES CRUZ JOHANA ANDREA, identificado con DNI N° 73945049, con domicilio fiscal en JR. Carabaya – Frente a CC Guizado – Lima - Lima – Perú, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte XXXXXXXXXXXX., debidamente representado por su Gerente General don XXXXXXXXX, identificado con Documento de Identidad N° XXXXXXXX, y con domicilio o en XXXXXXXXXXXX, Estados Unidos de América, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:

PRIMERA: GENERALIDADES

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

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

1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:

a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en inglés).

b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

SEGUNDA: CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá de forma anual los siguientes productos: 30,720 bolsas de PULPA CONGELADA DE MANG KENT en presentación de 1 KG., y EL COMPRADOR pagará el precio de FOB CALLAO USD 70,656.00 por dichos productos de conformidad con el artículo.

2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

TERCERA: PLAZO DE ENTREGA

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega en un periodo 30 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

CUARTA: PRECIO

Las Partes acuerdan el precio de FOB CALLAO USD 70,656.00 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en un periodo de 60 días.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto. El precio ofrecido se encuentra en base del Incoterms FOB ("Free on Board") debido a que el envío se hará por vía marítima.

QUINTA: CONDICIONES DE PAGO

Las partes acuerdan que la forma de pago será por valorizaciones por envío (04 veces al año), en tal sentido por cada envío se tendrá que abonar a la cuenta del vendedor el 100%, el cual será cancelado una vez se haya recibido la mercancía en buen estado, por modalidad de cobranza documentaria.

SEXTA: INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

Si una de las Partes no cumple con el pago de las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al 2 % por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de 10 % del total de este contrato.

SÉPTIMA: RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

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

OCTAVA: TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

Las partes deberán incluir y respetar el tipo de INCOTERMS acordado.

CLAUSULA NOVENA: RETRASO DE ENVIOS

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a EL VENDEDOR el pago de daños equivalente al 0,2 % del precio de los productos por cada semana de

retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del EL VENDEDOR a EL COMPRADOR.

CLAUSULA DÉCIMA: INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

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

EL COMPRADOR no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si no comunica a EL VENDEDOR sobre dicha inconformidad dentro de los 60 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

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

Si dicha inconformidad es notificada por EL COMPRADOR, EL VENDEDOR deberá tener las siguientes opciones de reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador, o en todo caso reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

DÉCIMO PRIMERA: COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

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

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

DÉCIMO SEGUNDA: CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

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

DÉCIMO TERCERA: RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

A menos que se estipule de otra forma por escrito, toda la disputa surgida en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley del Perú y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes del Perú.

DÉCIMO CUARTA: ENCABEZADOS

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

DÉCIMO QUINTA: NOTIFICACIONES

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

CLAUSULA DÉCIMO SEXTA: ACUERDO INTEGRAL

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes. No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 10 Días del mes de enero del 2018.

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR