



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

**EXPORTACIÓN DE GRANADILLA FRESCA CON DESTINO AL
MERCADO DE AMSTERDAM - HOLANDA**

**PRESENTADA POR
DORISBETH VANESSA SERPA JAIME**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE GRANADILLA FRESCA CON DESTINO AL

MERCADO DE AMSTERDAM – HOLANDA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

DORISBETH VANESSA SERPA JAIME

Lima, Perú

2018

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico ante todo a Dios que siempre me guia y protege y muy especial a mi amada familia, mis padres y hermanos que son mi soporte y fuerza para seguir y obtener todos los resultados que deseo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios principalmente por ser el artifice de cada esfuerzo que realizamos y nos permite seguir cada día y realizar este proyecto tan esperado para mí, a mi mamá que cree en mi en cada cosa que hagó, mis hermanos por los ánimos y tolerancia.

ÍNDICE

1	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	15
1.1	Nombre o razón social	15
1.2	Actividad económica o codificación internacional (ciiu).....	15
1.3	Ubicación y factibilidad municipal y sectorial.....	16
1.4	Misión, visión, valores, principios y objetivos de la empresa, análisis foda.	19
1.4.1	Misión.....	19
1.4.2	Visión	19
1.4.3	Valores	19
1.4.4	Principios corporativos	20
1.4.5	Objetivos.....	20
1.4.5.1	Objetivo general:.....	20
1.4.5.2	Objetivo específicos:	21
1.4.6	Análisis foda	21
1.4.7	Cultura organizacional	22
1.5	Ley de mypes, micro y pequeña empresa, características	22
1.6	Estructura orgánica.....	23
1.7	Cuadro de asignación personal	26
1.3	Cuadro de asignación de personal	26
1.8	Forma jurídica empresarial.....	27

1.9	Registro de marca y procedimientos en indecopi	32
1.10	Requisitos y trámites municipales	37
1.11	Régimen tributario procedimiento desde la obtención del ruc y modalidades	41
	régimen especial del impuesto a la renta (rer).....	42
1.12	Registro de planillas electronicas (plame)	44
1.13	Regimen laboral especial y general laboral	45
1.14	Modalidades de contratos laborales	46
1.15	Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas	47
2.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	51
2.1	Descripción del producto	51
2.1.1	Clasificación arancelaria	52
2.1.2	Propuesta de valor	53
2.1.3	Ficha técnica comercial	60
2.2	Investigación del mercado objetivo	62
2.2.1	Segmentación de mercado objetivo macro	67
2.2.3	Segmentación de mercado objetivo micro	71
2.3	Tendencias de consumo.....	74
2.3.1	Perfil del consumidor	74
2.3.2	Cultura de negocio	76
2.3.3	Mercado de frutas en países bajos	76
2.4	Análisis de la oferta y la demanda	80
2.4.1	Análisis de la oferta.....	80
2.4.2	Análisis de la demanda.....	88

2.5	Estrategias de ventas y distribución	94
2.5.1	Estrategias de segmentación	95
2.5.2	Estrategias de posicionamiento.....	96
2.5.3	Estrategias de distribución.....	98
2.6	Estrategias de promoción.....	
2.7	Tamaño de planta. factores condicionantes	107
3	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	108
3.1	Envases, empaques y embalajes	108
3.2	Diseño del rotulado y marcado	112
3.2.1	Requisitos y certificaciones en país destino.....	114
3.2.2	Normas y certificaciones en país de origen	115
3.3	Diseño del rotulado	117
3.4	Unitarización y cubicaje.....	120
3.5	Cadena dfi de exportación.....	122
3.6	Proceso operativo	126
3.7	Seguro mercancia	127
4.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	131
4.1	Fijación de precios.....	128
4.1.1	Costos y precio	128
4.1.2	Cotización internacional	131
4.2	Contrato de compra venta internacional(exportaciones/importaciones) sus documentos.....	132
4.3	Elección del regimen de exportación o de importación	148
4.4	Gestión aduanera del comercio internacional	148

4.5	Gestión de las operaciones	149
5	Plan económico financiero	151
5.1	Inversión fija	151
5.1.1	Activos tangibles	151
5.1.2	Activos intangibles	
5.2	Capital de trabajo	
5.3	Inversión total	155
5.4	Estructura de inversión y financiamiento	156
5.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito	159
5.6	Presupuesto de costos	161
5.7	Punto de equilibrio	165
5.8	Presupuesto de ingresos	168
5.9	Presupuesto de egresos	170
5.10	Flujo de caja proyectado	171
5.10.1	Flujo de caja económico.....	172
5.10.2	Flujo de caja financiero.....	173
5.11	Estado de ganancias y pérdidas	174
5.12	Evaluación de la inversión	177
5.12.1	Evaluación económica.....	177
5.12.2	Evaluación financiera	178
5.12.3	Evaluación social	179
5.12.4	Impacto ambiental.....	179
5.13	Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo	180

5.14	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	182
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	18587
7	BIBLIOGRAFÍA.....	188j
	ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estructura Código CIUU	1
Tabla 2 Selección de Distrito Para Inicio de Operaciones.....	1
Tabla 3 Análisis FODA.....	2
Tabla 4 Características Micro Empresa.....	22
Tabla 5 Cuadro Comparativo Micro y Pequeña Empresa	23
Tabla 6 Asignación de personal	26
Tabla 7. Servicio de Terceros de la Empresa Nova Export SAC - Asesor Contable	27
Tabla 8. Servicios de Terceros de la Empresa Nova Export S.A.C - Ingeniero de Alimentario	27
Tabla 9 Características Sociedad Anónima Cerrada.....	28
Tabla 10 Participación Socios	28
Tabla 11. Estructura de capital social	29
Tabla 12 Costos para constituir una empresa	32
Tabla 13 Registro de marca	34
Tabla 14 Grupos Tributarios	42
Tabla 15 Régimen Tributario	42
Tabla 16 Regímenes Tributarios	45
Tabla 17: Clasificación arancelaria del producto Granadilla Fresca en Perú	52
Tabla 18: Clasificación arancelaria del producto Granadilla Fresca	53
Tabla 19. Exportaciones de la partida 0810901000 por descripción comercial	53
Tabla 20: Proveedores de materia prima.....	58
Tabla 21: Proveedores de cajas.....	58
Tabla 22: Composición Nutricional de Producto Granadillas Frescas	59
Tabla 23: Importación internacional a nivel mundial de la partida 081090.....	
Tabla 24: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 0810901000.....	
Tabla 25: Exportaciones peruanas del año 2017 para la partida 0810901000.....	
Tabla 26: Criterios de selección de mercado - detalle	65
Tabla 27: Criterios de selección de mercado - detalle (puntaje)	66
Tabla 28 Información General de Holanda.....	67
Tabla 29: Principales ciudades y número de habitantes –Países Bajos	71
Tabla 30 Principales puertos de importación.....	72
Tabla 31 Perfil del Consumidor Holandés	75
Tabla 32: Medición de mercado objetivo	77
Tabla 33: Demanda total del producto	79
Tabla 34: Demanda potencial del producto	80

Tabla 35: Principales países exportadores de la partida 0810901000 a nivel mundial.....	81
Tabla 36: Principales países exportadores de la partida 0810901000 a nivel mundial.....	
Tabla 37: Total de exportaciones peruanas de la partida 0810901000 a nivel mundial.....	
Tabla 38: Total de exportaciones peruanas de la partida 0810901000 a nivel mundial.....	84
Tabla 39: Empresas peruanas que comercializan la partida 0810901000.....	85
Tabla 40: Empresas peruanas que exportan la partida 0810901000 hacia países bajos.....	85
Tabla 41: Producción de granadilla en TM	86
Tabla 42: Superficie cosechada (ha)	86
Tabla 43: Rendimiento (kg/ha)	87
Tabla 44: Precio en chacras (S/. Kg)	87
Tabla 45: Principales países importadores de la partida 081090	89
Tabla 46: Principales países importadores de la partida 081090	90
Tabla 47: Demanda de Países bajos del 2013 - 2017 de la partida 0810901000	91
Tabla 48: Métodos de mínimos cuadrados.....	91
Tabla 49 Fórmula de regresión lineal:.....	92
Tabla 50: Demanda proyectada del mercado	93
Tabla 51: Proyección de las exportaciones de la empresa	94
Tabla N° 52: Principales ferias en Ámsterdam.....	102
Tabla N° 53: Presupuesto de participación en Ferias.....	102
Tabla 54: Oficina Comercial del Perú en Holanda	103
Tabla 55 Selección de proveedores de granadilla	122
Tabla 56 Ponderación selección proveedor de granadilla.....	123
Tabla 57 Selección proveedor de cajas	123
Tabla 58 Ponderación selección proveedor de cajas	124
Tabla 59 Selección empresa de transporte interno	124
Tabla 60 Selección Agencia de aduana	124
Tabla 61 Principales Proveedores	126
Tabla 63. Precio de empresas que exportan en la partida 0810901000	128
Tabla 64 Costos Fijos.....	129
Tabla 65: Costos variables	129
Tabla 66. Estructura de Precios	130
Tabla 67 Ventajas y desventajas de la tele transferencia	147
Tabla 68. Activos Tangibles.....	
Tabla 69. Activos Intangibles.....	
Tabla 70. Capital de Trabajo	
Tabla 71. Inversión Total.....	

Tabla 72. Estructura de financiamiento.....	156
Tabla 73. Flujo de caja de deuda	157
Tabla 74 Tasa de Interés Principales Bancos	158
Tabla 75 Tasa de Interés promedio Cajas Municipales	
Tabla 76: Condiciones de crédito	
Tabla 77. Costo de Producto Tercerizado	
Tabla 78: Costos de exportación.....	162
Tabla 79: Materiales Indirectos	162
Tabla 80: Gastos de personal.....	163
Tabla 81: Gastos fijos.....	163
Tabla 82: Gastos administrativos	164
Tabla 83: Gastos de ventas	164
Tabla 84: Costos fijos.....	165
Tabla 85: Costos variables	166
Tabla 86: Costos totales	166
Tabla 87: Estructura de precio (Expresado en Soles)	167
Tabla 88: Ventas en los próximos años	168
Tabla 89: Saldo a favor del exportador	169
Tabla 90: Tasa de inflación de los años 2012 al 2017	170
Tabla 91: Costos variables	170
Tabla 92: Presupuesto proyectado de costos fijos.....	170
Tabla 93: Flujo de caja económico.....	172
Tabla 94: Flujo de caja financiero	173
Tabla 95: Depreciación de activos tangibles	174
Tabla 96: Amortización de activos intangibles	174
Tabla 97: Depreciación y amortización	175
Tabla 98: Estado de ganancias y pérdidas.....	175
Tabla 99: Resultados económicos	177
Tabla 100: Periodo de recuperación económica	177
Tabla 101: Resultados financieros	178
Tabla 102: Periodo de recuperación financiera.....	179
Tabla 103: Costo promedio ponderado de Capital.....	181
Tabla 104: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio.....	183

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de Ubicación de Oficina	17
Figura 2 Instalaciones Oficina	18
Figura 3 Instalaciones Oficina – Gerencia General	18
Figura 4 - Organigrama de NOVA EXPORT SAC.....	23
Figura 5 solicitud Defensa civil	39
Figura 6 Solicitud licencia de funcionamiento	40
Figura 7 granadilla de exportación	51
Figura 8: Cadena de valor de Porter	54
Figura9 Propuesta de Valor	60
Figura 10: Ficha técnica del producto	61
Figura 11: Coeficiente de correlación	93
Figura 12: Matriz Ansoff	106
Figura 13 Capacidad Pallet	120
Figura 14 CADENA LOGISTICA	122
Figura 15 proceso de T/T	147

RESUMEN EJECUTIVO

El Presente Plan de Negocios, tiene como finalidad exportar granadilla fresca de la región Junin, distrito de San Ramón con destino al mercado de Amsterdam – Holanda

Para llevar a cabo el plan se ha creado la empresa NOVA EXPORT SAC, bajo la modalidad de pequeña empresa y acogiendo al Régimen Especial de Renta, considerandose lo mas adecuado para iniciar operaciones.

Para ello se desarrolla 5 aspectos fundamentales: Organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio internacional y plan económico financiero.

Dentro de aspectos legales se considera importante mencionar el tipo de empresa que se esta constituyendo, asi como el regimen tributario elegido (RER), quienes conforman la junta de accionistas, la cual esta compuesta por 3 socios, las pautas para el registro de marca, la cual se utilizará a partir del 2 año y los tipos de contratos que se emplearán.

En cuanto al plan de marketing, es importante resaltar el estudio realizado de la oferta y demanda para determinar el mercado objetivo asi como las tendencias y comportamiento del consumidor, en base a la data obtenida se puede plantear los objetivos de posicionamiento y distribución con el que ingresaremos al mercado Holándes, además de resaltar las principales características y propiedades del producto en base a las oportunidades que se presentan al ser tendencia en la actualidad el cuidado de la salud y consumo de productos frescos.

Para el tema de Lógica internacional, podemos resaltar la elección rigurosa de nuestros principales proveedores(granadilla, cajas. Transporte, agente de aduana, otros)

Tambien es importante destacar la distribucion fisica internacional y el especial cuidado que se tendra desde el seguimiento del producto cultivado hasta el monitoreo de la salida de la carga del Aeropuerto Internacional Jorge Chavez hasta la llegada del producto en optimas condiciones a Holanda.

Para el Plan de comercio internacional, se definio elincoterm adecuado para este plan (FCA por carga aérea)asi como las principales características del contrato de compra y venta internacional, forma de pago elegido, tipo de regimen aduanero y la determinación del precio FOB negociado.

El aspecto económico y financiero, detalla información relacionada alambito económico y financiero del plan de negocios, que trae como resultados la viabilidad del plan y como se llevara a cabo, dentro de los principales puntos a resaltar se enuentra solvencia y liquidez necesarias para evitar pérdidas y la estabilidad, además de la inversión fija, el capital de trabajo, la estructura de la inversión y el financiamiento, las fuentes financieras y condiciones de crédito, presupuesto de costos, ingresos y egresos, punto de equilibrio, flujo de caja, estado de ganancias y pérdidas, entre otros.

Para finalizar es preciso remarcar que toda la información contenida en el Plan se realizado en base a fuentes confiables y previa investigación.

1 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1 Nombre o Razón Social

La razón social de la empresa es:

“NOVA EXPORT S.A.C”

RUC: 20542763606

SECTOR: COMERCIALIZACIÓN

El nombre NOVA, es el significado de fruta en latin, en términos generales el nombre elegido hace referencia a fruta fresca para exportar extraída de la naturaleza.

1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIUU)

Estructura detallada:

CIUU Rev.4 Código 4620

Tabla 1 Estructura Código CIUU

Categoría: G- comercio al por mayor y menor
División: 46 - Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas
Grupo: 462 - Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos
Clase: 4620 Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos

Elaboración: Propia

1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para escoger el distrito donde iniciar operaciones, se realizó una selección en base a ciertos criterios.

Tabla 2 Selección de Distrito Para Inicio de Operaciones

Ítem	Los Olivos	Magdalena	San Miguel	San Martín de Porres	Jesús María
Cercanía a vía aérea y marítima	8	8	9	8	7
Cercanía a proveedores	9	9	9	9	8
Costo alquiler	8	9	9	9	8
Fácil acceso y seguridad	7	7	9	8	9
	32	33	36	34	32

La dirección fiscal de la empresa NOVA EXPORT SAC, se ubicará en el distrito de SAN MIGUEL, que consta principalmente de una oficina administrativa, debido a que el producto a exportar se compra etiquetado, envasado y embalado a los agricultores de San Ramón. Las instalaciones cuentan con un área de 70 m², cuenta con 3 ambientes y 2 baños. Tiene un ambiente adecuado a las actividades que realizará la empresa.

La elección del distrito se debe al costo de alquiler y por considerar un distrito estratégico por su cercanía al aeropuerto y puerto del Callao permitiendo un mejor

desarrollo de las actividades, además todas las áreas se encuentran centralizadas en una sola oficina para una mejor coordinación y comunicación directa.

Dirección: Av. Elmer Faucett 350 –San Miguel

Teléfono: 612-1840

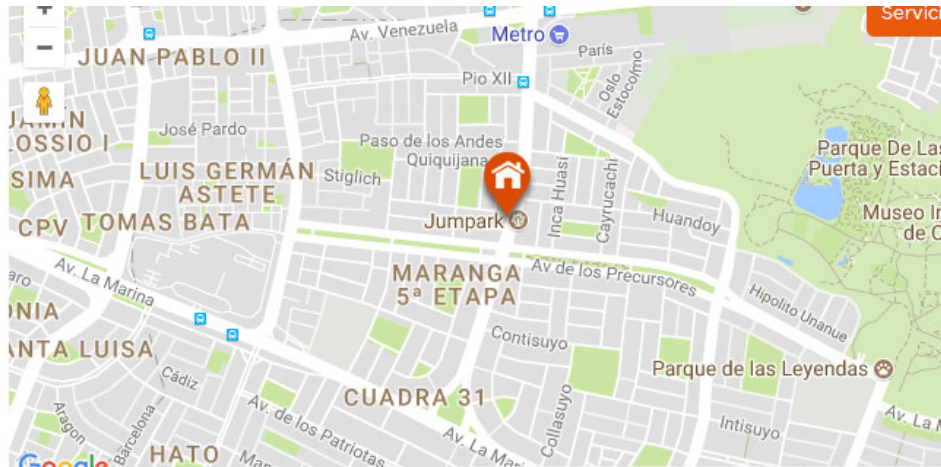


Figura1 Mapa de Ubicación de Oficina

Fuente:Google Maps



Figura2 Instalaciones Oficina

Fuente: Urbania



Figura3 Instalaciones Oficina – Gerencia General

Fuente: Urbania

1.4 Misión, Visión, Valores, Principios y Objetivos De La Empresa, Análisis FODA.

1.4.1 Misión

“Somos una empresa con capital humano competente, que buscamos la mejora continua permanente, utilizando las mejores herramientas tecnológicas e innovadoras, respetando el medio ambiente y velando por el bienestar general de nuestros colaboradores alineado al servicio brindado a nuestros clientes”.

1.4.2 Visión

“Ser la mejor empresa agroexportadora del país para el año 2023, reconocida por su exigencia, profesionalismo y calidad de servicio, contribuyendo al desarrollo del país”

1.4.3 Valores

- **Respeto.**-Ser considerado con los demás reconociendo derechos y cumpliendo normas.
- **Puntualidad.**- capacidad de cumplimiento y responsabilidad por tiempos planteados.
- **Auto-Superación.**- desarrollar competitividad y proactividad para realización de objetivos y metas.
- **Innovación.**-Busqueda constante de nuevos retos, creatividad y originalidad para todo proceso.
- **Excelencia.**-Superioridad y calidad en todo lo que se realice.

- **Profesionalismo.-** mantener siempre comportamientos y actitudes de respeto, responsabilidad, etica y objetividad.

1.4.4 Principios Corporativos

- **Cuidado del medio ambiente.-** Trabajar siempre respetando y preservando el medio ambiente.
- **Trabajo en equipo.-** Capacidad para coordinar, dirigir y relacionarse con los compañeros de trabajo de una forma eficiente.
- **Mejora continua.-** Buscar constantemente la superación, solución de problemas siendo dinamicos con nuestro trabajo.
- **Comunicación.-** Intercambio de información manteniendo una linea adecuada para con los compañeros de trabajo, proveedores, clientes, etc.
- **Confianza.-** Transparencia y seguridad que se transmite a los demas en la forma como se realizan y cumplen objetivos.
- **Actitud positiva.-** Comportamiento idoneo de querer hacer bien las cosas y obtener buenos resultados

1.4.5 Objetivos

Los objetivos planteados por la empresa Nova Exporta SAC son los siguientes:

1.4.5.1 Objetivo General:

Contribuir al incremento y diversificación de la oferta exportable y promoción de productos en mercados internacionales como Holanda con estrategias de diferenciación, promoviendo un producto de calidad.

1.4.5.2 Objetivo Específicos:

- Incremento de ventas en un 6% para el año 2019
- Diversificar la cartera de productos a exportar para el año 2021
- Lograr posicionarse en el mercado Holandes y aperturar nuevos mercados.
- Reducir riesgos realizando estudios y analisis para evaluar proveedres constantemenete.
- Ontener óptimos resultados financieros para una mayor inversion en un plazo de 2 años.

1.4.6 Análisis FODA

Tabla 3 Análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Clima Favorable para el cultivo y cosecha y cosecha de la granadilla durante todo el año. ✓ Producto de calidad y con amplias propiedades que benefician la salud. ✓ Alto Índice de Obesidad en Holanda ✓ Productos peruanos son reconocidos a nivel mundial. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de Tecnologia adecuada para mejorar los cultivos e incrementar productividad. ✓ Falta de capacitación a los agricultores para mejorar la calidad. ✓ Presentación de plagas y factores naturales.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sistema de preferencias con Europa, permite mayor apertura de mercado. ✓ Certificaciones de calidad en inocuidad del producto agrícola reducirá tiempo en tramitación. ✓ Incremento del consumo de frutas y verduras en Holanda. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Holanda es uno de los principales importadores de granadilla a nivel mundial, incremento de competencia. ✓ Inestabilidad economica por crisis Europea. ✓ Distancia puede incrementar gastos de flete.

Fuente: Elaboración Propia

1.4.7 Cultura Organizacional

- Mantener un ambiente laboral adecuado y con las mejores condiciones para el desarrollo de nuestras actividades.
- Compromiso con el trabajo, ofreciendo siempre un servicio de calidad y eficiente.
- Rechazo a cualquier acto discriminatorio.
- Respeto por nuestros compañeros, comunidad y medio ambiente.

1.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña Empresa, características

Para la creación de NOVA EXPORT SAC, se acogerá a la Ley N° 28015 “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa” cuya vigencia ha sido prorrogada en virtud de la Ley N° 30056. De acuerdo a las proyecciones realizadas está considerada como Micro Empresa ya que comparte las siguientes características:

Tabla 4 Características Micro Empresa

Tipo Empresa	Ventas anuales	Ley MIPYME – LEY N° 30056
Micro Empresas	Ventas hasta un máximo de 150 UIT	Desaparece el parámetro de número de trabajadores
Pequeñas Empresas	Ventas entre 150 UIT y 1,700 UIT	Todo se mide por las ventas anuales
Medianas Empresas	Ventas entre 1,700 UIT y 2,300 UIT	Aparece la categoría Mediana Empresa

Elaboración propia en base a información de SUNAT

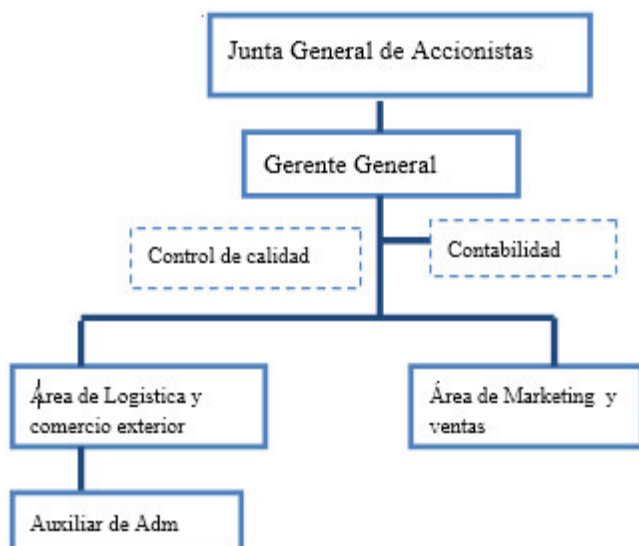
Tabla 5 Cuadro Comparativo Micro y Pequeña Empresa

INDICADOR/RÉGIMEN	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Beneficios sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Remuneración Mínima Vital 2. Jornada máxima 3. Descanso semanal 4. Trabajo en sobretiempo 5. Feriados 6. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Remuneración mínima vital. 2. Jornada máxima. 3. Descanso semanal. 4. Feriados. 5. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario. 6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias. 7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad. Equivalentes a ½ remuneración cada una. 8. SCTR a cargo de empleador. 9. Seguro de vida a cargo del empleador. 10. Derechos colectivos. 11. Derecho a participar de la utilidades.
Indemnización por despido arbitrario	Equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	Equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 120 remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
Seguro complementario de trabajo de riesgo	No	Sí

Fuente: SUNAFIL

1.6 Estructura Orgánica

Figura 4 - Organigrama de NOVA EXPORT SAC



Elaboración: Propia

Funciones:

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- Es el órgano supremo de la empresa, lo conforman los accionistas.

La Junta General de Accionistas de la Nova Exoport S.A.C. está conformada por:

- Dorisbeth Vanessa Serpa Jaime (70% de participación)
- Miguel Angel Abad Herrera (16% de participación)
- Vilma Jaime Martinez (14% de participación)

GERENTE GENERAL.-

- ✓ Responsable de la adecuada gestión financiera y administrativa de la empresa.
- ✓ Controlar y coordinar con las distintas áreas el correcto desarrollo y cumplimiento de objetivos.
- ✓ Vela por el bienestar de los empleados, realiza el monitoreo del ingreso de nuevo personal.

ÁREA DE LOGÍSTICA Y COMERCIO EXTERIOR

- ✓ Monitorea las exportaciones constantemente.
- ✓ Búsqueda de nuevos mercados de exportación.
- ✓ Negociación con clientes.

- ✓ Coordinación con operadores Logísticos.
- ✓ Cotizar precios de proveedores de transporte, envases y embalaje.

Crea las mejores rutas de distribución.

ÁREA DE MARKETING Y VENTAS

- ✓ Definir el plan estratégico de marketing, adecuándolo a los objetivos de la empresa.
- ✓ Definir estrategias de comercialización.
- ✓ Representar a la empresa en ferias y congresos internacionales.
- ✓ Monitorear actividades de fidelización de clientes.

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Asistente Administrativo.-

- ✓ Elaboración de reportes de gestión.
- ✓ Control y monitoreo de los productos
- ✓ Emisión de órdenes de compra de útiles y enseres.
- ✓ Coordinaciones con todas las áreas.
- ✓ Otros que le asigne su jefe.

ASESORES

Control de calidad

- ✓ Verificación de las certificaciones nacionales e internacionales

- ✓ Certificación de la calidad del producto, el envase y otros necesarios para la exportación.
- ✓ Brinda asesoría especializada a todas las áreas.

Contador.-

- ✓ Realizar la declaración mensual y anual de impuestos.
- ✓ Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- ✓ Elaboración y control de la planilla de trabajadores
- ✓ Elaboración de balance general y Estado de Ganancias y Pérdidas.

1.7 Cuadro de asignación personal

Tabla 6 Asignación de personal

Descripción	Nº de empleados	Remuneración	Pago mensual	AFP	Pago mensual	Pago anual	CTS 1 Sueldo	Gratificación 1 sueldo	Vacaciones	Sub total	ESSALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	2.500,00	2.500,00	293,50	2206,50	25.228,00	1.250	2.500	1.250	30.228,00	2.720,52	32.948,52
Asistente de logística y comercio exterior	1	1.300,00	1.300,00	152,62	1147,38	13.118,56	650	1.300	650	15.718,56	1.414,67	17.133,23
Asistente de marketing y ventas	1	1.300,00	1.300,00	169,00	1131,00	12.922,00	650	1.300	650	15.522,00	1.396,98	16.918,98
Asistente Administrativo	1	1.200,00	1.200,00	153,96	1046,04	11.952,48	600	1.200	600	14.352,48	1.291,72	15.644,20
TOTAL	4	S/. 6.300,00	S/. 6.300,00	\$769,08	\$5.530,92	S/. 63.221,04	S/. 3.150,00	6.300	S/. 3.150,00	75.821,04	6.823,89	82.644,93

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Servicio de Terceros de la Empresa Nova Export SAC - Asesor

Contable

Cargo	N° de personal	Sueldo S/.	Sueldo anual S/.	Vacaciones 1/2 sueldo	Es salud 9%	Total Anual S/.
Contabilidad	1	300	3600			3600
Total		300	3600			3600

Elaboración: Propia

Tabla 8. Servicios de Terceros de la Empresa Nova Export S.A.C - Ingeniero de

Alimentario

(Expresado en Soles)

Cargo	N° de personal	Sueldo S/.	Sueldo anual S/.	Vacaciones 1/2 sueldo	Es salud 9%	Total, Anual S/.
Control de calidad	1	450	5400			5400
Total		450	5400			5400

Elaboración: Propia.

1.8 Forma Jurídica Empresarial

La empresa se constituirá como Sociedad Anónima Cerrada, que debe manifestarse a través de una escritura pública de constitución ante un notario público. Los socios formarán un capital social que permitirá desarrollar el negocio de exportación de granadilla a Holanda.

Características

Tabla 9 Características Sociedad Anónima Cerrada

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Elaboración: Propia.

A continuación, se detallan los socios y su nivel de participación.

Tabla 10 Participación Socios

Socios	Porcentaje Participación)
Dorisbeth Vanessa Serpa	70%
Jaime	
Miguel Angel Abad Herrera	16%

Vilma Jaime Martinez	14%
-----------------------------	-----

Elaboración: Propia

Tabla 11. Estructura de capital social

NOMBRE DEL ACCIONISTA	CAPITAL	VALOR	ACCIONES	%
Primer accionista	42,222.18	10	4,222	70%
Segundo accionista	9,651	10	965	16%
Tercer accionista	8,444	10	844	14%
TOTAL APORTE PROPIO	60,317	10	6,032	100%

Elaboración: Propia

El procedimiento para inscribir el nombre de la empresa es el siguiente:

- **Búsqueda de nombre:** Se inicia con la búsqueda del nombre de Índice en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP mediante el Servicio de Publicidad Registral en Línea – SPRL o en cualquiera de las oficinas de los registros públicos. La solicitud de búsqueda de nombre comercial tiene un costo de S/. 5.00.

Este paso es importante ya que permitirá conocer si el nombre elegido está disponible para su inscripción.

- **Reserva de nombre:** Una vez realizado la búsqueda y si el nombre elegido no esta registrado se procederá a la reservadel nombre, con esto garantizamos

que nadie pueda utilizar el mismo nombre por un plazo de 30 días. El trámite se puede realizar tanto de manera virtual como usuario suscrito al Servicio de Publicidad Registral en Línea – SPRL o de manera presencial en las oficinas de registro públicos. Costo del trámite S/. 20.00.

- **Elaborar minuta de la empresa:** La Minuta es el documento que presenta el o los interesados a la autoridad consular afin de que sea elevado a Escritura Pública, para lo cual su contenido es transcrito íntegramente en ella. En otras palabras, es la "solicitud" que contiene la voluntad del interesado y que inicia el trámite para extender una Escritura Pública. La realización de la minuta es opcional para la constitución de una micro o pequeña empresa ya que se puede acudir directamente ante un notario y hacerlo a través de una declaración de voluntad. Para la constitución de **NOVA EXPORT SAC**. Si se realizará minuta.

Los requisitos para elaborar la minuta son los siguientes :

- a. Reserva de nombre den los Registro Públicos
- b. Presentación de los documentos personales: Copia simple del DNI vigente de los socios, en caso de personas casadas se debe adjuntar la copia del documento de identidad del cónyuge.
- c. Descripción de la actividad económica: Se debe presentar en una hoja suelta redactada y firmada por los interesados.
- d. Capital de la empresa: Se debe indicar el aporte del titular o de los socios que se realiza para la constitución de la empresa. Los aportes deberán ser detallados en Bienes Dinerarios (aporte del capital en efectivo) y Bienes no

Dinerarios (máquinas, equipos, muebles, enseres). Bienes Dinerarios, con copia de la minuta se debe efectuar el depósito bancario a nombre de la empresa. Adjuntar la constancia de depósito en original y copia. Bienes no Dinerarios se debe presentar una declaración jurada indicando la lista detallada del aporte de bienes.

- e. Estatuto: Adjuntar el estatuto que regirá a la empresa (régimen del directorio, la gerencia, la junta general, los deberes y derechos de los socios o accionistas, entre otros, según corresponda).

- **Elevar la escritura pública en la Sunarp:** Una vez que ya se cuenta con la escritura pública de constitución se procederá a inscribir la empresa en el Registro de Personas Jurídicas – SUNARP.

Para inscribirse en los registros públicos de sociedades se debe contar con lo siguiente:

- Formato de solicitud de inscripción llenado y suscrito.
- Copia del documento de identidad del representante, con la constancia de haber sufragado en las últimas elecciones o haber solicitado la dispensa respectiva.
- Escritura pública que contenga el Pacto Social y el Estatuto.
- Comprobante de depósito por el pago de derechos registrales (tasas).

Tabla 12 Costos para constituir una empresa

Concepto	Costo en S/.
1. Búsqueda de nombre	5
2. Reserva de nombre	20
3. Elaboración minuta con un abogado	350
4. Pago a la notaría por trámite de Escritura Pública	500
5. Derechos registrales – Tasas	
1.08% UIT por derechos de calificación	44.82
3/1000 del valor del capital por derechos de inscripción: 3 soles por cada 1000 soles	152.8
Total	1,072.62

Fuente: (SUNAT, s.f)

Elaboración: Propia

Nota:

-Valor de la UIT 2017: S/. 4,150

1.9 Registro de Marca y Procedimientos en INDECOPI

Se registrara ante indecopi el logo de la empresa, el cual tambien permitira crear la etiqueta que identifique el producto, cabe señalar que durante el primer año de inicio de operaciones, se trabajará con marca blanca y los años posteriores se apostará por marca propia.



PASOS PARA REGISTRO DE MARCA

Los requisitos y procedimiento para el registro de marca son (INDECOPI, s.f.):

- Corroborar que la marca que se desea registrar no la tiene nadie más.
- Completar y presentar tres ejemplares del formato de solicitud.
- Indicar datos identificación del solicitante, en caso de personas naturales, consignar Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE), Registro Único de Contribuyente (RUC).
- En el caso de contar con un representante se deberá consignar sus datos y presentar el documento de poder.
- Indicar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Señalar el signo que se quiere registrar, si la marca tiene diseños gráficos se debe adjuntar tres copias de 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores.
- Indicar los productos y/o servicios que se desea distinguir con la marca así como la clase y/o clases a la que pertenecen.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite.
- La marca se registra por 10 años.

Tabla 13 Registro de marca

Tasa	Costo S/.
Derecho de trámite 13.90% de UIT	562.95

Fuente: (INDECOPI, s.f.)

Elaboración: Propia

Una vez presentada la solicitud, Indecopi tiene un plazo de 15 días hábiles para evaluar y en caso de no cumplir con todos los requisitos otorgará un plazo de 60 días hábiles para subsanar las omisiones. Si todo está conforme se podrá publicar el registro de la marca en el diario El Peruano.



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. DATOS DEL SOLICITANTE

2

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input checked="" type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
		Tipo de empresa <input type="checkbox"/> (marcar que de esta especie): <input type="checkbox"/> Micro <input checked="" type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otras	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aguada en su documento de identidad o de constitución)			
NOVA SPORT SAC			
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica: RUC <input checked="" type="checkbox"/>	
PERUANA		20154275524	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica): CAROLINA ROSARIO ROSA			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú:			
Dirección: AV. SUMER FAUCETT 490			
Distrito: SAN MIGUEL		Provincia: LIMA	Departamento: LIMA
Referencias de domicilio:			
En caso de contar con el servicio de correo electrónico, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.		Número de teléfono fijo y/o celular	
		612-2050	

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input checked="" type="checkbox"/>	Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/>	Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/>	Sejo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta Boucher)

N° de comprobante 003-2015	Fecha de pago 05/02/2015
----------------------------	--------------------------

4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):


<input type="checkbox"/>	Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)
--------------------------	--

5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):

¿La solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el/los expediente(s) N° _____	¿Clas(es) _____

(*) De acuerdo con el D.S. 015-2015-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 100 U.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 120 U.T. ni mayor a las 1700 U.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 1700 U.T. ni mayor a las 2900 U.T.

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesta sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con gráfica (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros:</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRÁFICA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, mostrar la reproducción de la marca.</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Se sugiere enviar copia del mismo formato al correo: logos@ipm.gov.pe (formato sugerido: JPG 3000x3000 píx y fondo blanco o gris claro)</p>												
<p>6.4. Precisa si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>														
<p>(en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjunta)</p>														
<p>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de presentación por cada clase en la que solicita el registro. Del mismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>														
<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="402 884 508 932">Clase</th> <th data-bbox="508 884 1435 932">Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Nice en el buscador PERUUNIZADO que se encuentra disponible en la página web del ipm.gov.pe)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="402 932 508 1001"> </td> <td data-bbox="508 932 1435 1001"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="402 1001 508 1062"> </td> <td data-bbox="508 1001 1435 1062"> </td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Nice en el buscador PERUUNIZADO que se encuentra disponible en la página web del ipm.gov.pe)					<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="402 884 508 932">Clase</th> <th data-bbox="508 884 1435 932">Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Nice en el buscador PERUUNIZADO que se encuentra disponible en la página web del ipm.gov.pe)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="508 932 508 1001"> </td> <td data-bbox="508 932 1435 1001"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="508 1001 508 1062"> </td> <td data-bbox="508 1001 1435 1062"> </td> </tr> </tbody> </table>		Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Nice en el buscador PERUUNIZADO que se encuentra disponible en la página web del ipm.gov.pe)				
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Nice en el buscador PERUUNIZADO que se encuentra disponible en la página web del ipm.gov.pe)													
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Nice en el buscador PERUUNIZADO que se encuentra disponible en la página web del ipm.gov.pe)													
<p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>														

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

<p style="text-align: center;">Firma (conforme aparezca en su documento de identidad)</p>	<p style="text-align: center;">Nombre y/o calidad del firmante</p>

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considerará cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

TERMINO DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.

Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 05 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales, la información que los datos personales que usted nos proporciona serán utilizados y tratados por el ipm.gov.pe (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del ipm.gov.pe.

Se informa que el ipm.gov.pe podrá compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de los canales de atención de las oficinas del ipm.gov.pe.

1.10 Requisitos y Trámites Municipales

La obtención de la licencia de funcionamiento se realizara en un plazo máximo de 10 días hábiles.

Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará lo siguiente:

- Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen en representación.
- Copia de la vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m²) ó ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m²).
- Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA (S/39.50)

Adicionalmente serán exigibles los siguientes requisitos:

- Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada

- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley, la requieren de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- Copia simple de autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296. Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación.

Certificado de Inspección de Defensa Civil

Todo inmueble público donde transcurran personas, deberá pasar por la inspección de Defensa Civil para obtener el Certificado de Inspección de Defensa Civil. La inspección básica previa se realiza como parte del procedimiento para la obtención de la Licencia de Funcionamiento. Los requisitos para hacerlo son los siguientes:

- Derecho de inspección.
- Declaración Jurada de Observancia de condiciones de seguridad, según formato aprobado con nuevo reglamento de ITSDC.
- Copia de la cartilla de seguridad y/o Plan de Seguridad en Defensa Civil (incluye plano de señalización y evacuación).
- Copia del DNI del titular o carta poder simple del propietario al representante legal con copia de DNI.
- La vigencia del Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil es de dos (2) años, debiéndose iniciar el procedimiento de renovación antes de la pérdida de su vigencia.



DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (LEY N° 28976)		
RAZÓN SOCIAL/PERSONAL NATURAL.....		
UBICADO EN.....		
El propietario y/o conductor del local o establecimiento declara bajo juramento lo siguiente:		SI NO CORRESPONDE
1.0 ARQUITECTURA		
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m., la puerta no abre directamente sobre un nivel ni invade la vía pública y las vías o rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (estantes, anaqueles, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros).	
2.0 ESTRUCTURAS		
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes).	
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (pencopor, plástico y/o cartón).	
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos ni fuga de agua en sus instalaciones sanitarias.	
3.0 INSTALACIONES ELÉCTRICAS		
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina), tiene interrupciones térmico magnéticas identificadas y no utiliza llaves tipo cuchilla.	
3.2	El tablero eléctrico tiene interrupciones diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2004)	
3.3	No se utiliza cable melillo en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorrientes. El cableado eléctrico se encuentran protegido mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.	
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utilizan adaptadores múltiples. Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de la resistencia menor a 25 ohmios.	
3.5	Los equipos de alumbrado (lucos, fluorescentes, lámparas, etc.) no presentan cables ni empalmes, expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horario nocturno), éstas se encuentran en buen estado y operativa.	
3.6	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables melillos, tienen cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra.	
4.0 SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS		
4.1	El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrica y extintores).	
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo un extintor de polvo químico seco de 6kg o al menos un extintor por cada 50 m ² de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con carga vigente.	
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (evitando que se caigan) y no obstruir las vías o rutas de evacuación	
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 Kg., tienen tuberías de cobre y están alejados de interrupciones y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.	
4.5	Las campanas, filtros y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa y en buen estado de conservación y mantenimiento.	
PROPIETARIO: () REPRESENTANTE LEGAL: () CONDUCTOR/ADMINISTRADOR: ()		
NOMBRES Y APELLIDOS:		

Firma: _____

DNI N°: _____

Figura 5solicitud Defensa Civil



SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO (con carácter de declaración jurada)

SEÑOR ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN MIGUEL:
S.A.

Ante usted respetuosamente me presento y expongo:

I. MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITO (Marque con una "X")

- | | | | | | |
|---------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1. LICENCIA INDETERMINADA | <input type="checkbox"/> | 2. LICENCIA PARA CESSANDO | <input type="checkbox"/> | 3. AMPLIACIÓN O CAMBIO DE GIRO | <input type="checkbox"/> |
| 4. LICENCIA TEMPORAL | <input type="checkbox"/> | 5. MODIFICACIÓN DE ÁREA | <input type="checkbox"/> | 6. CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL | <input type="checkbox"/> |
| 7. DUPLICADO | <input type="checkbox"/> | 8. CESA | <input type="checkbox"/> | 9. OTROS | <input type="checkbox"/> |

II. DATOS DEL SOLICITANTE

10. APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL			
11. Nro de DNI o CE	12. Correo electrónico e-mail	13. Nro Telefónico	14. NUMERO DE RUC
15. Av./Cr./Ca./Paje		16. Nro.	17. Mz.
17. Urb./AA. HH. Otros	18. DISTRITO	19. PROVINCIA	20. DEPARTAMENTO

III. REPRESENTANTE LEGAL (completar sólo en el caso de personas jurídicas que son representadas por un tercero)

21. APELLIDOS Y NOMBRES	22. Nro de DNI o CE	23. Nro. Partida P (SUNARP)	24. Nro. de Teléfono
-------------------------	---------------------	-----------------------------	----------------------

IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

25. NOMBRE COMERCIAL	26. GIRO O ACTIVIDAD
27. Av./Cr./Ca./Paje	
28. Nro.	29. Urb. AA. HH. otros
Comercio <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/>	30. SECTOR ECONÓMICO
31. ÁREA DEL LOCAL	32. N° de Estacionamiento

V. CONDICIÓN DEL LOCAL (Marque con "X" la que corresponda)

33. PROPIO <input type="radio"/> Cedido <input type="radio"/> ARRENDADO <input type="radio"/>	34. CONTRATO VIGENTE HASTA
35. NOMBRE DEL PROPIETARIO REGISTRADO EN LA MUNICIPALIDAD (Señado por la municipalidad)	

VI. OTROS DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

36. CIRCUITOS DE LA UBICACIÓN	37. ORDEN DE PAGO (ÚNICO)
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	El solicitante, debe abonar en caja un único pago correspondiente al derecho de tramitar
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Derecho de trámite S/.
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

38. DECLARO BAJO JURAMENTO: QUE LOS DATOS CONSIGNADOS EN LA PRESENTE SOLICITUD EXPRESAN LA VERDAD Y SOY RESPONSABLE DE LA VERACIDAD DE LOS DOCUMENTOS E INFORMACIÓN, EN VIRTUD AL PRINCIPIO DE PRESUMCIÓN DE VERACIDAD ESTIPULADO EN LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL, ASIMISMO DECLARO CONOCER Y ME SOMETO A LAS SANCIONES DE ACUERDO A LEY Y DEMAS NORMAS MUNICIPALES VIGENTES DE SER EL CASO, ASI COMO A LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 411° DEL CÓDIGO PENAL.

FIRMA DEL SOLICITANTE, REPRESENTANTE LEGAL, O APODERADO

Figura6 Solicitud licencia de funcionamiento

1.11 Régimen Tributario Procedimiento Desde la Obtención del RUC Y modalidades

Obtención del RUC

El representante legal, se acercará a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano dependencia de la SUNAT, portando lo siguiente:

- El original y copia fotostática de su DNI vigente.
- El original y copia fotostática del documento que sustenta su domicilio fiscal con una antigüedad no mayor a 2 meses, según haya marcado cuando realizó su inscripción por Internet (recibo de agua, recibo de luz, recibo de cable, contrato de alquiler, etc.) o cualquiera de ellos si no marcó alguno.
- Copia de la minuta de inscripción en la notaria o Escritura.

El trámite es personal, sin embargo, en caso la persona que va a activar su RUC sea un tercero autorizado, deberá adicionalmente exhibir el original de su DNI y copia fotostática, así como una carta poder legalizada notarialmente. En este caso ya no se requiere el original y copia del DNI del titular.

Al momento de activar su RUC, solicite su código de usuario y clave de acceso (Clave SOL), la cual le permitirá realizar diversos trámites a través de Internet, tales como: pagar y presentar sus declaraciones, solicitar autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas a este sistema, entre otros. Ingrese aquí para descargar su solicitud de Clave SOL.

Modalidades

Tabla 14 Grupos Tributarios

GRUPOS TRIBUTARIOS	CATEGORÍA	RÉGIMEN	TRIBUTOS
Negocios	Rentas de tercera categoría	Régimen General	Impuesto a la renta de tercera categoría IGV
		RER	Impuesto a la renta de tercera categoría
		Nuevos RUS	Cuota del nuevo RUS(incluye impuesto a la renta de tercera categoría y I IGV)

Elaboración: Propia

Fuente: Guía Tributaria-SUNAT

Comparación Regimen Especial y MYPE Tributario, para determinar a que regimen se acogerá Nova Export SAC.

Tabla 15 Régimen Tributario

Conceptos	Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)
Tipo de empresa	Persona Jurídica	Persona Jurídica
Límite de ingresos	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)

Límite de compras	Hasta S/.525,000 anuales.	No hay límite
Comprobantes que pueden emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No	Sí
Pago de tributos mensuales	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.
	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene (Actividades calificadas como contratos de construcción, Organicen cualquier espectáculo público, entre otros)	No tiene
Trabajadores	10 por turno	No tiene límite
Valor de activos fijos	S/ 126,000	No tiene límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	Si tiene

Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	Si tiene
Acogimiento	Con la declaración y pago mensual.	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades.

Fuente: (SUNAT, 2017)

Nova Export SAC, se constituirá como persona jurídica y se acogerá al Régimen Especial de Impuesto a la Renta **(RER)**.

1.12 Registro de planillas electronicas (plame)

La empresa contará 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.(<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>)

1.13 Régimen laboral especial y general laboral

La empresa se acogerá al régimen especial de la pequeña empresa porque se considera la más adecuada para la empresa de acuerdo a sus características.

Tabla 16 Regímenes Tributarios

Nuevo RUS	Régimen Especial	Régimen MYPE Tributario	Régimen General
Ventas mensuales no deben superar S/. 8000	Ventas anuales no deben superar los S/. 525,000.00	Ingresos anuales no deben superar las 1700 UIT	No tiene límites de ventas.
Emite sólo algunos comprobantes de pago(Boleta de ventas y tickets).	Emite todo tipo de comprobantes de pago.	Emite todo tipo de Comprobantes de pago.	Emite todo tipo de Comprobantes de pago.
Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen	Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen	No tiene actividades restringidas.	No tiene actividades restringidas.
Un Único pago mensual según categoría	Presenta Declaración Mensual por IGV y Renta	Presenta Declaración y pago a cuenta mensual del impuesto a la Renta con tasas diferenciadas de acuerdo a sus ingresos anuales	Presenta declaración mensual por IGV y Renta y Declaración Anual.
No se lleva libros contables	Sólo lleva dos registros contables (registro de compras y Registro de Ventas).	Presenta Declaración Anual con tasas diferenciadas de acuerdo con su	De acuerdo a sus ingresos puede llevar contabilidad completa.

		ganancia o utilidad.	
No obligado a presentar declaraciones mensuales y anuales	No obligados a presentar declaraciones anuales.	Obligado a llevar libros Contables de acuerdo a sus ingresos.	

Elaboración: Propia

Fuente: Elaboración SUNAT

1.14 Modalidades de contratos laborales

La empresa está sujeta a la siguiente clase de contrato laboral:

Sujeto a Modalidad

Contratos de Naturaleza Temporal

Contrato de Periodo de Prueba: Se considera un tiempo de 3 meses, se realiza con la finalidad de poner a prueba las condiciones del contratado.

Contrato inicio de actividad: Se lleva a cabo después de haber culminado los tres meses de prueba. Tiene una vigencia entre 6 meses y 1 año.

La empresa Nova Export S.A.C. realizará contratos, que se acordaran entre las partes.

El contrato a realizar serán Los Contratos de Inicio de Lanzamiento de una nueva actividad.

Entre los contratos sujetos a modalidad, Nova Export S.A.C. adoptará la modalidad de contrato de Naturaleza Natural, como se indica líneas arriba, el contrato a manejar sera el Contrato de inicio de lanzamiento de una actividad.

En principio la vigencia de contratos será por el periodo de 1 año, la renovación de la misma estara sujeta a evaluación según el desempeño del personal.

A su vez, tambien se realizará contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, este en los casos de los órganos de apoyo como lo son el contador y calidad(ingeniero de industrias alimentarias)

1.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas

Contratos Comerciales:

Acta constitutiva.- Es aquel documento o constancia notarial en la cual se registrarán todos aquellos datos referentes y correspondientes a la formación de la sociedad. Entre otras cuestiones, en la misma, se especificarán sus bases, fines, integrantes, las funciones específicas que les tocarán desempeñar a cada uno de estos, las firmas autenticadas de ellos que servirán para dar cuenta llegado el momento de tener que probar la identidad de alguno y toda aquella información de importancia y fundamental de la sociedad que se constituye.

Contrato de trabajo.- Es el acuerdo voluntario entre el trabajador y el empleador para intercambiar actividad subordinada por remuneración. El contrato de trabajo da inicio a la relación laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el trabajador y el empleador.

Contrato de compra-venta.- Es un contrato de característica bilateral, pues genera obligaciones para ambas partes, es decir, tanto para el vendedor como para el comprador.

Contrato de prestación de servicios.- Es un contrato mediante el cual una persona, normalmente un profesional en algún área, se obliga con respecto a otra a realizar una serie de servicios a cambio de un honorario. El pago del contrato es dirigido al cumplimiento de metas, horas, objetivos, proyectos; etc. el incumplimiento de dichas metas no obliga al pago Proporcional.

Contrato de Arrendamiento.- Es un contrato por el cual una de las partes, llamada arrendador, se obliga a transferir temporalmente el uso y goce de una cosa mueble o inmueble a otra parte denominada arrendatario, quien a su vez se obliga a pagar por ese uso o goce un precio cierto y determinado.

RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS:

La Ley General de Sociedades establece que el directorio debe ejercer sus funciones con la diligencia de un ordenado comerciante y de un representante legal, debiendo guardar reserva respecto de los negocios de la sociedad y de la información social a que tengan acceso, aun después de cesar en sus funciones. Esta disposición, aunque es de carácter general, contiene los elementos principales de los que se deriva la responsabilidad de los miembros del directorio. La misma Ley regula el mecanismo por el cual la sociedad puede reclamar la responsabilidad de un miembro del directorio, lo que se denomina como pretensión de responsabilidad social. Esta pretensión es de naturaleza

civil y tiene Actualidad Empresarial Área Derecho Empresarial VIII N° 317 Segunda Quincena - Diciembre 2014 VIII-3 por finalidad obtener una indemnización por parte del director que hubiera perjudicado a la sociedad con una actuación dolosa o culposa. Así, el artículo 177° de la Ley General de Sociedades señala lo siguiente: “Artículo 177°.- Responsabilidad Los directores responden, ilimitada y solidariamente, ante la sociedad, los accionistas y los terceros por los daños y perjuicios que causen por los acuerdos o actos contrarios a la ley, al estatuto o por los realizados con dolo, abuso de facultades o negligencia grave. Es responsabilidad del directorio el cumplimiento de los acuerdos de la junta general, salvo que esta disponga algo distinto para determinados casos particulares. Los directores son asimismo solidariamente responsables con los directores que los hayan precedido por las irregularidades que estos hubieran cometido si, conociéndolas, no las denunciaren por escrito a la junta general”.((Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (1991). Código Penal Artículo 198°. Recuperado de:<http://spij.minjus.gob.pe/CLP/contenidos.dll?f=templates&fn=default-codpenal.htm&vid=Ciclope:CLPdemo>))

- Los accionistas tienen el derecho de recibir los dividendos que viene a ser parte del beneficio que la empresa reparte entre los propietarios, aunque la junta de accionistas pueda decidir no repartirlos.
- En caso si la empresa llegara a disolverse y liquidarse, el accionista tiene el derecho de recibir su parte proporcional por el monto total de la liquidación.
- El accionista debe acudir a las Juntas Generales de Accionistas.

- Están en el derecho de informarse sobre la situación de la empresa.
- El accionista puede transmitir sus acciones a otra persona sin ningún tipo de restricción en las sociedades cotizadas; sin embargo, en las no cotizadas, ya sea por posible falta de liquidez exista la posibilidad que la transmisión esté sujeta a limitaciones de los estatutos o por normas legales.
- El accionista está al derecho de la separación en la cual recibirá el importe de sus acciones
- El accionista tiene el derecho de impugnar acuerdos sociales, en la cual puede ejercitar una acción judicial para impugnar los acuerdos de la Junta que sean contrarios a la ley, o a los estatutos, o que lesionen en beneficio de uno, varios accionistas o de terceros, los intereses de la sociedad.

2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1 Descripción del producto



Figura 7 Granadilla de exportación

Passiflora ligularis, llamada popularmente granadilla o simplemente granada, es una planta trepadora perteneciente a la familia Passifloraceae originaria de Los Andes. Su nombre varía: "granada china" o "granada de moco". Su fruto es generalmente de color anaranjado, dorado, pardo o amarillo con pequeñas pintas claras.

La granadilla se cultiva a una altitud de 900 a 2,700 m.s.n.m en zonas en las que el clima presenta variaciones de 14 a 24 grados centígrados. Esta fruta es susceptible a altas temperaturas y requiere de suelos profundos y fuertes, de gran contenido de materia orgánica. Con adecuado manejo técnico en riego y fertilización esta fruta puede llegar a producirse durante todo el año.

2.1.1 Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria correspondiente al producto granadilla fresca es la siguiente:

Tabla 17: Clasificación arancelaria del producto Granadilla Fresca en Perú

En Perú (país de origen)	
Sección II	Productos del reino vegetal.
Capítulo 8	Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios(cítricos)melosnes o sandías
08.10	Las demás frutas u otros frutos frescos
08.10.90	Los demás
08.10.90.10.00	Granadilla, maracuyá(parchita) y demás frutos de la pasión(passiflora spp)
En Países Bajos (País destino)	
0810907530	Otros

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

El producto cuenta con liberación al 100% de los impuestos debido al acuerdo comercial 812 – Acuerdo comercial Perú - Unión Europea 0% al ingresar al país de destino.

Tabla 18: Clasificación arancelaria del producto Granadilla Fresca

Tariff Regime	Applied tariff (as reported)	Applied tariff (converted)	Total ad valorem equivalent tariff
MFN duties (Applied)	8.80%	8.80%	8.80%
Preferential tariff for Perú	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia en base a Market Access Map Improving transparency in international trade and market Access (MACMAP)

Tabla 19. Exportaciones de la partida 0810901000 por descripción comercial

Razón Social	Descripción Comercial 1
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA
ORGANI-K S.A.C.	GRANADILLA FRESCA
INKA FRESH S.A.C.	GRANADILLA FRESCA ORGANICA
PRONATUR S.A.C	GRANADILLA FRESCA
INDIGO FOODS S.A.C	GRANADILLA FRESCA

Fuente: Adex Data Trade 2017

2.1.2 Propuesta de Valor

A continuación, se detalla la propuesta de valor para describir el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa, para ello se tomará como referencia la “Cadena de Valor” según Porter:

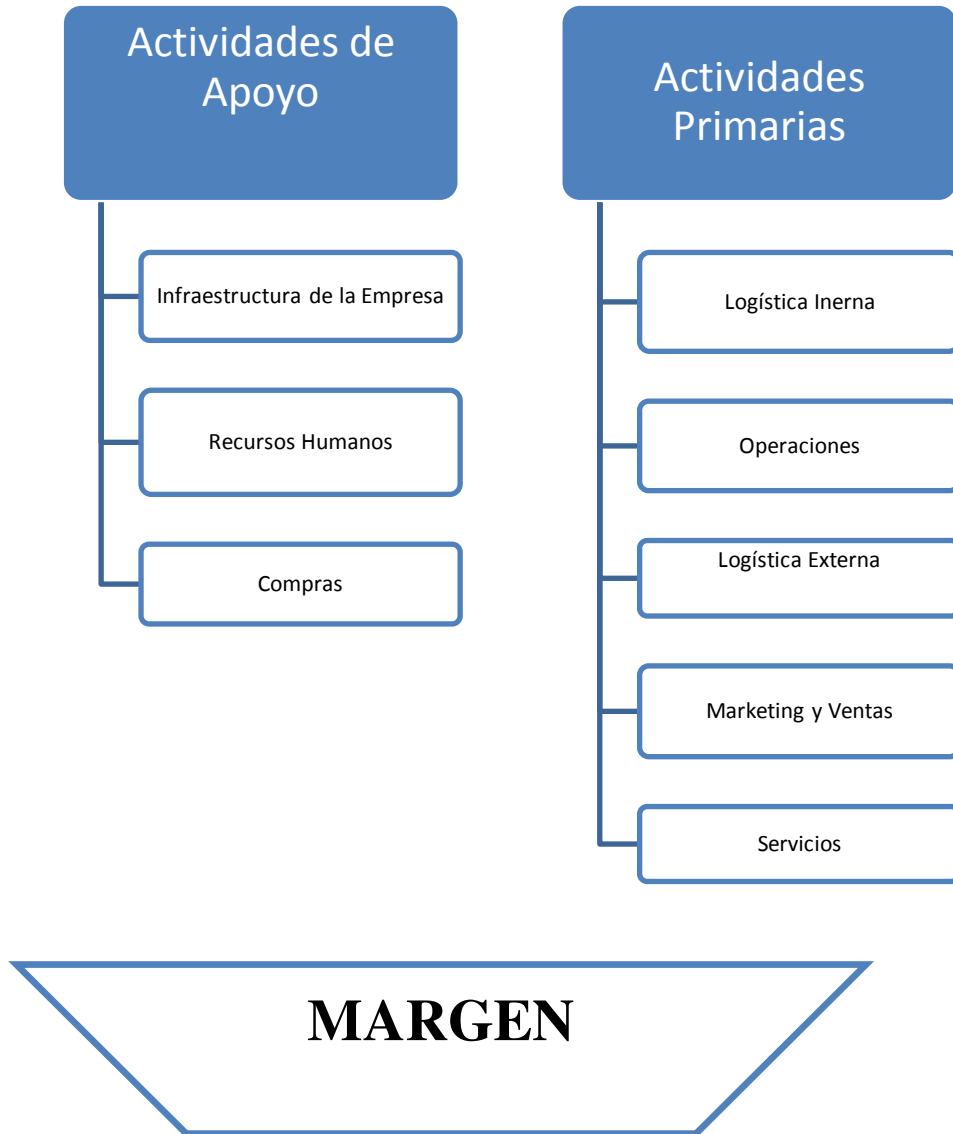


Figura8: Cadena de valor de Porter

Fuente: Elaboración propia

Actividades primarias

- Logística interna

La empresa tendrá como proveedor a la empresa CORMA SAC, dicha empresa cuenta con la certificación GAP, asu vez, forma parte de asociación de productores de San Ramón, la empresa antes mencionada abastecerá de granadilla fresca según se requiera para los embarques respectivos.

- Operaciones

El producto será comprado etiquetado y colocado directamente en las cajas por la misma empresa que los cultiva, todo bajo las indicaciones de calidad respectiva y las etiquetas serán proporcionadas por nosotros, es decir, CORMA SAC tendra a su cargo el cultivo, selección, etiquetado y envasado de la granadilla.

- Logística externa

La empresa contará con un asistente de comercio exterior y logística, quien se encargará de la compra de la granadilla a la empresa proveedora, asimismo coordinara la entrega dentro de plazos, el etiquetado y envasado quedando el producto listo para ser exportado y realizará el seguimiento adecuado hasta que el producto llegue en óptimas condiciones al país destino.

- **Marketing y ventas**

el área de marketing y ventas se encargará de la búsqueda de clientes en el mercado objetivo y nuevos mercados donde exportar, así también tendrá a su cargo las distintas formas de mercadeo como página web, coordinar participación en ferias nacionales de exportadores e internacionales, realizar alianzas con embajadas, distribuidores y operadores logísticos, Mincetur y Prompex, para alcanzar las ventas establecidas y el cumplimiento de los objetivos.

- **Servicios**

el área de marketing y ventas coordinará con el comprador antes y después de la exportación, para coordinar y resolver cualquier contingencia, se realizará a través de la página web y un correo corporativo.

B. Actividades de apoyo

- **Infraestructura de la organización,**

La empresa cuenta con una oficina alquilada que tiene los siguientes ambientes:

- ✓ Oficina del Gerente General
- ✓ Sala de reuniones
- ✓ Oficina Área de marketing y ventas
- ✓ Oficina Área de Comercio exterior y logística

- ✓ Baño damas
- ✓ Baño caballeros

Asimismo cuenta con los siguientes equipos y mobiliarios:

- ✓ 4 escritorios
- ✓ 1 mesa de reuniones
- ✓ 4 sillones giratorios
- ✓ 2 estantes
- ✓ 4 PC (monitor, cpu, teclado y mouse)
- ✓ 1 impresora multifuncional
- ✓ 1 Horno Microondas

- **Recursos humanos**



A pesar que la empresa no cuenta con un área de RRHH, el gerente general se encargará de la selección y capacitación del personal, además una de las prioridades será mantener un clima laboral adecuado en la organización para que los colaboradores realicen sus funciones adecuadamente.

Tabla 20: Proveedores de materia prima

Productor de Granadilla	Razón social	RUC	Ubicación
	CORMA SAC	20215556232	Calle el tambo 345, hacienda San Migue – San Ramón – Junín
	AGROMANIA SAC	20205423387	Calle San Genaro 145, fundo las Viñas – Oxapampa – Pasco

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21: Proveedores de cajas

Maquila	Razón social	RUC	Ubicación	Logo
	Packing Tech	20524906584	Mari curie 335. Urb. Industrial Santa Rosa -Ate	
	Indecart Perú	20186370571	Mz c Lote 32 Mayorazgo - Ate	

Elaboración: propia

Tabla 22: Composición Nutricional de Producto Granadillas Frescas

Cantidad/Porción	5 gr
Agua	86%
Proteína	1.1%
Carbohidratos	11.6%
Ceniza	0.1%
Grasa total	46

Calorías	0.3g
Fibra	20mg
Acido Ascorbico	7mg
Calcio	30mg
Fosforo	0.8mg
Hierro	2.0mg
Niacina	0.1mg
Riboflavina	0.1mg

Fuente: Elaboración propia

Calidad

Basados en que la empresa es nueva en el mercado, la calidad del producto será fundamental, no solo por lo que se refiere a la empresa en si, tambien para atraer mayores ventas con un producto fresco, con múltiples propiedades además la calida en el servicio con un trato cordial y directo con futuros compradores, dando a conocer las bondades del prodcuto,entre ellos es una fuente de energia, fibra, Vitamina C, Ayuda a controlar el colesterol y de esta forma el comprador podra adquirir el producto no solo por ser 100% natural, también por las características mencionadas anteriormente.

Precio

De acuerdo al analisis de mercado que se ha realizado de la granadilla, es un producto existente en un mercado existente como lo es países bajos, por lo tanto, la estrategia de ingreso que se va aplicar es por penetracion de mercado,

que significa ingresar con precios bajos. Para ello la empresa utilizará el método de fijación de precios en base a los costos y en base a la competencia.

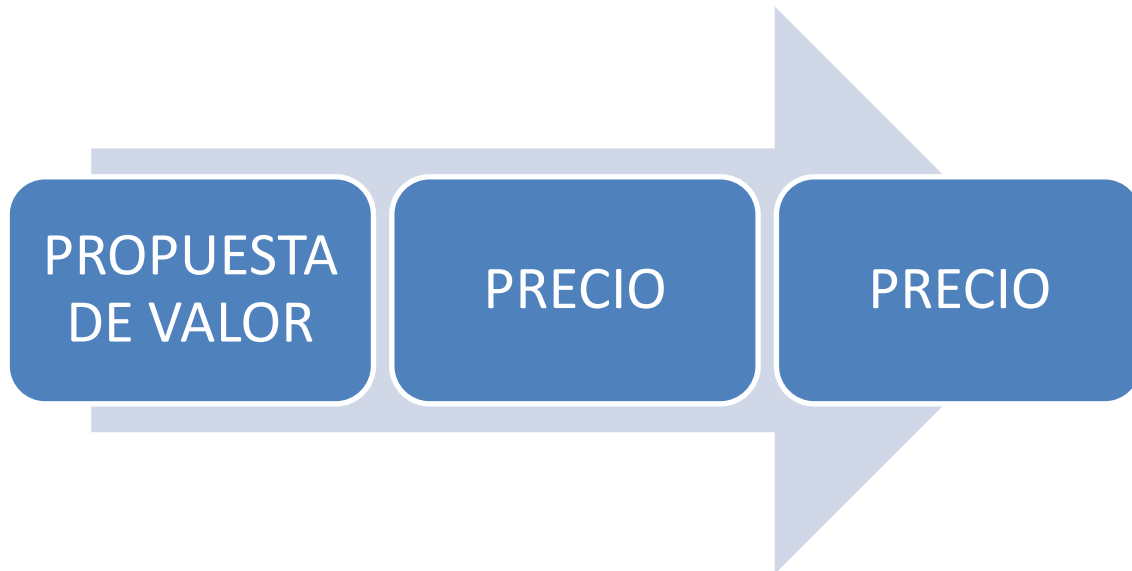



Figura9 Propuesta de Valor
Fuente: Elaboración propia

2.1.3 Ficha Técnica Comercial

Según PROMPERU, (2017), la ficha técnica es un documento que permite calcular costos, rentabilidad, factibilidad, sostenibilidad y datos suficientes para la toma de decisiones en el desarrollo de actividades de exportación hacia mercados ya formados o nuevos.

La figura N°10 presenta la ficha técnica comercial para el producto, granadilla fresca para su exportación a Holand

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO																									
	Granadilla Fresca																								
Partida Arancelaria	Descripción																								
08.10.90.10.00	Granadilla Fresca (del tipo Granadilla dulce)																								
INFORMACIÓN BÁSICA																									
Nombre Comercial:	Granadilla																								
Descripción:	Producto de consumo directo, con altas ventajas nutricionales																								
	entre las que destacan calcio, fibra, fósforo y vitaminas C																								
	Ayuda a controlar el colesterol, considerado un tranquilizante natural.																								
Propiedades de la Granadilla:	Alto contenido de calcio, regula el ritmo cardiaco y presión arterial, digestivo																								
Presentación :	El producto estará protegido por una malla anti choques y se presentarán en una caja que contiene 20 granadillas aproximadamente.																								
Variedades:	Granadilla dulce, fruta de pasión amarilla, maracuyá																								
Género	Passiflora Ligularis																								
Zonas de Producción	Pasco, Junín, Cusco, La libertad																								
Condiciones Ambientales	Cultivo a 900 y 2700 m.s.n.m.																								
Clima adecuado	De 14 a 24 grados																								
Vida Útil	3- 4 semanas																								
Principales Mercados	Italia, Holanda, España y USA																								
Ventana Estacional	<table border="1"> <tr> <td>Enero</td><td>Febrero</td><td>Marzo</td><td>Abril</td><td>Mayo</td><td>Junio</td><td>Julio</td><td>Agosto</td><td>Set.</td><td>Octubre</td><td>Nov.</td><td>Dic.</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.												
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octubre	Nov.	Dic.														

Elaboración: Propia

Figura10: Ficha técnica del producto

Investigación del Mercado Objetivo

Para elegir al mercado objetivo, se realizó una búsqueda en portales web como SUNAT, SIICEX, TRADE MAP, de donde se obtuvo información internacional y nacional de la partida 081090.

Tabla 23: Importación internacional a nivel mundial de la partida 081090

(Expresado en miles de dólares)

Importadores	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016	valor importada en 2017
Mundo	2712827	2691633	2835211	2722762	3324433
China	921352	917325	1097545	757832	888267
Vietnam	9785	8112	17971	147753	412250
Países Bajos	161318	180483	187761	217582	254638
Estados Unidos de América	135544	138290	142719	165856	192838
Hong Kong, China	147833	153807	142490	133913	171268
Indonesia	78402	99664	73097	98798	155414
Alemania	117651	131370	113504	109173	116540
Francia	81672	82561	62870	80655	98360
Rusia, Federación de	158640	119170	84347	63400	81690
Reino Unido	40974	48661	55073	61413	61899
Italia	49483	52357	52264	53208	58632

Fuente: Trade map 2017

Como se observa en la tabla 23, China es el país que registra mayor importación de la partida desde el año 2013, para los años 2014 y 2015, se observa que sus importaciones han ido en aumento llegando a incrementarse en 10%

aproximadamente, asimismo se puede observar que vietnam y países bajos también reportan una tasa creciente de importaciones en esta partida.

Tabla 24: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 0810901000

(Expresado en miles de dólares)

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	423	1211	1751	3987	284
Países Bajos	219	397	162	829	112
Italia	43	99	138	88	90
España	13	15	25	38	38
Francia	14	10	89	8	16
Reino Unido	33	0	19	16	15
Canadá	43	14	26	141	7
Alemania	1	6	5	12	2
Hong Kong, China	0	0	1	0	1
Argelia	0	0	0	0	1
Suiza	0	0	1	0	1
Aruba	0	0	0	0	1

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la tabla 24, en cuanto a las exportaciones peruanas para el mundo de la partida 0810901000, se puede concluir que destacan países como; Países Bajos, Italia y España, como los principales destinos de estas exportaciones y la proyección es creciente para los próximos años.

Tabla 25: Exportaciones peruanas del año 2017 para la partida 0810901000

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto(Kilos)	Porcentaje FOB
NL - NETHERLANDS	263,484.23	96,841.510	111,601.407	32.35
ES - SPAIN	133,468.55	58,555.118	67,081.907	16.38
IT - ITALY	116,481.75	50,597.072	56,085.385	14.30
US - UNITED STATES	111,775.00	51,052.756	58,292.189	13.72
RU - RUSSIAN FEDERATION	86,760.00	33,956.800	38,830.000	10.65
CA - CANADA	50,998.71	20,185.218	22,699.806	6.26
FR - FRANCE	38,875.98	6,928.140	8,644.573	4.77
AW - ARUBA	8,654.91	3,275.923	3,496.065	1.06
CH - SWITZERLAND	1,684.93	793.946	849.470	0.21
HK - HONG KONG	1,627.48	410.000	465.378	0.20
BR - BRAZIL	437.50	125.000	170.000	0.05
AE - UNITED ARAB EMIRATES	139.84	38.000	50.165	0.02
DE - GERMANY	129.60	253.653	259.582	0.02
GR - GREECE	70.00	13.804	17.551	0.01
LOS DEMAS - LOS DEMAS	0.00	0.000	0.000	0.00
TOTAL - TOTAL	814,588.48	323,026.940	368,543.478	100.00

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Según lo visto en la tabla 25, gran parte de la producción nacional se destina básicamente a Países Bajos, seguido de España, Italia y USA. Desde la macro segmentación se evalúan tres posibles alternativas a los cuales es viable derivar el producto como mercado de destino, es por ello que para validar la información se tomará la data de SUNAT, TRADEMAP, VERITRADE, CIA, CESCE, MACMAP y SIICEX.

Como se mencionó anteriormente los países con los cuáles se hará el análisis serán:

- ✓ Países Bajos
- ✓ España
- ✓ Italia

Siguiendo con el análisis y con el fin de ir definiendo la selección del mercado objetivo, se mostrará información a detalle de datos importantes de cada país como son la población, inflación, PBI, entre otros.

Tabla 26: Criterios de selección de mercado - detalle

CRITERIOS	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	ITALIA	FUENTE
Población 2017	17,084,719	48.958.159	62137802	CIA
Tasa de inflación 2017	1.30%	2%	1.40%	CIA
Crecimiento del PIB	3.1%	3.10%	1.50%	CIA
Demanda de la partida kg	263484.23	133468.55	116481.75	Trademap
Riesgo país (confianza)	Situación económica interna: regular / Situación política: muy estable / Situación Externa: favorable	Situación económica interna: regular / Situación política: Muy estable / Situación Externa: favorable	Situación económica interna: desfavorable / Situación política: estable / Situación Externa: desfavorable	Cesce
Barreras arancelarias Ad valorem	8.00%	8.00%	8.00%	macmap
Preferencias arancelarias	0%	0%	0.00%	macmap
Barreras no arancelarias	alta exigencia	alta exigencia	alta exigencia	Siicex
PIB 2017	\$915.2 billion	\$1.769 trillion	\$2.307 trillion	CIA
PIB per cápita, PPA 2017	\$53,600	\$38,200	\$38,000	CIA, B.M.
Idioma	Holandés	Español	Italiano	CIA
Tasa de desempleo 2017	5.10%	17%	11.40%	CIA
Número de usuarios de internet	15385203	39123384	38025661	CIA
Estrategia de entrada	Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea	Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea	Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea	Siicex

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT, Trade Map, Veritrade, CIA, CESCE, macmap y SIICEX

Según los datos de la tabla26, para realizar la búsqueda de un mercado objetivo, ha sido necesario recolectar data que proporcione información relevante, esto ha sido

determinado en base a los datos que brindan fuentes como SUNAT, Trade Map, Veritrade, CIA, CESCE, macmap y SIICEX, que para los fines de este estudio resultan de vital importancia.

Según la data analizada, se puede observar a Países Bajos como un país económicamente más estable presentando un PBI 53,600, una tasa de desempleo muy baja (5.10%) lo cual nos da la idea, que país elegir como destino de nuestras exportaciones.

Tabla 27: Criterios de selección de mercado - detalle (puntaje)

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

CRITERIOS	Nivel de importancia	Países Bajos	Puntaje	España	Puntaje	Italia	Puntaje
Población 2017	8%	2	0.16	3	0.24	4	0.32
Tasa de inflación 2017	6%	4	0.24	2	0.12	3	0.18
Crecimiento del PIB per cápita	9%	4	0.36	4	0.36	2	0.18
Demanda de la partida 0810901000	9%	5	0.45	3	0.27	2	0.18
Riesgo país (confianza)	7%	4	0.28	4	0.28	3	0.21
Barreras arancelarias Ad valoren	7%	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Preferencias arancelarias	8%	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Barreras no arancelarias	7%	2	0.14	2	0.14	2	0.14
PIB 2017	9%	2	0.18	3	0.27	4	0.36
PIB per cápita, PPA 2017	9%	5	0.45	3	0.27	2	0.18
Idioma	5%	3	0.15	4	0.2	3	0.15
Tasa de desempleo 2017	5%	4	0.2	2	0.1	3	0.15
Número de usuarios de internet	5%	2	0.1	4	0.2	3	0.15
Estrategia de entrada	6%	3	0.18	3	0.18	3	0.18
Total	100%		3.34		3.08		2.83

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT, Trade Map, Veritrade, CIA, CESCE, macmap y SIICEX

De acuerdo al análisis realizado en la tabla 27, respecto a los diversos criterios para la exportación de granadilla fresca de la empresa NOVA EXPORT SAC, se puede observar que si bien España e Italia presentan una población mayor, así como mayor acceso al internet, en términos macro países bajos presenta un mejor índice en cuanto a riesgo país, crecimiento del PBI y tasa de inflación, haciéndolo un país más atractivo en términos económicos y con una mayor estabilidad económica, política y social.

2.1.4 Segmentación de mercado objetivo macro

Tabla 28 Información General de Holanda

Nombre oficial	Reino de los Países Bajos
Superficie	33.800 km ² (18.41% agua)
Número de habitantes	17.194.974 (2018)
Número de habitantes por km ²	503 por km ²
Capital	Ámsterdam (856.928 habitantes 2018)
Sede del Gobierno	La Haya (534.010 habitantes 2018)
Forma de gobierno	Monarquía constitucional, democracia parlamentaria
Jefe de Estado	HM el Rey Guillermo Alejandro de Orange-Nassau
Estructura administrativa	Doce provincias y los territorios en el extranjero de Aruba, Curazao y San Martín. Las islas de Bonaire, Saba y San Eustaquio situadas también en territorio de ultramar en la zona del Caribe, son municipios 'especiales' de los Países Bajos.
Unidad monetaria	Euro
Fiesta nacional	Día del Rey; 27 de abril, pero cuando el 27 de abril cae en domingo se celebra el 26 de abril. Día de la Liberación; 5 de mayo.
Idiomas	neerlandés, frisón
Religión	Católico (17%), reformado (11%), islam (8%), otras (5%), ninguna creencia religiosa (59%)
Situación geográfica	Europa Occidental, junto al mar del Norte, colindando con Bélgica y Alemania.

Geografía

Países Bajos está situado en el noroeste de Europa. Es uno de los más pequeños en superficie terrestre (41,526 km²) y limita con Bélgica por el sur y al oeste con Alemania. El país constituye una de las naciones más densamente pobladas del mundo, con 405 habitantes por km². Actualmente, cuenta con 16.8 millones de habitantes.

Economía

En una economía flexible y abierta como la holandesa, el deterioro del comercio mundial como consecuencia de la recesión económica se hace notar inmediatamente. Aun así, los Países Bajos sigue rindiendo bien en muchos frentes. De esta manera, los Países Bajos tiene, después de Luxemburgo e Irlanda, los más altos ingresos por habitante de la UE, Róterdam sigue siendo el principal puerto europeo y, gracias a las excelentes conexiones de TIC, el país permanece también en este campo la puerta de entrada a Europa.

Los Países Bajos tienen tradicionalmente una economía abierta y el comercio con otros países es de gran importancia. Según las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística Holandesa (CBS), el país obtiene más del 32% de sus ingresos de la exportación de bienes y servicios. En 2015 el valor previsto de las exportaciones con respecto al PIB es del 83%.

Los Países Bajos son el octavo exportador mundial de bienes, por lo que ocupan una posición destacada en el comercio mundial. En 2016 exportaron bienes por valor de

más de 425 mil millones de Euros. Los Países Bajos también son un importante exportador de servicios comerciales - estas exportaciones ascendieron a 42 mil millones de Euros en 2016, 9.9% del total mundial.

Los Países Bajos no solo son un importante exportador, sino que también importan grandes cantidades de bienes; por valor de casi 373 mil millones de Euros en 2016, 3.1% del total mundial. Los Países Bajos también son un importante importador de servicios comerciales - estas importaciones ascendieron a 157 mil millones de Euros en 2015, lo que les valió la séptima posición en la clasificación mundial.

El sector agrícola solo emplea 2% de la mano de obra pero es más grande que la mayoría de países de Europa occidental. Las granjas son eficientes y los agricultores se benefician de la baja altitud y los regadíos de los paisajes. La productividad creció rápidamente sobre las últimas dos décadas, pero las prioridades actuales se centran en los temas ambientales, el bienestar animal y la calidad del producto.

Puerta de entrada a Europa

El papel de los Países Bajos como lugar de distribución clave también se refleja en el volumen de las importaciones y exportaciones. Casi el 78% de las exportaciones holandesas permanecen en Europa, especialmente en Europa Occidental. Alemania es, con creces, el socio comercial más importante, seguida de Bélgica, el Reino Unido y Francia. Además 62% de las importaciones salen del dentro la Unión Europea.

Gracias a su ventajosa ubicación con respecto al interior de Europa y la presencia de aeropuertos y puertos marítimos de categoría mundial, como el Puerto de Róterdam

(Europort) y el Aeropuerto de Ámsterdam Schiphol, los Países Bajos se han convertido en un centro clave para la distribución en Europa. Cuentan con más centros de distribución que ningún otro país europeo y poseen la más grande flota de navegación interior.¹

Nivel de competitividad

Se encuentra en la posición 27 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios, de 2015. Este país disminuyó una posición con respecto a 2014, debido principalmente a factores como apertura de un negocio (bajó 3 posiciones), obtención de electricidad (bajó 6 posiciones), obtención de crédito (bajó 4 posiciones), manejo de permisos de construcción (bajó 1 posición) y protección de los inversores (bajo 3 posición).

Cuadro 02: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2015

Criterios	Países Bajos	Perú	Alemania	Bélgica	EE.UU	Chile	Colombia
Facilidad de hacer negocios	27	35	14	42	7	41	34
Apertura de un negocio	21	89	114	14	46	59	84
Manejo de permiso de construcción	100	87	8	82	41	62	61
Acceso a electricidad	90	86	3	99	61	49	92
Registro de propiedades	58	26	89	171	29	45	42
Obtención de crédito	71	12	23	89	2	71	2
Protección de los inversores	94	40	51	40	25	56	10
Pago de impuestos	23	57	68	81	47	29	146
Comercio transfronterizo	13	55	18	26	16	40	93
Cumplimiento de contratos	19	100	13	10	41	64	168
Cierre de una empresa	12	76	3	11	4	73	30

Fuente: Doing Bussines 2015- Banco Mundial

Elaboración: Promperú

¹ (<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/712713755rad1EE53.pdf>, s.f.)

2.2.3 Segmentación de Mercado Objetivo Micro

Habiéndose seleccionado a Países bajos como el país al cuál se exportará la granadilla fresca, será necesario hacer una evaluación detallada sobre el mercado objetivo, para eso se analizarán las ciudades más importantes de Holanda y el número de habitantes.

Tabla 29: Principales ciudades y número de habitantes –Países Bajos

Nombre	Población
Ámsterdam	2.452.659
Róterdam	1.509.373
La Haya	906.897
Utrecht	754.615
Eindhoven	700.299

Fuente; Elaboración propia en base a las estadísticas de la ONU, 2015 (últimos datos disponibles)

Según la información que se muestra en la tabla 29 dentro de las principales ciudades de Holanda se encuentra su capital Amsterdam, que además posee la mayor población con respecto a las demás, con un total de 2,452.659 millones de habitantes seguido por Rotterdam con un total de 1,509.373 y un poco mas lejos esta la ciudad de La Haya con 906,897 habitantes.

Principales puertos que importan en la partida 0810901000

(valor FOB)

Tabla 30 Principales puertos de importación

	2013	2014	2015	2016	2017
AMSTERDAM	69,854.08	154,974.71	222,137.65	80,124.89	74,601.87
EZEISA APT/BUENOS AIRES	361.09				
FRANKFURT/MAIN	5,220.99	4,845.78			
ROTTERDAM	321,950.80		583,223.50	27,000.00	389,574.00
TOTAL GENERAL	1,933,869.36	159,820.49	805,361.15	107,124.89	464,175.87

Fuente: Adex Data Trade

Se puede apreciar según el contenido de la Tabla 30 que las ciudades que importan mayor volumen en valor FOB de la partida 0810901000 son las ciudades de Amsterdam con 69, 854.08 US\$ FOB en el 2013 y Rotterdam con 321950.80US\$ FOB, también se aprecia que en ambas ciudades tienen fluctuaciones variables en los siguientes años.

AMSTERDAM

Población

Ámsterdames la capital oficial de los Países Bajos. La ciudad está situada entre la bahía del IJ, al norte, y a las orillas del río Amstel, al sureste.

Tiene una población de unos 2,452.659 habitantes y en su área metropolitana residen aproximadamente 1,5 millones. Cabe destacar que Ámsterdam forma parte de la gran

conurbación neerlandesa llamada Randstad (junto con las ciudades de La Haya, Róterdam y Utrecht), que cuenta con más de 6,5 millones de habitantes. Este núcleo es una de las conurbaciones más grandes de Europa.

Clima

La ciudad tiene un clima moderado, bajo fuerte influencia del océano Atlántico al oeste y los vientos que proviene de él. Los inviernos suelen ser fríos, pero no extremos, aunque son muy frecuentes temperaturas bajo cero. No suele nevar más de 26 días al año. Los veranos son cálidos con temperaturas alrededor de los 22 grados Celsius, sin extremos, salvo alguna ola de calor.

En la ciudad hay muchos días lluviosos, sin embargo no recibe más de 860 mm de precipitaciones al año y casi siempre se trata de lluvias muy moderadas debido a que el tiempo es muy inestable y en el mismo día se pueden dar todas las posibilidades: sol, lluvia, nubes, granizo, etc.

Transporte

El aeropuerto más importante de Países Bajos es Schiphol, que está situado en la inmediata vecindad de Ámsterdam y al lado de la autopista que une Ámsterdam y La Haya. La mayor participación en el transporte de personas y mercancías corre a cargo de la compañía KLM fusionada con Air France en 2004 y aliada a Northwest Airlines para los vuelos a EEUU. Además, existen aeropuertos internacionales en Eindhoven, Rotterdam, Groninga y Maastricht.(<https://www.icex.es/icex/es/navegacion->

principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/4759803.html?idPais=NL, s.f.)

2.3 Tendencias de Consumo

2.3.1 perfil del consumidor

Los consumidores holandeses suelen valorar la calidad en gran medida, y están dispuestos a comprar algo cuando consideran que el precio está acorde con la calidad. Por lo general, no suelen preferir los productos holandeses por encima de sus equivalentes extranjeros. Son sensibles a la publicidad y una buena campaña publicitaria favorecerá sin duda el aumento de las ventas.

Perfil del consumidor y su poder adquisitivo

En promedio, el consumidor holandés dispone de mucho dinero para gastar aunque no lo gasta fácilmente. Por naturaleza, tienden a resistirse a los cambios, lo que significa que prefieren los productos conocidos a los nuevos. El reciente aumento de las campañas de medio ambiente ha hecho que los consumidores holandeses prefieran los productos respetuosos con de éste.

Recurso al crédito por parte del consumidor

Los consumidores holandeses preferirán siempre un producto que ofrezca crédito al consumidor a otro parecido que no lo ofrezca.

Los consumidores Holandeses por lo general son tradicionales y en cuanto a su alimentación prestar atención a las 3 comidas básicas (desayuno, almuerzo

y cena) e incluyen como costumbre el consumo de 1 a 2 frutas diarias, adicionalmente en la actualidad se cuenta con una campaña de mantener una dieta saludable para ayudar a reducir el índice de obesidad que se ha incrementado en los últimos 10 años.

Tabla 31 Perfil del Consumidor Holandés

Nombre del grupo	Porcentaje	Características
Grandes usuarios	1-2 %	Compran solamente alimentos orgánicos
		Compran en negocios especializados
Compradores selectivos	3-4 %	Compran siempre algunos productos en negocios especializados
		Compran otros productos alimenticios en lugares convencionales
Entendidos	± 35 %	Están informados acerca de los productos orgánicos, pero los compran sólo esporádicamente
No entendidos	± 56%	Están poco informados acerca de productos orgánicos y nunca los compran

Elaboración: Propia

Fuente: LEI, 2000

2.3.2 Cultura de negocio

En lo que respecta a las negociaciones empresariales, se debe prestar especial atención a los siguientes detalles:

- ❖ Ser puntual. Si alguna vez llega tarde, llame antes de tiempo y explique el motivo.
- ❖ Demuestre por qué la relación entre ustedes resultará beneficiosa para ambas partes.
- ❖ A los holandeses les gusta hacer negocios con perspectivas a largo plazo .
- ❖ El tiempo dedicado a la vida privada (con la familia) es extremadamente importante para ellos, por ello no les pida que trabajen hasta tarde ni los fines de semana. (<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/712713755rad1EE53.pdf>, s.f.)

2.3.3 Mercado de Frutas en Países Bajos

El mercado de los Países Bajos ofrece buenas oportunidades para las empresas que operan en los sectores de alimentos y floricultura.

En apariencia, parece haber mejores países para exportar en Europa que Holanda, como por ejemplo España, Alemania, Francia y el Reino Unido en cuanto a operaciones, Holanda ocuparía el segundo lugar, tan sólo atrás de los alemanes.

Lo primero que hay que considerar es la composición de las exportaciones. El componente más importante corresponde a operaciones provenientes de maquiladoras y que tienen como destino final a todo el mercado europeo, donde Holanda actúa sólo como centro de recepción y distribución al resto de la comunidad.

Dentro de las oportunidades que se encuentran en el mercado holandés, una de las más atractivas es el nicho de las frutas frescas. Los importadores holandeses de esta área están en constante búsqueda de nuevos proveedores para productos ya conocidos y nuevas variedades, con el fin de poder cubrir con oferta suficiente y constante la demanda del mercado durante todo el año. Esto se debe a que el holandés demanda una oferta continua de productos frescos.

Siguiendo con el análisis del mercado objetivo, en la siguiente tabla se mostrarán datos importantes como el porcentaje poblacional que representa Amsterdam con relación a todo el país, así como el porcentaje de público objetivo que reside en la ciudad, la demanda, la producción nacional entre otros.

Tabla 32: Medición de mercado objetivo

Población de Países Bajos	17,084,719
% poblacional	14.26%
Población de Ámsterdam	2,452,659
% Población de edades de 20 a 40 años	58.00%
Mercado disponible de 20-40 años (n)	281,104

Tasa de empleo	45.20%
Población empleada activa	127,059
Consumo per cápita anual (Kg)	6
Demanda potencial (Q)	1,686,624.00
Importación (Kg)	775,656.00
% Importaciones de granadilla (Según Veritrade)	45%
Importaciones de granadilla (Según Veritrade) (Kg)	349,045.20
Exportación	8,008,653
% Exportaciones de granadilla (Según Veritrade)	3%
Exportaciones de granadilla (Según Veritrade) (Kg)	240,259.59
Demanda Insatisfecha (Kg)	1,795,410
Cuota de mercado %	1.41%
Cantidad a exportar	25,344

Fuente: Elaboración propia en base a Euromonitor, Prochile y Veritrade

Según se aprecia en la tabla 32, la población de Ámsterdam de países bajos representa más del 14.26% del total de la población holandesa, lo cual es muy favorable para la venta del producto, además se puede observar que el 58% de esta población son personas entre los 20 y 40 años de edad, el cual representa el público objetivo ya que por la naturaleza del mismo es un producto de consumo general, en cuanto a la demanda insatisfecha hay un número considerable que favorecerá las exportaciones que se realizarán para el ingreso al mercado.

De acuerdo a la información recaudada en la tabla, se procederá con el armando de la estructura de la demanda:

$$Q = n * q$$

Donde:

Q: demanda potencial del mercado

n: mercado disponible

q: consumo per cápita

Con los datos de la tabla y la fórmula se puede completar la información de la demanda potencial del mercado, a continuación, se muestra la información de la siguiente tabla:

Tabla 33: Demanda total del producto

Población empleada activa	127,059
Consumo per cápita anual (Kg)	6
Demanda potencial (Q)	1,686,624.00

Fuente: Elaboración propia

Una vez que se tiene los datos específicos en la tabla 33, se puede observar que “q” es la cantidad en kg de granadilla consumida anualmente por persona, es decir que cada persona consume 6 kg de granadilla por año y que la demanda potencial del mercado es de 1,686,624.00kg.

La demanda potencial es una demanda estimada que muestra hasta donde puede crecer el mercado comparándose con otros escenarios, para dicho analisis es importante la obtención de datos como: cantidad de población, consumo per cápita, hábitos de compra, patrones de consumo entre otros.

Para un mayor detalle y analisis se muestra la siguiente tabla, que contiene datos específicos del mercado objetivo.

Tabla 34: Demanda potencial del producto

Población empleada activa	127,059
Consumo per cápita anual (Kg)	6
Demanda potencial (Q)	1,686,624.00
Importación (Kg)	775,656.00
% Importaciones de granadilla (Según Veritrade)	45%
Importaciones de granadilla (Según Veritrade) (Kg)	349,045.20
Exportación	8,008,653
% Exportaciones de granadilla (Según Veritrade)	3%
Exportaciones de granadilla (Según Veritrade) (Kg)	240,259.59
Demanda Insatisfecha (Kg)	1,795,410
Cuota de mercado %	1.41%
Cantidad a exportar	25,344

Fuente: Elaboración propia en base a Mac map, Veritrade

En la tabla 34 se muestra que la demanda insatisfecha es de 1, 795,410 kg, para la determinación de la demanda se le agregó la importación y se le resta la exportación.

2.4 Análisis de la Oferta y la Demanda

2.4.1 Análisis de la oferta

Para realizar análisis más profundo de la oferta exportable del producto, se revisará los mercados que exportan a nivel mundial. A continuación, se muestra una tabla que contiene información sobre los principales países exportadores de la partida 0810901000.

Tabla 35: Principales países exportadores de la partida 0810901000 a nivel mundial

(En miles de dólares americanos)

Exportadores	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016	valor exportada en 2017
Mundo	2067000	2150655	2512271	3104176	3076703
Tailandia	344901	320951	357285	413084	708449
Vietnam	252146	322635	545706	1144740	699231
Países Bajos	153430	177201	185651	211158	274198
China	183824	178888	292057	167986	126473
Hong Kong, China	122033	119127	108055	89457	123721
España	89045	92695	85076	89398	118788
Turquía	112022	108947	97028	104213	97321
Egipto	91499	74198	115850	126030	95137
Perú	17910	27075	36247	41180	79898
India	66080	70280	75592	81273	72981

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la Tabla 35, se puede observar la oferta que tiene la partida a nivel mundial el cual muestra una demanda creciente. Países como: Tailandia, Vietnam y Países Bajos son los que demandan más del producto de la partida 0810901000. Como se puede apreciar las exportaciones realizadas en base a los 5 últimos años podemos determinar que se ha incrementado más que en otros años en el cuarto y quinto año y esto se debe a la gran demanda y acogida que ha tenido esta partida.

La siguiente tabla, nos muestra los principales países exportadores de la partida 0810901000 en toneladas.

Tabla 36: Principales países exportadores de la partida 0810901000 a nivel mundial

(En toneladas)

Exportadores	2013	2014	2015	Unidad	2016	2017
	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada		cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas
Vietnam	123799	149617	258400	Toneladas	527185	958973
Tailandia	482847	443502	508315	Toneladas	498743	812465
Turquía	135804	138164	147873	Toneladas	184274	163819
Hong Kong, China	59916	175306	153318	Toneladas	109023	160302
Países Bajos	35290	46251	54470	Toneladas	62517	76028
España	55972	61959	64078	Toneladas	62704	69259
China	92096	80798	110136	Toneladas	74531	56592
India	62389	48154	55733	Toneladas	60339	55794
Perú	6358	10048	16557	Toneladas	19263	31231
Estados Unidos de América	40356	40499	40183	Toneladas	30129	28863
Yemen	21497	6531	18592	Toneladas	17929	28474

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En relación, con lo que se muestra en la Tabla 36, se puede concluir que los principales países exportadores de la partida 0810901000 son Vietnam, Tailandia, Turquía y China, la cantidad de toneladas exportada en estos países ha ido en aumento consecutivamente en relación con años anteriores.

Oferta Nacional Perú a Nivel Mundial

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas de la partida 0810901000 hacia el mundo, destacando como principal y potencial comprador Países Bajos.

Tabla 37: Total de exportaciones peruanas de la partida 0810901000 a nivel mundial

(En miles de dólares americanos)

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Países Bajos	219	397	162	829	112
Italia	43	99	138	88	90
España	13	15	25	38	38
Francia	14	10	89	8	16
Reino Unido	33	0	19	16	15
Canadá	43	14	26	141	7
Alemania	1	6	5	12	2
Hong Kong, China	0	0	1	0	1
Argelia	0	0	0	0	1
Suiza	0	0	1	0	1
Aruba	0	0	0	0	1

Fuente: Elaboración propia en Trade Map

Entre los principales destinos de exportación de Perú al mundo, tal y como se puede apreciar en la Tabla 37, resaltan: Países Bajos, Italia y España. Asimismo, las exportaciones a Reino Unido y Canadá fluctúan muy variables.

A continuación, se muestra la información de exportaciones peruanas de la partida 0810901000 en toneladas.

Tabla 38: Total de exportaciones peruanas de la partida 0810901000 a nivel mundial

(En toneladas)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos
Italia	23158	32446	40851	40104	53863
Países Bajos	65389	192465	39787	471965	44289
España	8122	8487	13919	20037	20322
Reino Unido	12502		4056	6597	6583
Francia	4460	2384	30102	1804	3683
Canadá	13062	2360	4781	75705	1753
Aruba					854
Suiza			395		795
Hong Kong, China			200		640
Alemania	290	1278	982	2476	402

Fuente: Elaboración propia en base a TradeMap

En cuanto a la Tabla 38, se puede observar que Italia, Países Bajos y España, siguen siendo los principales mercados de destino, en el período del 2012 al 2016, expresado en cantidades/ toneladas.

Para ser más específicos, se ha visto conveniente presentar las principales empresas en el país que exportan la partida 0810901000. En la tabla que se presenta a continuación se brindará mayor detalle al respecto.

Tabla 39: Empresas peruanas que comercializan la partida 0810901000

EMPRESAS	%Var 17-16	%Part. 17
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	--	24%
GREENLAND PERU S.A.C.	--	18%
ORGANI-K S.A.C.	--	10%
EXPORTADORA FRUTICOLA DEL SUR SA	687159%	9%
COUNTRY HOME SA	--	8%
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	56%	6%
AGRO PARACAS S.A.	589%	3%
MECAINNOVA SOCIEDAD ANONIMA CERRA...	--	3%
AGROMANIA SAC	-8%	3%
Otras Empresas (29)	--	16%

Elaboración: Propia
Fuente: SUNAT

Tabla 40: Empresas peruanas que exportan la partida 0810901000 hacia países bajos

RAZON SOCIAL	Suma de US\$ FOB	Suma de Peso Bruto (Kg.)	PART. %
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	248,400.00	96,830.00	53.51 %
GREENLAND PERU S.A.C.	141,174.00	68,396.00	30.41 %
ORGANI-K S.A.C.	33,155.28	9,259.00	7.14%
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	21,712.00	6,142.97	4.68%
PRONATUR S.A.C	6,998.59	1,640.95	1.51%

INDIGO FOODS S.A.C	6,040.00	1,736.00	1.30%
AGROINVERSIONES VALLE Y PAMPA PERU SOCIEDAD ANONIMA	4,896.00	5,000.00	1.05%
INKA FRESH S.A.C.	1,800.00	432.00	0.39%
Total general	464,175.87	189,436.92	100.00%

Fuente:Adex data Trade

Como se puede observar en la Tabla 40, encontramos las empresas peruanas que exportan la partida 0810901000, las empresas que tienen mayor participación son Agrícola pampa y Greenland Perú.

Producción nacional

Las zonas de producción potencial de la Granadilla Fresca son;Pasco, Cajamarca, Huanuco y Junín.

Tabla 41: Producción de granadilla en TM

Años	Cajamarca	Cusco	Huánuco	Junín	La Libertad	Pasco	Piura	Puno
2014	4116	2437	3994	2339	2509	28606	355	620
2015	3940	3036	4064	5437	2539	26571	231	714
2016	3321	3077	4219	10502	2981	22159	397	845

Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

De acuerdo a la tabla 41, respecto a la información proporcionada por el MINAGRI, en el departamento de Pasco cosechan aproximadamente 25700 TM de granadillas al año, seguidas por Junín con 6000 TM y Huánuco con 4000 TM al año.

Tabla 42: Superficie cosechada (ha)

Años	Cajamarca	Cusco	Huánuco	Junín	La Libertad	Pasco	Piura	Puno
2014	703	405	652	297	225	2427	221	75

2015	673	405	664	558	232	2437	187	87
2016	572	408	739	894	355	2337	201	103

Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

Según la información extraída de la base de datos del MINAGRI, se aprecia en la tabla 42, que en el departamento de Junín se cosechan aproximadamente 650 hectáreas de granadilla. (Junín es el departamento de donde nos abasteceremos de la granadilla).

Tabla 43: Rendimiento (kg/ha)

Años	Cajamarca	Cusco	Huánuco	Junín	La Libertad	Pasco	Piura	Puno
2014	5858	6017	6130	7877	11152	11789	1606	8267
2015	5858	7496	6125	9744	10968	10906	1235	8207
2016	5805	7542	5707	11747	8408	9484	1975	8199

Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

De acuerdo a la tabla 43, respecto a la información proporcionada por el MINAGRI, en el departamento de Junín se cosechan aproximadamente 9,000 KG por hectareas.

Tabla 44: Precio en chacras (S/. Kg)

Años	Cajamarca	Cusco	Huánuco	Junín	La Libertad	Pasco	Piura	Puno
2014	1.44	2.08	1.45	1.75	1.68	2.04	1.89	1.45
2015	1.53	1.98	1.44	1.74	1.62	1.72	1.8	1.37
2016	1.43	1.71	1.49	2.01	1.71	1.56	2.11	1.31

Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

De acuerdo a la tabla 44 respecto a la información proporcionada por el MINAGRI, en el departamento de Junín se cosechan aproximadamente 6000 hectáreas de granadilla y su precio promedio es de 1.80 por kg.

2.4.2 Análisis de la demanda

Se organizará y examinará la demanda histórica para poder elaborar una proyección de la demanda en un horizonte de cinco años, es decir hasta el año 2023.

La principal fuente de datos estadísticos consultada para obtener la demanda histórica fue el Trade Map.

Importaciones mundiales

El producto se encuentra dentro de la partida 08.10.90.1000, es por ello que a través de la fuente de Trade Map se visualizó al detalle el valor importado durante los últimos 5 años (véase tabla N°36) así como la cantidad importada en toneladas (véase tabla N° 37)

A continuación, La Tabla 45, muestra la información de países importadores de la partida 081090 en miles de dólares.

Tabla 45: Principales países importadores de la partida 081090

(Expresado en dólares)

Importadores	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016	valor importada en 2017
China	921352	917325	1097545	757832	888267
Vietnam	9785	8112	17971	147753	412250
Países Bajos	161318	180483	187761	217582	254638
Estados Unidos de América	135544	138290	142719	165856	192838
Hong Kong, China	147833	153807	142490	133913	171268
Indonesia	78402	99664	73097	98798	155414
Alemania	117651	131370	113504	109173	116540
Francia	81672	82561	62870	80655	98360
Rusia, Federación de	158640	119170	84347	63400	81690
Reino Unido	40974	48661	55073	61413	61899
Italia	49483	52357	52264	53208	58632

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como se puede observar en la tabla 45, China es el país que lidera en importaciones (desde el 2013 tiene un flujo variable). Asimismo, se tiene que países como Vietnam, Países Bajos y Estados Unidos presentan una demanda creciente.

Por otro lado, para tener mayor claridad y alcance de las importaciones y sus incrementos, a continuación se muestra las importaciones en cantidad (toneladas).

Tabla 46: Principales países importadores de la partida 081090

(En toneladas)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas
China	965428	979251	1252799	983809	1095569
Mauritania	1830	1804	2802	2960	865592
Vietnam	4023	3519	7439	56876	482172
Hong Kong, China	280799	221536	196824	151120	215957
Estados Unidos de América	141755	160509	155543	181506	185305
Indonesia	68063	81939	56932	72631	112417
Iraq		98177	71672	83715	110412
Países Bajos	51278	60847	65685	67521	76079
Arabia Saudita	64103	52494	53376	54119	67741
Rusia, Federación de	89524	79009	71134	49382	67022

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Ahora lo que se muestra en la tabla 46, son los países que más importaron en TM, observándose que, en el caso de China, la tendencia del 2013 al 2017, fue con una proyección decreciente cayendo considerablemente en el 2016 con respecto a los demás años.

Por otra parte, si nos centramos en la situación de Países Bajos, se desprende de la tabla que el valor importado ha ido en aumento, lo cual está representando una oportunidad para considerarlo como destinos de nuestras exportaciones.

Proyección de la demanda

Tabla 47: Demanda de Países Bajos del 2013 - 2017 de la partida 0810901000

(En kilos)

Años	2013	2014	2015	2016	2017
toneladas	1379	3071	5421	6869	9250

Fuente: Elaboración propia en base a Veritrade

Tabla 48: Métodos de mínimos cuadrados

AÑOS	DEMANDA
------	---------

X	X	Y	XY	X ²
2013	1	1,379	1,379	1
2014	2	3,071	6,142	4
2015	3	5,421	16,263	9
2016	4	6,869	27,476	16

2017	5	9,250	46,250	25
Total	15	25,990	97,510	55

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49 Fórmula de regresión lineal:

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \quad ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

B =	1,954.000
A =	-664.000

$Y = a + bx$
$Y = 664 + 1954 * x$

Proyección 2018	11,060
-----------------	---------------

Proyección 2019	13,014
Proyección 2020	14,968
Proyección 2021	16,922
Proyección 2022	18,876
Proyección 2023	20,830

Tabla 50: Demanda proyectada del mercado

(En TM)

2019	2020	2021	2022	2023
13,014	14,968	16,922	18,876	20,830

Elaboración: Propia

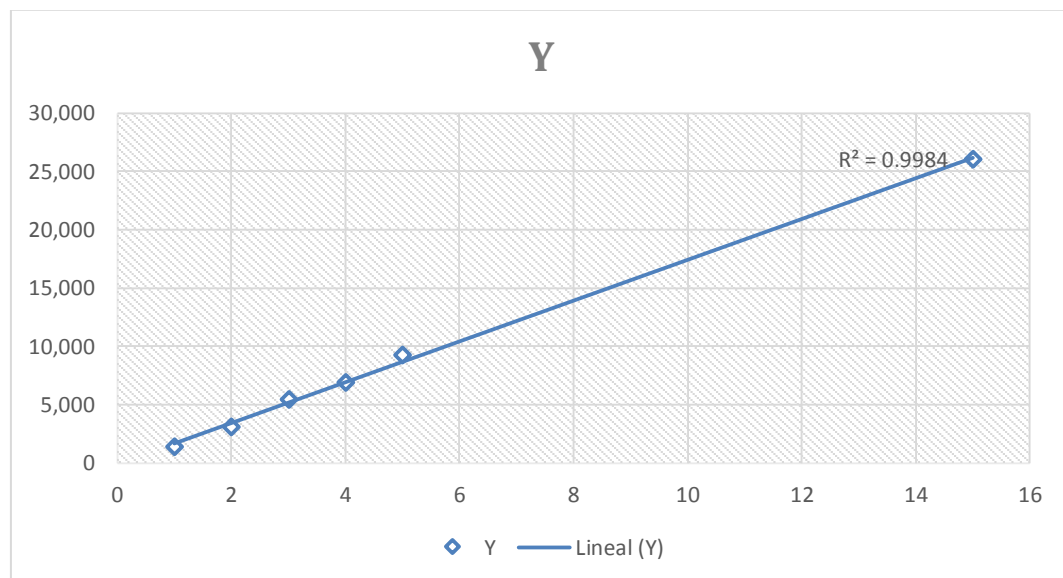


Figura 11: Coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura 11, $R^2 = 0.998$, el monto es mayor a 0.85 por consiguiente se acepta dicha regresión.

Tabla 51: Proyección de las exportaciones de la empresa

(En kilogramos)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidades proyectadas kg	25,344	26,358	27,676	29,336	31,390
cantidades en cajas	6,336	6,589	6,919	7,334	7,847
Tasa de crecimiento		4.00%	5.00%	6.00%	7.00%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla 51, que para el primer año la empresa va a exportar 25,344kilogramos que es equivalente a 6,336 cajas.

2.5 Estrategias de ventas y distribución

NOVA EXPORT S.A.C. aplicará una estrategia de penetración de mercado bastante marcada, esto principalmente para hacer frente a la competencia e ingresar con un precio bajo,para ello se elegiráun segmento de mercado básico (distribuidores de frutas frescas),para llegar al consumidor final quienes encontraran en la granadilla un producto fresco y natural.

El producto está dirigido a hombres y mujeres de todas las edades puesto que es un producto con múltiples beneficios, accesibles para todos los sectores y sobre todo para personas que buscan una alimentación sana y natural.

2.5.1 Estrategias de segmentación

La segmentación para el producto es de hombres y mujeres de todas las edades, pero nos enfocaremos en las personas que tiene decisión de compra, es así que seleccionaremos hombres y mujeres entre 20 – 40 años, clase media, en la ciudad de Amsterdam.

- **Geográficamente:** El producto Granadilla fresca estará dirigido a los consumidores en Amsterdam - Holanda
- **Demográficamente:** el producto va dirigido a ambos sexos edades entre 20-40
- **Psicográficamente:** El producto comercializará a personas de toda clase media por ser un producto de precio muy accesible.
- **Conductualmente:** Consumidores en supermercados, tiendas de alimentos minoristas, mercados de frutas frescas, etc. En general personas que buscan buena alimentación con productos naturales y frescos y que cuiden su salud.

- **Segmentación concentrada.** Se optó por esta estrategia porque se pretende ir creciendo en volúmenes la cantidad a exportar y se exportará a un sector específico del mercado Holandés con un producto que ya existe y que está en crecimiento.
- **Estrategia de Marketing masivo.-** al ser un producto ya conocido y existente, que no tendrá mucha diferencia en cuanto a características se utilizarán canales de mercadeo convencional (web, e-commerce, LinkedIn empresarial).

2.5.2 Estrategias de Posicionamiento

Establecer las estrategias de posicionamiento adecuado es importante, puesto que el producto que se pretende exportar no es nuevo en el mercado destino, para hacer frente a la competencia no solo de empresas locales también de distintas partes del mundo por el alto nivel de competitividad se escogerá la estrategia acorde a una empresa nueva en el mercado.

Es importante manifestar que la demanda del producto es creciente, principalmente por las características que se resaltan (calidad y sabor), además se debe considerar un factor importante como lo es la oferta, que es diversificada y múltiple, es por ello que al establecer una estrategia de posicionamiento de ingreso ascendente que vaya de menos a más, ingresando a un nicho fijo, por eso a continuación se detallan puntos importantes a considerar:

- Estrategia basada en las características del producto, el cual se trata de Granadilla fresca 100% natural con múltiples beneficios para la salud y para los que gustan del cuidado de la salud y la alimentación.
- Se destacará por su precio bajo y un producto de calidad y que destaca por sus propiedades como los son: Tranquilizante natural, alto contenido en fibra, Vitamina C, Control del colesterol.

2.5.3 Estrategias de distribución

2.5.3.1 Ventas

NOVA EXPORT SAC, ha visto conveniente establecer políticas y estrategias comerciales que vayan acorde con los objetivos y razón de ser de la empresa, cabe mencionar que esta función estará a cargo de la Gerencia General conjuntamente con el área de marketing y ventas, para ello se implemtará las siguientes medidas:

- Garantizar la calidad del producto, contando como socios estrategicos una empresa proveedora(Corma SAC), que cuenta con certificaciones de calidad(GAP)adecuada para garantizar un producto idóneo para exportar y el producto cuenta con las certificaciones fitosanitarias otrogadas por SENASA.
- Captar nuevos clientes dando a conocer un producto de calidad, que cumplan con las expectativas, ofreciendo grandes beneficios para la salud y alto grado de valor nutricional. También destacar los aspectos relacionados a la preservación del medio ambiente y el apoyo constante a los agricultores del país siendo esta un compromiso de la empresa en cuanto a la responsabilidad social.
- Crear Alianzas estrategicas entre NOVA EXPORT SAC y principales distribuidores de frutas frescas en Países bajos, para que la granadilla llegue a los principales supermercados, tiendas mayoristas, tiendas

minoristas y mercados, logrando de esta manera llegar al consumidor final.

5.5.3.2 Distribución

La distribución para la Grandilla Fresca, será a corto plazo de manera indirecta y, posteriormente, se buscará llegar de forma directa según se detalla a continuación:

- Canal directo: Una vez posicionado el producto en el mercado objetivo, se buscará realizar las exportaciones de manera directa a los establecimiento de venta masiva del producto, esto se realizará ya conociendo el mercado y a la demanda existente.

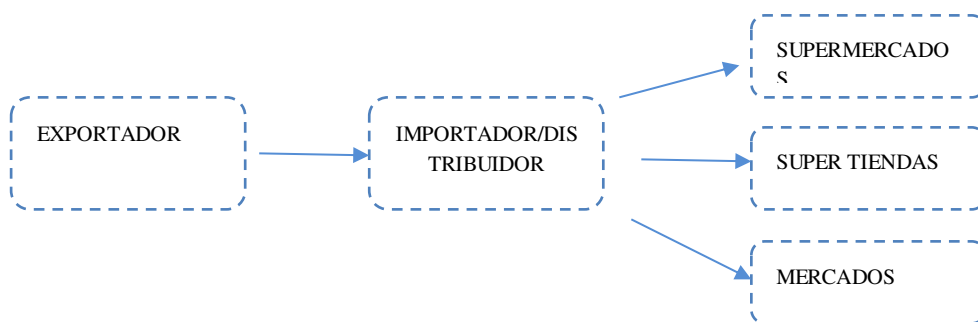
- Canal Indirecto: Se realizará a través de la exportación de los productos, a importadores y/o distribuidores de frutas frescas en Amsterdam – Holanda, esto principalmente porque son empresas con experiencia en el rubro y con una gama de clientes consideradas, además de gozar con ventaja competitiva al conocer el mercado local, sus exigencias, consumo, requisitos y estándares de calidad, demanda, etc.

Las estrategias de distribución mediante un canal indirecto implica lo siguiente:

➤ Contar con socios comerciales que serán los importadores y distribuidores de Granadilla fresca en Amsterdam – Holanda.

➤ Cabe mencionar que al realizar las exportaciones mediante canales indirectos nos permitirá un ingreso al mercado de manera segura y rápida , para elloNOVA EXPORT SAC deberá considerar:

- Calidad del producto, entregando un producto que cumpla con los estándares de calidad promocionados.
- Seguridad en la entrega, para la cantidad y tiempo acordado, todo proceso desde la compra y recogo de la granadilla, hasta el embarque, debiera estar coordinado y se realizará el seguimiento necesario hasta su llegada al mercado destino.
- Servicio al cliente, garantizar una atención rapida, efectiva, cordial tanto con un posible cliente(pre venta) y al finalizar la venta(post venta), brindandoles diferentes canales de comunicación.



2.6 Estrategias de Promoción

La empresa NOVA EXPORT S.A.C. dará a conocer el producto por su calidad y bajo precio, para su fácil adquisición, además de ser saludable, por lo que se resaltarán las cualidades y beneficios que traen consigo su consumo, participando en diferentes eventos que permitan promocionar el producto como lo son:

- **Asistencia a ferias:**

Las ferias internacionales son una importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante. Las ferias tienen una vertiente publicitaria y una estrategia de venta.

Beneficios de participar en ferias.

- Dar a conocer los productos
- Tener oportunidades de ventas
- Ampliar horizontes comerciales
- Conocer a la competencia y comparar productos.

Este tipo de eventos abren una ventana de oportunidades en cuanto a establecer vinculos cercanos con clientes objetivos, empresas comercializadoras, operadores logísticos, competencia, etc.

Es por ello, que se ha llevado a cabo una búsqueda de ferias en las cuales participara la empresa NOVA EXPORT SAC S.A.C para dar a conocer el producto Granadilla Fresca.

Tabla N° 52: Principales ferias en Ámsterdam

Feria	 Taste of Amsterdam	 De Nationale GezondheidsBeurs
Sectores	Alimentos Naturales	Alimentación, Cuidado de la salud
Periodicidad	Anual	Anual
Alcance	Internacional	Internacional
Recinto	Amstelpark	Jaarbeurs Utrecht
Fecha	03 junio 2019	Del 07 al 10 febrero 2019

Fuente: Elaboración Propia en base a la información de Calendario de NFerias, 2017

Tabla N° 53: Presupuesto de participación en Ferias

(01 persona)

Descripción	Total
Espacio en la feria (Stand)	10000.00
Decoración del Stand	2500.00
Pasaje Aéreo	3200.00
Hospedaje	1000.00
Movilidad	350.00
Alimentación	500.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3500.00

Fuente: Promperu, Adex, CCL.


Según se aprecia en la Tabla 53, la participación en Ferias en el mercado de Destino tiene un alto costo. Sin embargo, la empresa NOVA EXPORT S.A.C. debe evaluar las ventajas que este tipo de eventos trae consigo.

❖ **Agregados comerciales:**

Perú cuenta en la mayoría de los países con agregados comerciales que son quienes se encuentran bajo la responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), con la finalidad de apoyar comercialmente al exportador peruano.

A continuación, se detalla la información necesaria del Consejero Comercial de Perú en Países Bajos

Tabla 54: Oficina Comercial del Perú en Holanda

OFICINA ECONÓMICO COMERCIAL DEL PERÚ EN HOLANDA	
	Sr. Erick García Gonzales
	Email: egarciag@mincetur.gob.pe
	Teléfono: + 31102617026
	Anexo: 2338
	Dirección: Coosingel 104(4 piso)/ 3011 Ag. Rotterdam
	Diferencia Horaria:
	Lima-Perú, PET,UTC -05HRS, Rotterdam - Netherlands, CEST,UTC +02HRS

Fuente: Elaboración Propia.

❖ **Rueda de Negocios**

mecanismo simple de reuniones planificadas, que de forma directa, crean un ambiente propicio para negociaciones, promueve los contactos entre empresarios, instituciones y organizaciones que desean entrevistarse para realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas.

❖ **Uso de E-commerce:**

Hoy en día el uso del comercio electrónico es importante ya que se ha convertido en una herramienta con gran éxito para el mundo de los negocios gracias a la apertura y facilidad de acceso al Internet. Por ello, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. considera importante crear una plataforma para brindar estas facilidades al consumidor final.

A continuación, detallaremos la página web y el posicionamiento en Market Place:

❖ **Página Web:**

Mediante la pagina web se busca dar a conocer en forma general datos específicos del producto y La empresa NOVA EXPORTA SAC mediante este medio virtual busca brindar al consumidor las facilidades de información para que pueda conocer más acerca del producto y el consumidor se familiarice con este.

www.novaexport.com.pe

❖ **Google AdWords:** Se tomará en cuenta esta opción teniendo en cuenta las siguientes las siguientes ventajas:

- ✓ Analisis y medición
- ✓ Pago por clic
- ✓ No hay límites ni fronteras
- ✓ Herramientas de segmentación al alcance
- ✓ Resultados a corto plazo
- ✓ Buen canalizador del tráfico web

❖ **Linkedin empresarial**

Nova Export SAC. abrirá un perfil empresarial con el fin de dar a conocer los datos más significativos de la empresa además de darle un sentido más formal y promocionar las características principales del producto, esto permitirá interrelacionarnos de una manera, segura y directa con nuestros clientes.

Estrategia de ingreso al mercado objetivo

Según el modelo de Ansoff, se obtendrá una cuota de mercado, ubicándose en uno de los cuadrantes de la matriz:

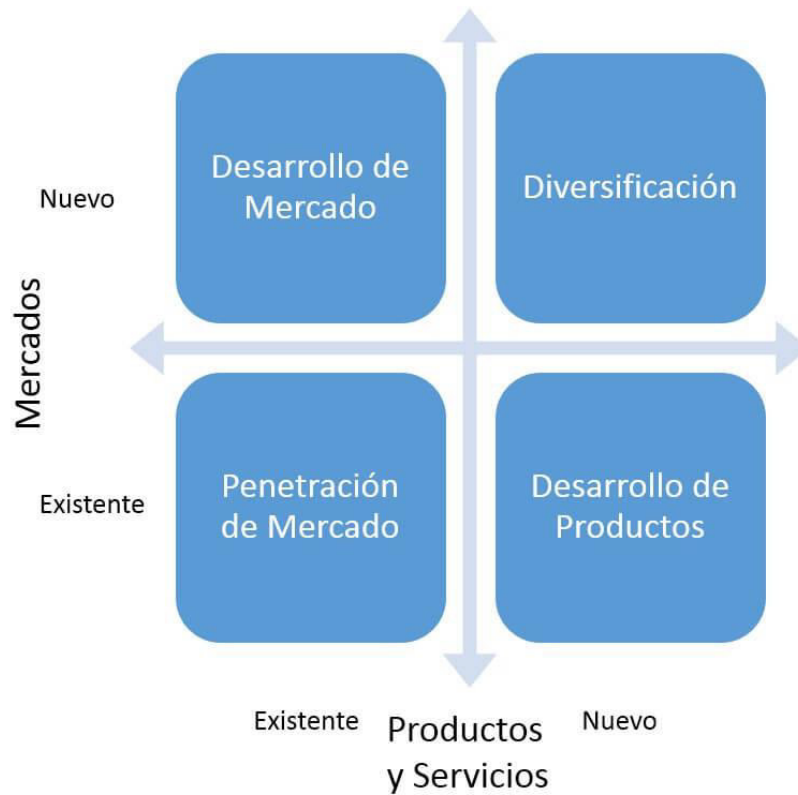


Figura 12: Matriz Ansoff

Fuente: Elaboración propia en base a matriz Ansoff

En el caso de Nova Export S.A.C., se ubicará en el cuadrante I

- **Producto Existente:** Granadilla Fresca
- **Mercado existente:** Amsterdam
- Estrategia de Penetración de mercado

2.7 Tamaño de Planta. Factores Condicionantes

En principio contamos con 2 proveedores que cultivan la granadilla en 2 departamentos, Junín y Pasco, para lo cual se ha previsto la entrega del producto envasado y envasado, para lo cual se cuenta con un proveedor en las zonas de cultivo.

La oficina que es principalmente administrativa, cuenta con 70m² se compone de:

- ❖ 1 oficina de gerencia y asistente administrativo 20 m²
- ❖ 1 sala de reuniones 5 m²
- ❖ 1 oficina del área de comercio exterior y Logística 10m²
- ❖ 1 oficina de Marketing y Ventas 10m²
- ❖ Kitchenet –Comedor 5m²
- ❖ 1 baño de damas 5m²
- ❖ 1 baño de caballeros 5m²

3 PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

3.1 Envases, empaques y embalajes

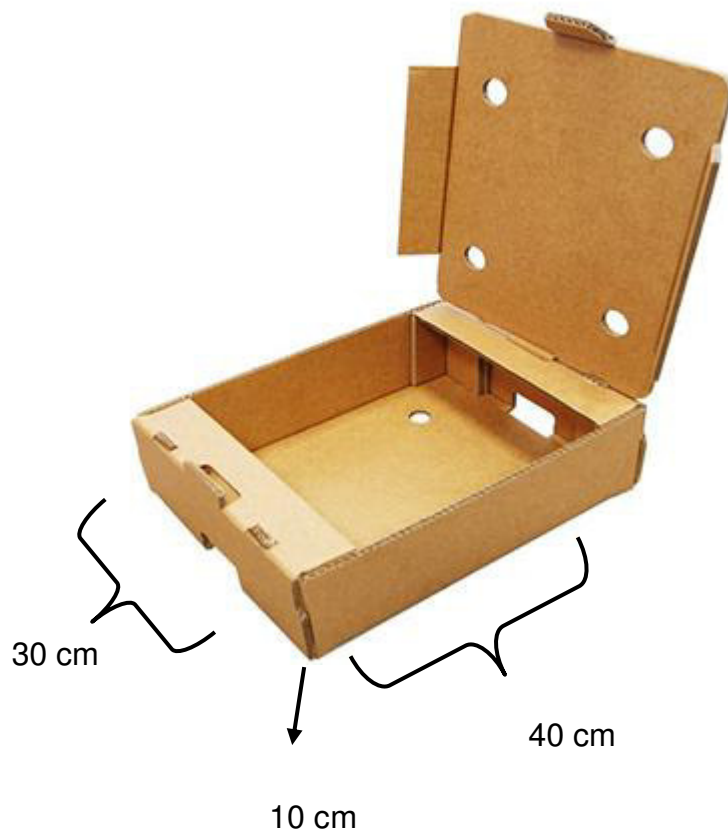
Según Trade Export Helpdesk (2012) Los envases y embalajes comercializados en la UE dentro del cual se encuentra Holanda, deben contener ciertos requerimientos para la protección del medio ambiente y de la salud de los consumidores.

Los más importantes son:

- Los envases y embalajes deberán estar fabricados de forma tal que la presencia de sustancias nocivas y otras sustancias y materiales peligrosos en su composición sea reducida al mínimo respecto a su presencia en emisiones, cenizas y emisión de residuos.
- El reciclado de los materiales y la prevención de los residuos de envases.
- Reutilización de envases y embalajes (Diario Oficial de las Comunidades Europeas, 1994).
- Los envases usados no deberán perjudicar de salud y seguridad de los trabajadores.
- Los residuos de envases biodegradables deberán tener unas características que les permitan sufrir descomposición física, química, térmica o biológica de modo que la mayor parte del compost final se descomponga en último término en dióxido de carbono, biomasa y agua.

ENVASE PRIMARIO

El envase seleccionado para nuestro producto es una caja de cartón con tres capas para una mayor resistencia, adicionalmente las granadilas estarán protegidas con malla tipo red para evitar el contacto y proteger y preservar mejor la calidad del producto, las dimensiones de la caja se detallan a continuación:



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Las cajas estan compuestas de :

- ❖ Materiales Cartón
- ❖ Medidas 400x300x130 mm, 500x300x190 mm, 600x400x180 mm y 600x400x230 mm.
- ❖ Capacidad 5 Kg, 10 Kg, 15 Kg y 20 Kg.

EMPAQUE SECUNDARIO

Para el caso de la granadilla no es necesario un segundo envase, puesto que la medida de la caja de envase primario es ideal para ser colocada directamente en los pallets.

EMBALAJE O EMPAQUE TERCIARIO

1) Paleta:

Europalet Homologado Reciclado 1º

2) Material y Características:

- Madera de pino reciclada homologada con tratamiento térmico para exportación (NIMF-15) incluido.
- Medidas: 120cm*80cm
- Peso: 27 Kg
- Carga estática: 4.000 Kg
- Carga dinámica: 1.000 Kg



Figura N°15 Medidas del Pallet

Fuente: Europalet.com






Carga estática	Carga dinámica	Materia prima	Colores	Exportable
 Hasta 4000 kg	 Hasta 1000 kg	 Madera natural	 Madera	 si

Figura N° Características del pallet

Fuente: Europalet.com

3.2 Diseño del Rotulado y Mercado

EMBALAJE Y NORMATIVA COMERCIAL

Los Países bajos respetan la normativa de la UE relativa al envasado. Existen diferencias en el envasado de los productos agrícolas y alimentarios.

Embalaje de madera La UE aplica las directivas de la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias 15 (NIMF 15) que establece medidas sanitarias y fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción de plagas cuarentenarias relacionadas al embalaje de madera, incluida la madera de estiba, fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional. SENASA tiene una lista de empresas autorizadas para realizar el tratamiento térmico y marcado de embalajes de madera para la exportación.

Las normas comerciales e industriales en los Países Bajos

- Organismos de normalización:
- Ministerio de Vivienda, Planificación Espacial y Medioambiente
- Oficina Europea de Certificación
- Instituto Keurmerk

Entrada a la red internacional de normalización:

El Ministerio Holandés de Vivienda, Espacio y Medioambiente participa en la Organización Internacional para la Normalización (ISO), la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC), la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones

(ETSI), el Comité Europeo de Normalización (en Inglés) y el Comité Europeo de Normalización Electrotécnica.

Obligación de utilización de normas:

Los procesos de las normas y las certificaciones los elabora el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones (ETSI), el Comité Europeo de Normalización (en Inglés) y el Comité Europeo de Normalización Electrotécnica.

Clasificación de las normas:

- ✓ El sello de la CE es obligatorio.
- ✓ Evaluación del sistema de normalización

Los consumidores holandeses no están muy bien informados sobre las normas y la reglamentación. No les prestan demasiada atención, sobre todo si el producto en cuestión no se excesivamente caro. Recientemente, los consumidores han estado poniendo más atención a la etiqueta energética que llevan los productos.

Consulta de normas en línea:

Disponibles en las páginas web del Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones (ETSI), del Comité Europeo de Normalización (en Inglés) y del Comité Europeo de Normalización Electrotécnica.²

²Fuente especificada no válida.

Organismos de certificación:

- ❖ CE Marking Consulting Service
- ❖ KEMA
- ❖ European Certification Bureau Nederland V.
- ❖ Telefication B.V.
- ❖ Asociación de usuarios de las normas
- ❖ Normalisatie Kringen Nederland

3.2.1 Requisitos y certificaciones en País Destino

Netherlands foods and consumer product safety authority (NVWA)

Representante de los países bajos en reuniones y acuerdos internacionales sobre cuestiones fitosanitarias. Estos incluyen regularizaciones fitosanitarias de la UE, requisitos de importación de países no pertenecientes a la UE, foros EPPO e IPPC.

Su principal función es la implementación de políticas fitosanitarias y acciones de erradicación en caso de brotes de plagas y vigilancia reguladas.

Documentos obligatorios (importación con carácter comercial):

A Países Bajos se puede exportar cualquier mercancía con excepción de las que se encuentran prohibidas en la legislación vigente de Holanda que atenten contra la salud de personas o animales prohibidas.

- Conocimiento de embarque original
- carta porte o guía aérea

- Factura comercial original física o electrónica
- Declaración jurada del importador, por el precio de la mercancía (entregado por el agente de aduanas).
- Certificado de origen (Si lo requiere), para acceder a beneficios arancelarios del acuerdo comercial – Unión Europea
- Packing List
- Certificado Fitosanitario el cual acredita que el producto exportado no presenta y está libre de plagas que puedan contraer y es emitido por SENASA.

3.2.2 Normas y certificaciones en país de origen

CERTIFICACIONES DE ORIGEN

Es el documento que certifica cumplen con las disposiciones sobre el origen, ampara una sola operación de exportación de una o varias mercancías.

Este documento es solicitado por el exportador a una entidad certificadora, siendo uno de los requisitos la calificación de la Declaración jurada de origen de las Mercancías, que debe ser obtenida a través del componente Origen con anterioridad a este.

Para exportar a la UE un producto de un país o socio beneficiario, no basta con que el producto sea exportado desde ese país. El producto debe ser originario de ese país. Las normas de origen especificarán si efectivamente su producto se considerará como originario de ese país en concreto y, por tanto, recibirá la preferencia.

Entidad que emite certificados de origen:

Existen distintos gremios empresariales utilizados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) para recibir información proporcionada por el usuario para evaluar y verificar que cumple con las normas de origen o régimen de preferencia invocado. Al verificar satisfactoriamente los requisitos se expide el certificado de origen.

Las entidades que emiten certificados de origen en la ciudad de Lima son:

- Cámara de Comercio de Lima (CCL)
- Asociación de Exportadores (ADEX)
- Sociedad Nacional de Industrias (SIN).

Dirección general de salud ambiental (SENASA):

es un organismo público técnico especializado adscrito al ministerio de agricultura con autoridad oficial en materia de sanidad agraria, calidad de insumos, producción orgánica e inocuidad agroalimentaria.

Asimismo, mantiene un sistema de vigilancia Fitosanitaria y Zoonosanitaria que protegen al país de ingreso de plagas y enfermedades que no se encuentren en el Perú.

SENASA, brinda los servicios de inspección, verificación y certificación fitosanitaria y zoonosanitaria, diagnóstica, identifica y provee controladores biológicos. Además, registra y fiscaliza los plaguicidas, semillas y viveros; de igual manera, los medicamentos veterinarios, alimentos para animales, a los importadores, fabricantes, puntos de venta y profesionales encargados y emite licencias de internamiento de productos agropecuarios.

Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria (SUNAT):

Organismo adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas encargado de recaudar los impuestos y administrar la actividad aduanera como finalidad primordial. Implementa, inspecciona y controla la política aduanera de manera nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte para facilitar el comercio exterior y el correcto cumplimiento de convenios y tratados internacionales.

3.3 Diseño del Rotulado

Las granadillas estarán identificadas con un sticker que tendrá la marca de la empresa(a partir del segundo año), asimismo las cajas también llevarán la marca, el nombre de la empresa e información nutricional en inglés que es el idioma comercial de Holanda.





Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

3.1.1. Diseño del Marcado



Fuente: Elaboración Propia

3.4 Unitarización y cubicaje

Datos de la Caja:	
Largo:	0.40 m
Ancho:	0.30 m
Alto:	0.10 m
Caja vacía:	0.5 kg
Peso carga:	4.5 kg
Peso bruto:	5 kg

Datos de la Paleta:	
Peso paleta vacía:	15 kg
Altura paleta	0.15 m
Largo	1.20 m
Ancho	0.80 m
Peso máx.	750 kg

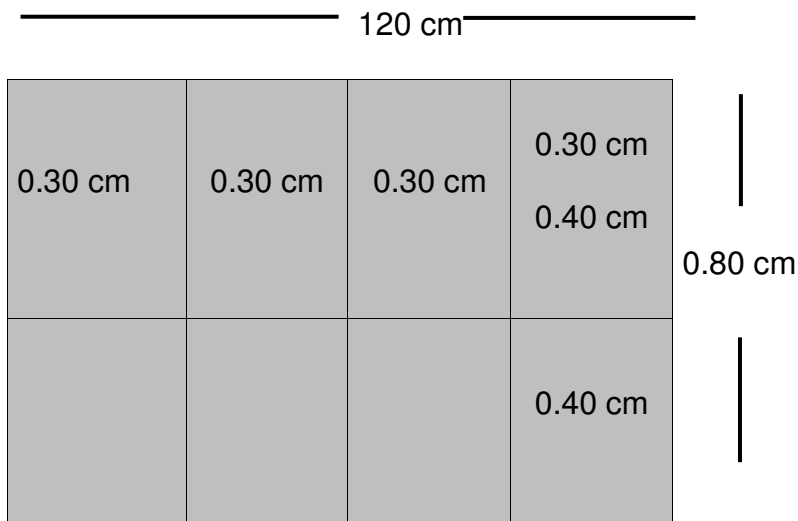


Figura13 Capacidad Pallet

Elaboración: Propia

8 cajas base de la paleta

Altura del Pallet = 15cm

Altura a utilizar = $(224-15-10) = 199$

Altura a utilizar= 199 cm

Altura de Caja= 30cm

Total, de cajas apiladas = $(199/30) = 6.63$

Base= 8

Apilamiento = 6

Cantidad cajas paleta = $6 \times 8 = 48$ cajas por paleta

Comprobando peso = $48 \text{ cajas} \times 5 \text{ Kg} = 240 \text{ kg}$

Capacidad bodega Airbus = $88'' \times 125$ o $96'' \times 125$, máximo 7 pallets + Carga suelta

Total= 7paletas por envío

Total, Cajas x envío= $48 \times 7 = 336$ cajas

Finalmente, para cada paleta se usa un cohesionamiento en este caso como son perecibles no se debe recubrir mucho a las frutas de manera que no se malogren.

Por ello, se elige hacer una cohesión artificial que no recubra mucho, por ejemplo,

unos flejes que aseguren que las cajas no se vayan a soltar por algún movimiento de la aeronave.

3.5 Cadena DFI de Exportación



Figura14 Cadena Logística

Agentes Cadena Logística

En principio selección de proveedores, se realizó bajo los siguientes criterios

Tabla 55 Selección de proveedores de granadilla

Indicadores	Agromania SAC	CORMA SAC	MAREMI SAC
Capacidad productiva	14ha	15 Ha	13ha
Costo por java	235	225	250
Zona	Oxapampa	San Ramón	Oxapampa

Puntualidad	Muy buena	Muy Buena	Buena
Experiencia	5 años	10 años	8 años

Elaboración: propia

Como se observa en la tabla 55, luego de evaluar a los distintos proveedores, se determinó seleccionar a CORMA SAC, debido a diversos factores, en los que predominó capacidad y precio, adicionalmente la misma empresa realizará el etiquetado y colocación del producto en las cajas seleccionadas.

Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy

Tabla 56 Ponderación selección proveedor de granadilla

Crterios	Importancia	Agromania SAC	Puntaje	Corma SAC	Puntaje	Maremi SAC	Puntaje
Capacidad Productiva	20%	4	0.8	5	1	3	0.6
Costo	20%	4	1	5	1	3	0.6
Zona	15%	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Puntualidad	20%	5	1	5	1	4	0.8
Experiencia	25%	3	0.75	5	1.25	4	1

Elaboración: Propia

Tabla 57 Selección proveedor de cajas

Indicadores	Indecart Perú EIRL	Packing Tech Perú	Kartox SAC
Capacidad planta	80m2	100 m2	75m2
Costo por unidad	0.8	0.70	0.6

Zona	Huachipa	Ate	Ate
Entrega	Inmediata	Inmediata	Según Stock
Experiencia	10 años	15 años	12 años

Elaboración: Propia

Tabla 58 Ponderación selección proveedor de cajas

Criterios	Importancia	Indecart Perú SAC	Puntaje	Packing Tech	Puntaje	KArtos SAC	Puntaje
Capacidad Planta	25%	4	1	5	1.25	3	0.75
Costo	15%	4	0.6	5	0.75	3	0.45
Zona	15%	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Entrega	20%	5	1	5	1	4	0.8
Experiencia	25%	3	0.75	5	1.25	4	1

Tabla59 Selección empresa de transporte interno

Criterios	Importancia	Cargo Service SAC	Puntaje	Mafesa SAC	Puntaje	Grupo perea cargo	Puntaje
Vehiculos	25%	4	1	5	1.25	3	0.75
Costo	15%	4	0.6	5	0.75	3	0.45
Seguridad	15%	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Entrega a tiempo	20%	5	1	5	1	4	0.8
Experiencia	25%	3	0.75	5	1.25	4	1

Elaboración: Propia

Tabla 60 Selección Agencia de aduana

Criterios	Importancia	Casor Aduaner	Puntaje	Ausa Aduanas	Puntaje	Beagle Agencia	Puntaje
-----------	-------------	---------------	---------	--------------	---------	----------------	---------

Eficiencia en el Servicio	30%	4	1.2	5	1.5	3	0.9
Puntualidad	20%	4	0.8	5	0.2	3	0.60
Atención al cliente	20%	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Experiencia	30%	5	1.5	5	1.5	4	1.2

Elaboración: Propia

3.6 Proceso operativo

Selección productor.- luego de determinar quien nos proveerá de la granadilla, un colaborador de la empresa estara monitoreando la calidad del producto según requerimiento y cumplimientos de los estándares establecidos.

Acopio.- una vez terminada la cosecha del producto se procederá a seleccionar la fruta en base a tamaño, color, caliad y peso.

Envasado y etiquetado.- NOVA EXPORT SAC, proveerá de las cajas seleccionadas según estándares internacionales y elaborado de un material adecuado para el llenado y colocación adecuada del producto una vez colocada la etiqueta y protección (mallas) correspondiente.

Tranporte.- el traslado de la zona de San Ramón se realizará en plazo y tiempo adecuado para su llegada al puerto.

Trámites Aduaneros.- Lo realizará un agente de aduana quien realizara los papeleos, separación y llenado de contenedor, ingreso a termianl maritimo y embarque de la mercancia.

Proveedores de Nova Export SAC

Tabla 61 Principales Proveedores

EMPRESA	Proveedor
CORMA SAC	Granadilla
PACKING TECH	cajas
MAFESA SAC	Transporte Interno
AUSA ADUANAS	Agencia de Aduanas

Elaboración Propia

3.7 Seguro Mercancia

El seguro de transporte forma parte del gran grupo que comprende los seguros sobre “las cosas” que se caracterizan por principio indemnizatorio. Su principal objetivo es el de proteger las mercancías frente a los riesgos que la puedan afectar durante su transporte nacional, incluyendo periodos intermedios de almacenaje y operaciones conexas como la carga y descarga.

Por medio del seguro se restituye al asegurado, una vez sucedido el siniestro, un monto económico – patrimonial equivalente a lo que tenía antes del siniestro.

El seguro de transporte es el contrato mediante el cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidas, ya sea al material de transporte y/o a los objetos transportados.

4 PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Fijación de Precios

Para la fijación de precios se tomaron en cuenta diversos métodos de fijación. Respecto al precio de venta del producto para el año 2019 será de \$3.98 con un margen de ganancia de 17%, proyectándonos a incrementar este porcentaje en el año 2020 con 20 % y 2021 con un 25 %. Los detalles de cálculo de estimación de precios se mostraran en el plan financiero.

4.1.1 Costos y precio

Tabla 62. Precio de empresas que exportan en la partida 0810901000

Razón Social	Descripción Comercial 1	precio
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.00
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.00
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.00
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.00
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.00
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.00
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.00
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.50
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	GRANADILLA FRESCA	4.50
PRONATUR S.A.C	GRANADILLA FRESCA	4.44

Elaboración: Propia

Tabla 63 Costos Fijos

(Expresado en soles)

Gastos de personal	82,645
Materiales indirectos	630
Gastos fijos	17,400
Gastos administrativos	12,922
Gasto de ventas	29,309
Costo fijo Total	142,906

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 63, se podrá observar los costos fijos totales que involucrará llevar a cabo este plan de negocios. Los costos Fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente del nivel operativo

Tabla 64: Costos variables

(Expresado en soles)

Costo de producto tercerizado	100,320.00
Costo de exportación	29,391.60
Costo variable total	129,711.60

Fuente: Elaboración propia

Los costos variables, se ha considerado el costo de los materiales de empaque, insumos, y transporte ya que estos pueden variar en el tiempo.

Tabla 65. Estructura de Precios

(Expresado en soles)

Costo directos	
Costo de producto tercerizado	87,648.00
Costos indirectos	
Gastos de personal	82,644.93
Materiales indirectos	630.00
Gastos fijos	17,400.00
Gastos operacionales	
Gastos administrativos	12,922.00
Gasto de ventas	29,308.83
Total costo de producción	230,553.76
Empaque y envase	12,672.00
Embalaje y unitarización	4,800.00
Manipuleo local del exportador	480.00
Valor EXW	248,505.76
Seguro de carga	3,610.80
Certificado de origen	552.00
Transmisión electrónica	480.00
Trámite documentario	1,215.84
Gasto administrativo	288.00
Agenciamiento de Aduanas	6,600.00
Gastos Operativos	1,320.00
Aforo físico	1,680.00
Gastos de Almacén	2,160.00
comisión por transferencia bancaria	960.00
Costo total	272,617.36
Costo unitario S/.	10.76
Costo FOB Unitario \$	3.30
Margen de ganancia	17.00%
Precio Fob unitario en dólares	3.98

Fuente: Elaboración Propia

4.1.2 Cotización Internacional

NOVA EXPORT S.A.C
Av. Elmer Faucett Nro. 350 San Miguel, Lima – Perú
Teléfono: (51-1) 612-2050
www.wayuexport.com



Lima 02 de marzo de 2018

Señores
Nature's Pride B.V.

Atención.-Mr. Karl Bertram- Manager Product

Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo a las especificaciones establecidas por ustedes:

PRODUCTO	:	GRANADILLA FRESCA
PRESENTACION	:	CAJA X 5 KG, PROTEGIDAS C/GRANADILLA CON UNA MALLA DE AMORTIGUACIÓN.
PARTIDA ARANCELARIA	:	0810.90.10.00
REGISTRO FITOSANITARIO	:	D-32523 (SENASA)
CANTIDAD	:	528 CAJAS (TOTAL 2112 KG)
PROPORCION EMBALAJE	:	CAJAS DE CARTON CORRUGADO L: 40CM X A: 30CM X H: 10 CM
PRECIO FCA AMSTERDAM	:	US \$ 8405.00 (US\$ 3.98 por kg)
FORMA DE PAGO	:	T/T
FECHA DE EMBARQUE	:	50% AL INICIO, 50% FECHA EMBARQUE 30 DIAS DESPUES DE HABER ACEPTADO EL PRIMER PAGO
MODO DE TRANSPORTE	:	AÉREO
PUERTO DE EMBARQUE	:	CALLAO – PERU
VALIDEZ DE LA OFERTA	:	30 DIAS

Debemos manifestar que el producto detallado goza de beneficio arancelario por lo que enviaremos el Certificado de Origen.

En señal de conformidad y aceptación de las condiciones arriba expresadas, suscribimos el presente documento.

Atentamente

DORISBETH VANESSA SERPA JAIME
GERENTE COMERCIAL

4.2 Contrato de compra venta internacional(exportaciones/importaciones) sus Documentos.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: **NOVA EXPORT SAC**, empresa constituida bajo las leyes de la República de Perú, debidamente representada por su Gerente General Doña. Dorisbeth Vanessa Serpa Jaime., con Documento de Identidad N° 42763606, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Av. Elmer Faucett 350, San Miguel, Lima –Perú a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de Karl Bertram, identificado con ID 523546 Y señalando domicilio el ubicado en Honderdland 611, 2676 LV Maasdijk, Países Bajos - Netherlands, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: Granadilla fresca cuya presentación será en cajas que contienen 5kg c/u , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo CUARTO

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 45 días luego de recibidas las ordenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de US\$8405.00 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador el 02 de marzo de 2018.

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

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

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después del embarque de la mercancía previa recepción de la guía Aérea debidamente endosada.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerara haber cumplido con sus

obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de DIEZ PORCIENTO (10 %) del total de este contrato.

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SÉPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

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

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

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

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

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

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

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

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

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con

acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de, a los 04 Días del mes de mayo de 2018.

.....

WAYU EXPORT SAC

.....

NATURE'S PRIDE B.V.

4.3 Elección y aplicación del Incoterm

FCA (“Free Carrier” o “Franco Transportista”) significa que el vendedor entrega la mercancía previamente despachada de exportación al transportista elegido (transitario, naviera, aerolínea, etc.) por el comprador en **lugar convenido**. Este punto condiciona las obligaciones de carga y descarga de la mercancía. En este sentido, si la entrega se lleva a cabo en las instalaciones del vendedor, es éste quien asume el coste de la carga en el medio de transporte, mientras que si se realiza en cualquier otro sitio, el vendedor no es responsable.

Obligaciones del vendedor

- **Suministrar** mercancía y factura comercial según contrato.
- Obtener **licencias, autorizaciones y similares**.
- Despachar de **exportación** la mercancía.
- Correr con el **riesgo de pérdida o daño** hasta la entrega de la mercancía.
- Pagar **gastos** de la mercancía hasta su entrega, incluyendo despacho de exportación y otras **dispendios exigibles** a este respecto.
- Prestar al comprador la ayuda necesaria para conseguir el **documento de transporte** (B/L o similar) o mensaje electrónico equivalente.
- Entregar la mercancía al agente transportista **en el lugar acordado**, cosa que ocurre cuando:

La mercancía ha sido cargada en el medio de transporte proporcionado por el transportista si el lugar acordado son las **instalaciones del vendedor**.

Si el lugar acordado es diferente al anterior, cuando la mercancía es puesta a disposición del transportista (u otra persona designada por el comprador) en el medio de transporte del vendedor **sin ser descargada**. Si no se acuerda el punto específico dentro del lugar acordado, y si hay diversos disponibles, el vendedor puede escoger el que prefiera.

Obligaciones del comprador

- **Pagar** el precio de la mercancía según contrato.
- Despachar de importación la mercancía, pagando los impuestos y derechos respectivos y obteniendo las licencias y similares que sean menester.
- Contratar y pagar el transporte de la mercancía desde el lugar de entrega convenido, así como **los costes desde ese punto**.
- **Aceptar** la entrega de la mercancía.
- Cubrir los riesgos de daño y pérdida **desde** la entrega por parte del vendedor

Comprador.-

- Pagar lo indicado en el contrato.
- Contratar el transporte internacional desde el puerto de embarque acordado.
- Asumir todos los daños, pérdidas o robo una vez la carga sobrepase la borda del buque.
- Pagar los impuestos y gastos de importación.
- Pagar los cargos logísticos.

Vendedor.-

- Proporcionar todos los documentos necesarios.
- Entregar la carga a bordo del buque.
- Asumir todos los daños, pérdidas o robo antes que la carga sobre pase la borda del buque.
- Pagar los cargos de flete local y exportación.

Ventajas.-

- El grueso de la operativa va hacia el importador.
- Minimiza el riesgo y responsabilidades al exportador.

4.4 Determinación del medio de pago y cobro

Según la negociación realizada se determino el pago via T/T (TELE TRANSFERENCIA de acuerdo al siguiente cronograma:

50% adelanto al aceptar la cotización

50% al día siguiente del embarque, previo envío y recepción de la guía aérea.

Se escogio esta modalidad de pago por las siguientes características:

Tabla 66 Ventajas y desventajas de la tele transferencia

Ventajas	Desventajas
Es una operación con bajas comisiones.	Con relación al cheque personal, deja de obtener los beneficios que le puede dar la demora en el pago.
Solo requiere de una solicitud de instrucciones para realizar el cargo a cuenta.	Inmovilización de los fondos en el momento de la orden.
Las operaciones son procesadas, dependiendo del momento de recepción, el mismo día o mas tardar al día siguiente.	Mayor coste bancario que en el cheque persona

Elaboración: Propia

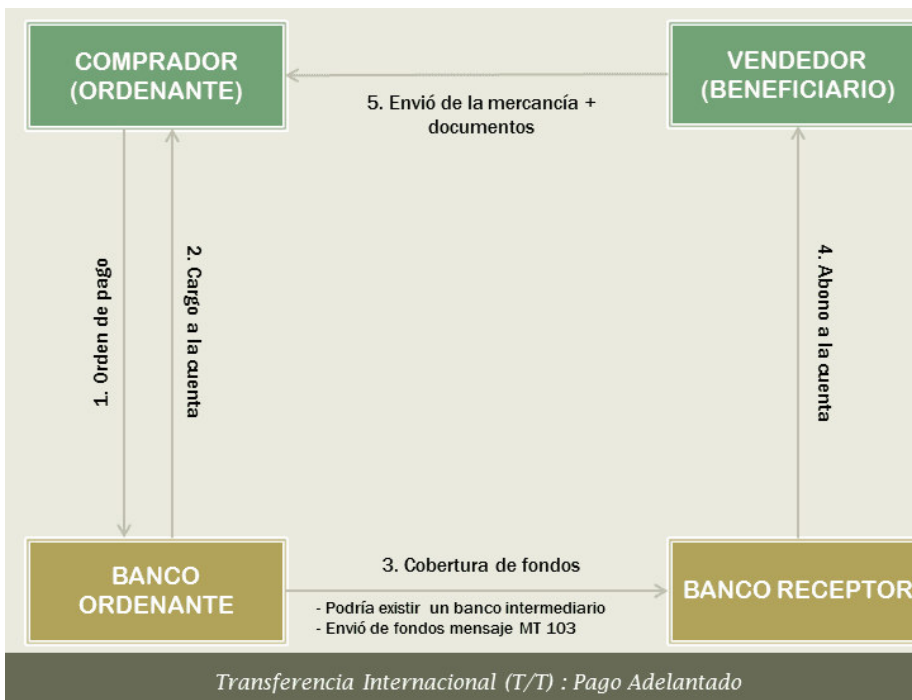


Figura15 proceso de T/T

4.3 Elección del Regimen de exportación o de Importación

El regimen elegido es EXPORTACIÓN DEFINITIVA, de acuerdo al procedimiento DESPA PG.02, debido a que se realizara una exportación sin retorno.

4.4 Gestión Aduanera del comercio Internacional

La empresa envía los documentos a AUSA ADUANAS, invitándolos a trabajar una exportación definitiva hacia Holanda. Para ello entrega la siguiente información y documentos:

- TraducciónFactura
- Packing list
- Certificado de origen
- Carta Poder
- Bill of Lading
- Booking o Reserva de espacio.
- Datos del importador (RUC y DNI)
- Información del agente de carga
- Peso y dimensiones de la carga

4.5 Gestión de las Operaciones

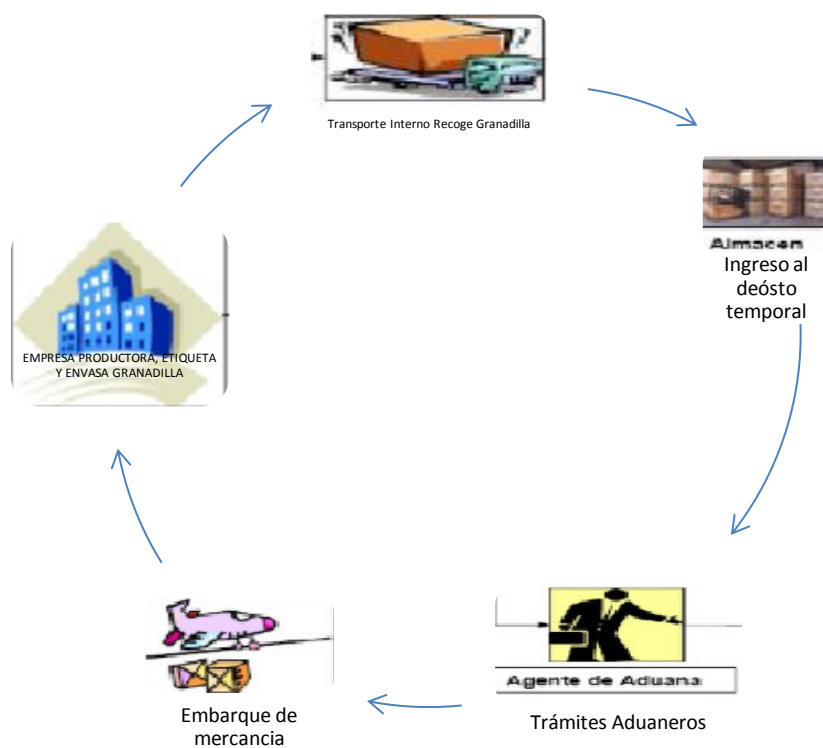


Figura 17 Flujo de Operaciones

Fuente: Elaboración Propia

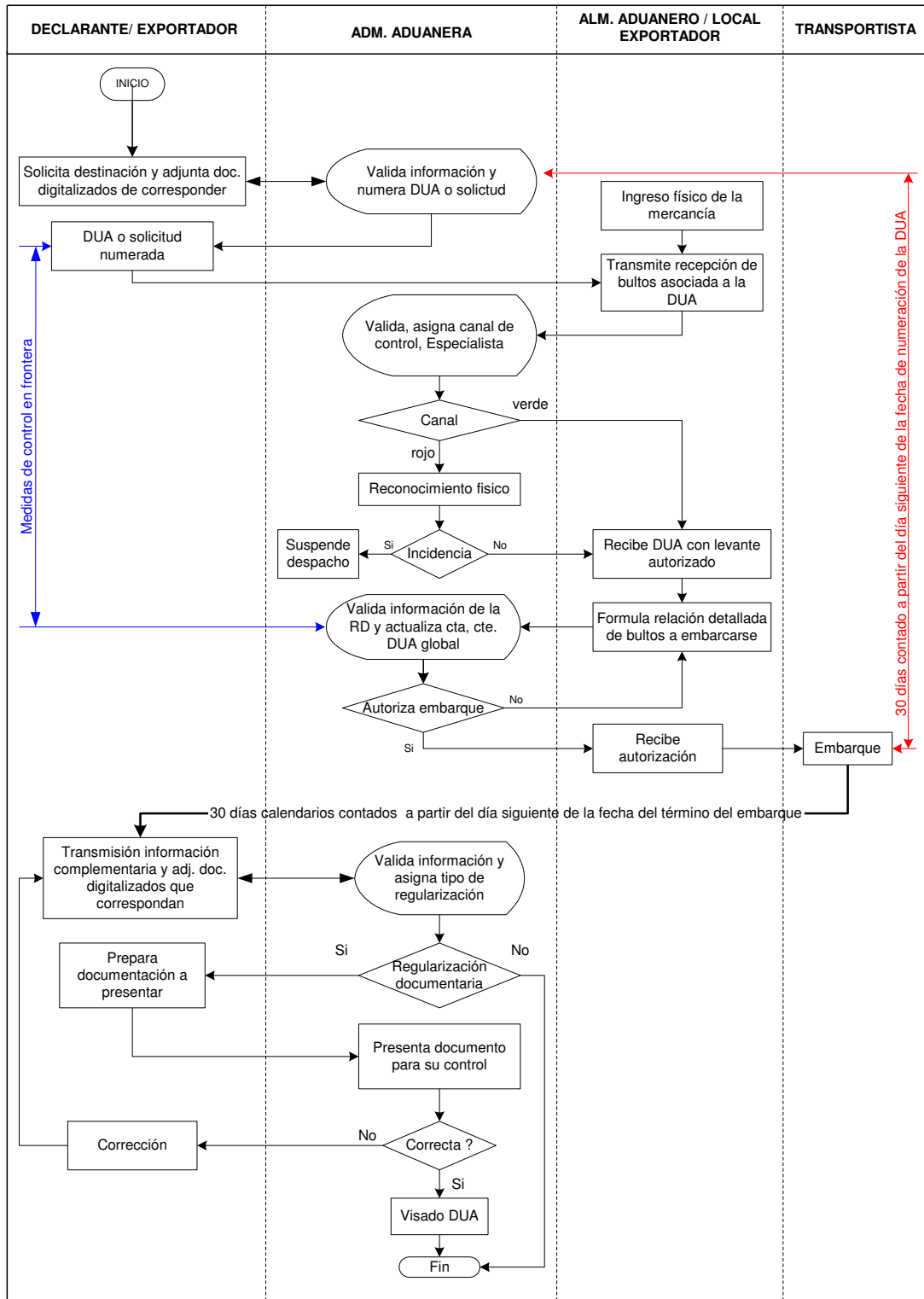
RUTA AÉREA PERU – HOLANDA

Líneas – Días de tránsito – Lugar de arribo

ORIGEN	DESTINO	AEROLINEA	TIEMPO TRÁNSITO	FRECUENCIA SALIDA	RUTA
LIM	Rotterdam	Luthansa	27 horas 40 minutos.	Diaria	LIM –Miami-London-Rotterdam
LIM	Rotterdam	KLM	28 horas.	Diaria	LIM - Miami-London-Rotterdam
LIM	Rotterdam	LAN-TAM	30 horas	Diaria	LIM - Miami-London-Rotterdam

Figura 16 Frecuencia de salida de Vuelos a Holanda

PROCESO DE EXPORTACIÓN DEFINITIVA



5 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Inversión fija

5.1.1 Activos tangibles

Tabla 67. Activos Tangibles

(Expresado en Soles)

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
Muebles y enseres			
Escritorios	4	350.00	1,400
Sillas giratorias	4	120.00	480
Muebles de espera	2	900.00	1,800
Estante de madera	5	300.00	1,500
Mesas (mesa de centro y comedor)	2	500.00	1,000
Equipos			
Computadoras	4	1500.00	6,000
Ventiladores	3	130.00	390
Impresora Multifinacional	1	1500.00	1,500
Microondas	1	400.00	400
Costo de equipos y maquinarias			14,470

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 67nos presenta información acerca de la inversión de los activos tangibles de la empresa Nova Export S.A.C. la cual consta principalmente de todos los equipos y maquinarias con las que contará la empresa, es decir para sus actividades y no serán para la venta. Los Activos Tangibles son los muebles, enseres y equipos.

5.1.2 Activos intangibles

Tabla 68. Activos Intangibles

(Expresado en Soles)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	1000.00
Marca	576.85
Constitucion de empresa	922.62
Licencia de funcionamiento	39.50
Garantía de local	3300.00
Inversión intangible	5838.97

Fuente: Elaboración Propia

Como se aprecia en la tabla68, la inversión intangible es todo aquello inmaterial, por lo cual se ha considerado; el Diseño de página web, Marca, constitución de empresa, licencia de funcionamiento y garantía del local.

5.2 Capital de trabajo

Es la capacidad de una empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

Tabla 69. Capital de Trabajo

(Expresado en Soles)

Capital de trabajo en soles			
Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo cuatrimestral
Total capital de trabajo		59,169	116,776
Capital de trabajo		49,169	106,776
Caja		10,000	10,000
Costo de producto tercerizado		8,360.00	33,440.00
Costo de producto tercerizado (unidad)	1.50	792	3,168
Materia Prima (kilogramos)	2.00	4,435	17,741
Costo de etiqueta (unidad)	0.05	528	2,112
Costo de caja (cartón corrugado) (unidad)	1.00	528	2,112
Transporte del maquilador hacia depósito temporal (kilogramos)	0.80	2,077	8,307
Gasto de personal		6,300.00	25,200.00
Gerente General	2,500	2,500	10,000
Asistente de logística y comercio exterior	1,300	1,300	5,200
Asistente de marketing y ventas	1,300	1,300	5,200
Asistente Administrativo	1,200	1,200	4,800
Materiales indirectos		103.50	333.00
Recogedor (unidad)	8.00	8.00	8.00
Escoba (unidad)	10.00	10.00	10.00
Jabón líquido (bolsa)	13.50	27.00	108.00
Paños (paquete)	9.00	9.00	9.00
Lejía (galón)	7.50	7.50	30.00
Papel higiénico (paquete por 4 rollos)	42.00	42.00	168.00
Gastos fijos		1,450.00	4,350.00
Pago de alquiler de local	1,100	1100.00	3,300

Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	350	350.00	1,050
Costo de exportación		2,449.30	9,797.20
Seguro de carga	300.90	300.90	1,204
Certificado de origen	46.00	46.00	184
Transmisión electrónica	40.00	40.00	160
Trámite documentario	101.32	101.32	405
Gasto administrativo	24.00	24.00	96
Agenciamiento de Aduanas	550.00	550.00	2,200
Gastos Operativos	110.00	110.00	440
Aforo físico	140.00	140.00	560
Gastos de Almacén	180.00	180.00	720
comision por transferencia bancaria	80.00	80.00	320
Cantonerías y zunchos	400.00	400.00	1,600
Manipuleo de la carga	40.00	40.00	160
Gastos administrativos		1,197.00	4,347.00
Hojas bond (millar)	15.00	15.00	15
Folder de palanca (unidades)	6.00	48.00	48
Lapiceros (cajas)	11.00	22.00	22
Lápices (caja)	8.00	8.00	8
Perforador (unidades)	6.00	24.00	24
Engrampador (unidades)	7.50	30.00	30
Control de calidad	750.00	750.00	3,000
Contabilidad	300.00	300.00	1,200
Gastos de ventas		29,308.83	29,309
Página web	450	450	
Espacio en la feria (Stand)	10000	10000	
Decoración del Stand	2500	2500	
Pasaje Aéreo	3200	3200	
Hospedaje	1000	1000	
Movilidad	350	350	
Alimentación	500	500	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3500	3500	
Google adword	2916	2916	
Rueda de negocio	1850	1850	
Comisionista	3043	3043	

Elaboración propia

En la 69, se puede apreciar que nuestro costo mensual de trabajo es de 59,169, esto luego de haber realizado los costos necesarios para llegar al monto presentado, el cual es la suma de hallar el costo de personal materiales indirectos, costos fijos, gastos administrativos y nuestros gastos ventas; incorporando el monto designado como caja chica, el cual asciende a 10,000. Asimismo, se ha calculado en forma cuatrimestral nuestro costo de capital de trabajo el cual asciende a 116,776 soles, ya que es la inversión de capital necesaria para ser frente a nuestros gastos operativos hasta que nuestros ingresos puedan cubrir los egresos de los 4 primeros meses.

5.3 Inversión Total

Tabla70. Inversión Total

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	1000.00
Marca	576.85
Constitucion de empresa	922.62
Licencia de funcionamiento	39.50
Garantia de local	3300.00
Inversión intangible	5838.97
Equipos y maquinaria	8290.00
Muebles y enseres	6180.00
Inversión Tangible	14470.00
Capital de trabajo	116776.03
Inversión Total	
Inversión tangible	14,470.00
Inversión intangible	5,838.97
Capital de trabajo	116,776.03
Total	137,085.00

Elaboración propia

En la tabla 70, se detalla la inversión total que se necesita para poner en funcionamiento la empresa. Cabe precisar que la inversión total se obtiene al sumar el cálculo de la inversión intangible, inversión tangible y el capital de trabajo; de los cuáles el que mayor representa es el capital de trabajo ya que cuenta con un 82.52% del total, seguido por la inversión tangible el cual es el 10.48% del total y finalmente inversión intangible que representa el 7 % del total.

5.4 Estructura de inversión y financiamiento

Tabla 71 Estructura de financiamiento

(Expresado en Soles)

Datos de financiamiento	
% Aporte propio	44%
% Financiado	56%
Préstamo a mediano plazo	76,768
Aporte propio	60,317
Total	137,085

Elaboración propia

En la tabla 71 se puede apreciar la estructura de financiamiento, en donde se detalla cuál será el aporte propio y cuánto será financiado por la entidad financiera elegida. Debemos mencionar que esta estructura está formada por

el aporte del capital propio de un 44% que es necesario para poder vender el producto y un 56% financiado por la Caja Metropolitana. Asimismo, es importante indicar que el capital propio es de 60,317 soles, mientras que el aporte financiado es de 769,768 soles.

Tabla 72. Flujo de caja de deuda

(Expresado en Soles)

Meses	Saldo deudor	Interes	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0	76,768				Escudo Fiscal	
1	75,402	1,843.76	1,365.77	3,210	27.66	3,181.87
2	74,003	1,810.96	1,398.57	3,210	27.16	3,182.36
3	72,571	1,777.37	1,432.16	3,210	26.66	3,182.87
4	71,105	1,742.97	1,466.55	3,210	26.14	3,183.38
5	69,603	1,707.75	1,501.78	3,210	25.62	3,183.91
6	68,065	1,671.68	1,537.85	3,210	25.08	3,184.45
7	66,490	1,634.75	1,574.78	3,210	24.52	3,185.01
8	64,878	1,596.92	1,612.60	3,210	23.95	3,185.57
9	63,226	1,558.19	1,651.33	3,210	23.37	3,186.16
10	61,535	1,518.53	1,691.00	3,210	22.78	3,186.75
11	59,804	1,477.92	1,731.61	3,210	22.17	3,187.36
12	58,030	1,436.33	1,773.20	3,210	21.54	3,187.98
13	56,215	1,393.74	1,815.79	3,210	20.91	3,188.62
14	54,355	1,350.13	1,859.40	3,210	20.25	3,189.28
15	52,451	1,305.47	1,904.05	3,210	19.58	3,189.95
16	50,501	1,259.74	1,949.78	3,210	18.90	3,190.63
17	48,505	1,212.92	1,996.61	3,210	18.19	3,191.33
18	46,460	1,164.96	2,044.57	3,210	17.47	3,192.05
19	44,367	1,115.86	2,093.67	3,210	16.74	3,192.79
20	42,223	1,065.57	2,143.96	3,210	15.98	3,193.54
21	40,027	1,014.08	2,195.45	3,210	15.21	3,194.32
22	37,779	961.35	2,248.18	3,210	14.42	3,195.11
23	35,477	907.35	2,302.17	3,210	13.61	3,195.92
24	33,119	852.06	2,357.47	3,210	12.78	3,196.75

25	30,705	795.44	2,414.09	3,210	11.93	3,197.60
26	28,233	737.46	2,472.07	3,210	11.06	3,198.47
27	25,702	678.09	2,531.44	3,210	10.17	3,199.36
28	23,109	617.29	2,592.24	3,210	9.26	3,200.27
29	20,455	555.03	2,654.50	3,210	8.33	3,201.20
30	17,737	491.28	2,718.25	3,210	7.37	3,202.16
31	14,953	425.99	2,783.54	3,210	6.39	3,203.14
32	12,103	359.14	2,850.39	3,210	5.39	3,204.14
33	9,184	290.68	2,918.85	3,210	4.36	3,205.17
34	6,195	220.58	2,988.95	3,210	3.31	3,206.22
35	3,134	148.79	3,060.74	3,210	2.23	3,207.30
36	0	75.28	3,134.25	3,210	1.13	3,208.40

Elaboración propia

En la tabla 72 se detalla el flujo de los préstamos que realizó la empresa, lo cual como se muestra irá disminuyendo en medida que se vaya amortizando la deuda. La renta está realizada en cuotas iguales y es constante en el plazo en el que se tenga planeado pagar la deuda (36 meses), Asimismo es preciso acentuar que la renta está constituida por la suma del interés y la amortización. Asimismo, la empresa aprovechará el escudo fiscal que produce el préstamo a través de la disminución en el impuesto a la renta que la empresa tendrá que pagar.

5.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 73 Tasa de Interés Principales Bancos

TASAS BANCOS Y ENTIDADES FINANCIERAS			
Instituciones Financieras	Tasa de Interés Efectiva Anual (% Máxima)	Tasa Moratoria (% Anual)	Seguro Desgravamen (% Mensual)
1. Banco Azteca Perú	98.05	148.08	0.03
2. Banco Ripley	59.95	99.00	2.00
3. Banco Falabella Perú S.A.	56.45	79.38	0.06
4. Mibanco	59.00	75.00	0.14
5. Banco de Crédito del Perú-BCP	49.00	22.00	0.09
6. HSBC Bank Perú	42.00	0.25	0.06
7. Banco Financiero	34.00	35.00	0.08
8. Interbank	32.00	12.68	0.08
9. BBVA Continental Perú	30.00	28.50	0.04
10. Scotiabank Perú	29.00	25.00	0.08
11. Citibank	29.50	14.75	0.09
12. Banco de Comercio	25.00	20.00	0.07
13. Derrama Magisterial	24.60	---	0.019
14. Banco Interamericano de Finanzas	24.00	15.00	0.06
15. Banco de la Nación	17.00	5.00	1.55

Fuente: SBS

Tabla 74 Tasa de Interés promedio Cajas Municipales

Tasa Anual (%)	CMA C Areq.	CMA C Cusc.	CMA C del Santa	CMA C Huac.	CMA C Ica	CMA C Mayn	CMA C Paita
MYPE	33.46	34.69	42.40	28.34	31.58	43.19	40.16
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	36.61	47.25	59.46	43.33	42.42	50.41	40.61
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	36.42	40.20	59.05	44.13	39.88	55.45	38.10
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	40.09	36.76	52.11	41.05	32.55	46.12	52.28
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	33.67	31.99	39.67	27.23	30.33	37.10	39.76

Fuente: Elaboración propia en base a COFIDE, Banco financiera y Caja metropolitana

De acuerdo a los cuadros presentados anteriormente se tomó la decisión de trabajar con la Caja Metropolitana de Lima.

Al ser NOVA SAC. una empresa que recién inicia sus operaciones y al no contar con un historial crediticio, es difícil que la entidad financiera pueda otorgar un préstamo, por ello la empresa vio por conveniente realizar un préstamo con el aval financiero de un SOCIO, el cual ya cuenta con empresa propia y presenta un historial crediticio que permite avalar a la empresa con un préstamo, que se convierte en una estrategia para poder financiar la inversión que se requiere. Los requisitos para el préstamo son:

- Copia del documento de identidad de titular y cónyuge
- Copia del RUC
- Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (y otros documentos que solicite el asesor financiero)
- Copia del último recibo de luz, agua o teléfono (sólo uno de ellos)
- Copia del documento de propiedad de vivienda
- En caso de no contar con vivienda propia, se solicitará el aval

Tabla 75: Condiciones de crédito

(Expresado en Soles)

Préstamo	76,768
Tiempo (mensual)	36
Tasa interés mensual	2.40%
Periodo de gracia con pago de intereses	0
Valor de la Cuota	3,210

Elaboración propia

En la tabla 75 se resumen las principales características del préstamo a solicitar, dentro de los cuales encontramos que se realizará un préstamo a la Caja Metropolitana de Lima como ya se había mencionado, por la suma de 76,768 soles, el cual será pagado en un plazo de 3 años, con un costo de interés mensual de 2.40%, cabe mencionar que no hay un periodo de gracia con pago de intereses y el valor de la cuota es de 3,210. soles.

5.6 Presupuesto de costos

- **Costos directo**

Tabla 76. Costo de Producto Tercerizado

(Expresado en Soles)

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de compra de producto tercerizado	100,320.00	107,549.29	116,408.20	127,196.78	140,296.42

Fuente: Elaboración propia

Tabla 77: Costos de exportación

(Expresado en Soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Seguro de carga	3,610.8 0	3,755.2 3	3,942.9 9	4,179.5 7	4,472.1 4
Certificado de origen	552.00	552.00	552.00	552.00	552.00
Transmisión electrónica	480.00	499.20	524.16	555.61	594.50
Trámite documentario	1,215.8 4	1,264.4 7	1,327.7 0	1,407.3 6	1,505.8 7
Gasto administrativo	288.00	299.52	314.50	333.37	356.70
Agenciamiento de Aduanas	6,600.0 0	6,864.0 0	7,207.2 0	7,639.6 3	8,174.4 1
Gastos Operativos	1,320.0 0	1,372.8 0	1,441.4 4	1,527.9 3	1,634.8 8
Aforo físico	1,680.0 0	1,747.2 0	1,834.5 6	1,944.6 3	2,080.7 6
Gastos de Almacén	2,160.0 0	2,246.4 0	2,358.7 2	2,500.2 4	2,675.2 6
comisión por transferencia bancaria	960.00	998.40	1,048.3 2	1,111.2 2	1,189.0 0
Manipuleo de la carga	480.00	499.20	524.16	555.61	594.50
Total	29,391. 60	30,545. 18	32,044. 84	33,934. 41	36,271. 18

Fuente: Elaboración propia**- Costos indirectos****Tabla 78: Materiales Indirectos**

(Expresado en Soles)

Materiales de limpieza	2019	2020	2021	2022	2023
Útiles de limpieza	630.00	649.4	669.4	690.1	711.4
Total de materiales indirectos	630.00	649.42	669.44	690.08	711.36

Fuente: Elaboración propia

Tabla 79: Gastos de personal

(Expresado en Soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente General	32,948. 52	34,266. 46	35,637. 12	37,062. 60	38,545. 11
Asistente de logística y comercio exterior	17,133. 23	17,818. 56	18,531. 30	19,272. 55	20,043. 46
Asistente de marketing y ventas	16,918. 98	17,595. 74	18,299. 57	19,031. 55	19,792. 81
Asistente Administrativo	15,644. 20	16,269. 97	16,920. 77	17,597. 60	18,301. 51
Gasto de personal total	82,644. 93	85,950. 73	89,388. 76	92,964. 31	96,682. 88

Fuente: Elaboración propia**Tabla 80: Gastos fijos**

(Expresado en Soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Pago de alquiler de local	13,200.0 0	13,464.0 0	13,733.2 8	14,007.9 5	14,288.1 0
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	4,200.00	4,329.48	4,462.96	4,600.55	4,742.38
Total Gastos Indirectos	17,400.0 0	17,793.4 8	18,196.2 4	18,608.4 9	19,030.4 8

Fuente: Elaboración propia

Tabla 81: Gastos administrativos

(Expresado en Soles)

Materiales de oficina	2019	2020	2021	2022	2023
Útiles de oficina	322.00	331.93	342.16	352.71	363.58
Control de calidad	9,000.00	9,360.00	9,828.00	10,417.68	11,146.92
Contabilidad	3,600.00	3,744.00	3,931.20	4,167.07	4,458.77
Total de gastos administrativos	12,922.00	13,435.93	14,101.36	14,937.46	15,969.27

Fuente: Elaboración propia**Tabla 82: Gastos de ventas**

(Expresado en Soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Página web	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
Alquiler Stand en feria	10000.00	10500.00	11130.00	11909.10	12861.83
Logística para armado de stand	2500.00	2625.00	2782.50	2977.28	3215.46
Pasaje Aéreo	3200.00	3360.00	3561.60	3810.91	4115.78
Hospedaje	1000.00	1050.00	1113.00	1190.91	1286.18
Movilidad	350.00	367.50	389.55	416.82	450.16
Alimentación	500.00	525.00	556.50	595.46	643.09
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3500.00	3675.00	3895.50	4168.19	4501.64
Google adword	2916.00	3061.80	3245.51	3472.69	3750.51
Rueda de negocio	1850.00	1942.50	2059.05	2203.18	2379.44
Comisionista	3042.83	3194.97	3386.67	3623.74	3913.64
Total gasto de ventas	29308.83	30751.77	32569.88	34818.27	37567.73

Fuente: Elaboración propia

5.7 Punto de equilibrio

Tabla 83: Costos fijos

(Expresado en Soles)

Gastos de personal	82,645
Materiales indirectos	630
Gastos fijos	17,400
Gastos administrativos	12,922
Gasto de ventas	29,309
Costo fijo Total	142,906

Fuente: Elaboración propia

La tabla 83 presenta los costos fijos en lo que la empresa tendrá. Se entiende por costos fijos, con aquellos costos que la empresa debe pagar de manera periódica y fija, sin interesar si genera ingresos o no.

Los costos fijos de la empresa están constituidos por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas lo que hacen un total de S/.142, 906 para el primer año.

Tabla 84: Costos variables

(Expresado en Soles)

Costo de producto tercerizado	100,320.00
Costo de exportación	29,391.60
Costo variable total	129,711.60

Elaboración propia

En la tabla 84 se aprecia los costos variables de la empresa, los cuales están compuestos por el costo total del producto que comercializamos, el cual genera un total de 129,711.60 soles para el primer año.

Tabla 85: Costos totales

(Expresado en Soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
128,200	105,616	272617

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 85 se observa el costo total en el que incurrirá Nova Export S.A.C. El costo total de la empresa está constituido por la suma del costo fijo y el costo variable que hacen un total de S/. 272,617 para el primer año de operaciones.

Tabla 86: Estructura de precio(Expresado en Soles)

CVU	5.12
CFU	5.64
Costo unitario	10.76
Margen de ganancia	17%
Valor de venta	12.96
IGV	0.00
Precio de venta FOB	12.96
Punto de equilibrio (En cantidad)	18,224
Punto de equilibrio (En dinero)	236,175

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se calcula el punto de equilibrio para el producto:

Donde:

Q = Cantidad en unidades

Pv = Precio de venta por unidad

Cvu = Costo variable por unidad

CFT = Costo fijo total

Producción mínima en unidades: $Q = CFT / Pv - Cvu$

Para cubrir los costos entonces:

Productos en un año: 18227 unidades

Costo fijo total: S/. 142906

Precio: S/.12.96 por unidad

Costo variable unitario = 5.12

Desarrollando con la fórmula:

142906

----- = 18227 unidades.

12.96 – 5.12

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar en donde los ingresos son iguales a los egresos es 18227 unidades anuales para no ganar ni perder y la venta adicional de una unidad representará la ganancia para la empresa.

Punto de equilibrio en dinero: $18227 * 12.96 = 236,221.92$

5.8 Presupuesto de ingresos

Tabla 87: Ventas en los próximos años

(Expresado en Soles)

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	328,455	341,593	358,672	380,193	406,806
Tasa de crecimiento	0	4.00%	5.00%	6.00%	7.00%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 87, las ventas reflejan los cinco años proyectados de la evaluación del negocio. El valor representado por los ingresos por las ventas del primer año es de S/. 328, 455

Tabla 88: Saldo a favor del exportador

- (Expresado en Soles)

Años	0	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de compra de producto		100,320	107,549	116,408	127,197	140,296
Gastos administrativos		12,922	13,436	14,101	14,937	15,969
Gasto de ventas		29,309	30,752	32,570	34,818	37,568
Materiales indirectos		630	649	669	690	711
Total		143,181	152,386	163,749	177,643	194,545
IGV de ventas 18%		0	0	0	0	0
IGV Compras 18%		25,773	27,430	29,475	31,976	35,018
IGV de inversiones	3,656					
Diferencias de IGV	3,656	25,773	27,430	29,475	31,976	35,018
Devolución del IGV		29,428	27,430	29,475	31,976	35,018

Fuente: Elaboración propia

En la tabla88 se observa el crédito fiscal que es la diferencia del IGV de ventas menos el IGV Sin embargo, por tratarse de una exportación, se exonera del pago de IGV Por lo tanto, la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras es el saldo a favor del exportador. La devolución del IGV de compras se considera dentro de los ingresos en el estado de ganancias y pérdidas y también en el flujo de caja económico.

5.9 Presupuesto de egresos

Tabla 89: Tasa de inflación de los años 2012 al 2017

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tasa de inflación	2.86%	3.22%	4.40%	3.23%	3%	1.36%

Fuente: Elaboración propia en base al Banco Central de Reserva del Perú (BCR)

- Costos directos

Tabla 90: Costos variables

(Expresado en Soles)

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de compra de producto tercerizado	100,320.00	107,549.29	116,408.20	127,196.78	140,296.42
costos de exportación	29,391.60	30,545.18	32,044.84	33,934.41	36,271.18
Costo de venta	129,711.60	138,094.48	148,453.04	161,131.20	176,567.61

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 91: Presupuesto proyectado de costos fijos

(Expresado en Soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de personal	82,644.93	85,950.73	89,388.76	92,964.31	96,682.88
Materiales indirectos	630.00	649.42	669.44	690.08	711.36
Gastos fijos	17,400.00	17,793.48	18,196.24	18,608.49	19,030.48
Gastos administrativos	12,922.00	13,435.93	14,101.36	14,937.46	15,969.27
Gasto de ventas	29,308.83	30,751.77	32,569.88	34,818.27	37,567.73

Fuente: Elaboración propia

5.10 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja o dinero en efectivo, es un informe financiero que muestra el flujo o movimiento de dinero que se recibe a través de los ingresos netos u otras fuentes y lo que se gasta. El saldo de esta diferencia dará el flujo de efectivo excedente o deficiente, dependiendo si la cantidad de resultado es positiva o negativa.

5.10.1 Flujo de caja económico

Tabla 92: Flujo de caja económico

(Expresado en Soles)

Período (años)	0	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos Operativos		357.88 3	369.02 2	388.14 7	412.16 8	441.82 4
Costo de venta		129.71 2	138.09 4	148.45 3	161.13 1	176.56 8
Gastos de ventas		29.309	30.752	32.570	34.818	37.568
Gastos fijos		17.400	17.793	18.196	18.608	19.030
Gasto de personal		82.645	85.951	89.389	92.964	96.683
materiales indirectos		630	649	669	690	711
gastos administrativos		12.922	13.436	14.101	14.937	15.969
Impuesto a la renta		5.368	5.535	5.822	6.183	6.627
Egresos Operativos		277.98 6	305.81 4	314.59 6	329.33 2	353.15 7
Inversiones en Activo Fijo Tangible	14.470					
Inversiones en Activos Fijo intangible	5.839					
Inversiones en Capital de Trabajo	116.77 6					116.77 6
Valor residual						3.485
Flujo de Caja Económico	- 137.08 5	79.897	63.208	73.551	82.836	208.92 9

Fuente: Elaboración propia

Nota: T/C 3.26

La **tabla 92** presenta el flujo de caja económico, el que esta compuesto por los ingresos operativos menos los egresos operativos, el cual se registra en el Estado de ganancias y pérdidas.

5.10.2 Flujo de caja financiero

Tabla 93: Flujo de caja financiero

(Expresado en Soles)

Flujo de Caja Económico	137,085	79,897	63,208	73,551	82,836	208,929
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	76,768					
- Egresos por servicio de deuda		38,218	38,310	38,433		
Total flujo de deuda	76,768	38,218	38,310	38,433	-	-
Total Flujo de Caja Financiero	60,317	41,680	24,898	35,117.90	82,836	208,929

Fuente: Elaboración propia

En la **tabla 93**, se observa el flujo de caja financiero el cual incluye la deuda por préstamo, así también dentro del egreso por servicio a la deuda, está considerado el escudo fiscal por el ahorro tributario.

5.11 Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 94: Depreciación de activos tangibles

(Expresado en Soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Computadoras	6,000.00	25%	1500.00	1500.00	1500.00	1500.00	0.00
Impresora Multifuncional	1,500.00	25%	375.00	375.00	375.00	375.00	0.00
Ventiladores	390.00	10%	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00
Microondas	400.00	10%	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Muebles y enseres	6,180.00	10%	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00
Total			2572.00	2572.00	2572.00	2572.00	697.00

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Tabla 95: Amortización de activos intangibles

(Expresado en Soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortización intangibles	5839	20%	1,167.79	1,167.79	1,167.79	1,167.79	1,167.79
Acumulado			1,167.79	2,335.59	3,503.38	4,671.18	5,838.97

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Tabla 96: Depreciación y amortización

(Expresado en Soles)

concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Deprec + Amortización	3,739.79	3,739.79	3,739.79	3,739.79	1,864.79

Fuente: Elaboración propia

Tabla 97: Estado de ganancias y pérdidas

(Expresado en Soles)

Periodo	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	357,883	369,022	388,147	412,168	441,824
Costo de venta	129,712	138,094	148,453	161,131	176,568
Utilidad bruta	228,171	230,928	239,694	251,037	265,257
Gastos de ventas	29,309	30,752	32,570	34,818	37,568
Gastos fijos	17,400	17,793	18,196	18,608	19,030
Gasto de personal	82,645	85,951	89,389	92,964	96,683
materiales indirectos	630	649	669	690	711
gastos administrativos	12,922	13,436	14,101	14,937	15,969
Depreciación y amortización	3,740	3,740	3,740	3,740	1,865

Utilidad operativa	81,526	78,607	81,029	85,279	93,430
Gastos Financieros	19,777	13,603	5,395		
Utilidad Ante de Impuestos	61,749	65,004	75,634	85,279	93,430
Impuesto a la renta	5,368	5,535	5,822	6,183	6,627
Utilidad neta	56,380	59,468	69,812	79,096	86,803

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 97, se muestra el estado de ganancias y pérdidas de Nova Export S.A.C. que inicia con el ingreso por ventas, esto quiere decir el monto total en Soles de las ventas durante el periodo al cual se resta el costo de venta.

La utilidad bruta es de S/. 228,171 para el primer año, que representa el diferencial para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. Luego, los gastos operativos que incluyen los gastos de ventas, los gastos fijos, otros costos fijos, depreciación y amortización, y marketing se deducen de la utilidad bruta.

La utilidad operativa de S/. 81,526 y representa la utilidad obtenida por la venta de los productos, este monto no considera costos financieros ni fiscales. Luego se consigna S/. 61,749 como utilidad neta antes de impuestos.

Posteriormente se calculan los impuestos a las tasas fiscales adecuadas y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de Nova Export S.A.C. nos da como resultado S/.56,380.

5.12 Evaluación de la inversión

5.12.1 Evaluación económica

Tabla 98: Resultados económicos

VANE	S/. 81,976.76
TIRE	54.19%
B/C (FCE)	1.75

Fuente: Elaboración propia

La tabla 98, se observa el análisis económico de la empresa y de ello se puede afirmar que este proyecto es rentable, porque el flujo de efectivo económico presenta las condiciones adecuadas para que un proyecto pueda ser aceptado, dando como resultado VANE igual a S/. 81, 976.76 un TIRE de 54.19 % y un beneficio/costo de 1.75, esto significa que se cumple la regla para que un proyecto sea rentable:

$$\text{VAN} > 0, \text{TIR} > \text{COK} \text{ y el } \text{B/C} > 1$$

Tabla 99: Periodo de recuperación económica

(Expresado en Soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	- 137,085	63,54 4	39,982	37,002	33,144	66,486
FCE Acumulado		63,54 4	103,52 6	140,52 9	173,67 2	240,15 8

Fuente: Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 35 meses

En la tabla 99 se observa el periodo de recuperación económica, y se tiene en cuenta el CPPC de 22.61%. Entonces, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 35 meses.

5.12.2 Evaluación financiera

Tabla 100: Resultados financieros

VANf	131,173.38
TIRF	74.72%
B/C (FCE)	3.55

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 100 se observa que por tratarse de un flujo de caja financiero el Vanf <Vane, Tirf > tasa de interés de la entidad financiera, se produce un escudo fiscal para beneficio del inversionista. Entre los resultados que se obtuvieron de VANF igual a S/. 131, 173.38, un TIRF de 74.72% y un beneficio/costo de 3.55; se concluye que el proyecto es muy rentable. De acuerdo con el análisis financiero, en ambos casos el proyecto es bueno, siendo la evaluación financiera quien presenta resultados mas favorables.

Tabla 101: Periodo de recuperación financiera

(Expresado en Soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-60,317	35,569	18,132	21,826	43,935	94,565
FCE Acumulado		35,569	53,701	75,527	119,461	214,026

Fuente: Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 33 meses

En la tabla 101 se señala el cuadro de periodo de recuperación financiera teniendo el costo de oportunidad de 21%. Asimismo, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperaría en 35 meses.

5.12.3 Evaluación social

El presente proyecto es acerca de la comercialización, exportación de granadilla fresca; que no genera ningún conflicto social, sino más bien, apoya positivamente a la economía del país al generar nuevos puestos de trabajo y colaboración directa a los agricultores de las zonas de San Ramón y Pasco.

5.12.4 Impacto ambiental

Nova Export S.A.C. es una empresa que exportará granadilla fresca, siendo “respetuosa” con el medio ambiente, buscando criterios que permitan el desarrollo sostenible y es viable desde el punto de vista ambiental.

5.13 Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo

A continuación, se detalla el cálculo del costo de oportunidad:

El costo de oportunidad (COK) o también nombrado como tasa de descuento, es lo mínimo que el inversionista espera ganar en un negocio. El COK es aquel indicador de donde las empresas esperan obtener algún valor que sea beneficioso para el titular, ya que los retornos del proyecto de inversión se esperan que sean iguales o mayores.

En un grupo de posibilidades de inversión, el inversionista debe establecer una comparación entre todas las posibilidades que tiene, ya que es necesario que mida el riesgo de retorno de cada decisión que tome.

Calculo del Beta

D	56%
E	44%
d/e	127%
Tx	1.50%
beta	1.2
beta apalancado	2.69

Fuente: Sunat, Damodaran

Calculo del cok por el método CAPM

Kproy=	Rf+B(Rm-Rf)+RP
--------	----------------

KPROY	Costo de capital propio	17.18
Rf	Tasa libre de riesgo	1.89
B	Beta del sector	2.69
Rm- Rf	Prima por riesgo del mercado	5.69
Rp	Prima por riesgo país	0

Fuente: BCR, Damodaran

A continuación, se detalla el cálculo de la tasa promedio ponderado de capital:

CPPC: (Deudas de terceros/total de financiamiento)*(costos de la deuda)*(1-tasa de impuesto)+(capital propio/total de financiamiento)(costos de capital propio)

Tabla 102: Costo promedio ponderado de Capital

- Capital	44.00%
- Deuda	56.00%
- Cok	17.18%
- Costo de la deuda	32.95%
- Tax Perú	1.50%
- WACC	25.73%

Elaboración propia

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

$$CPPC = (56\% * 32.95\%) * (1-0.015) + (44\% * 17.18\%)$$

CPPC = 25.73%

5.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad supone variaciones y fluctuaciones que afecten el presupuesto de caja, como puede ser disminución de ingresos por ventas, un aumento porcentual en los costos de producción de la granadilla, variación del tipo de cambio, etc, lo cual es un escenario negativo para el importador. Si diera un incremento en el tipo de cambio, Nova Export SAC. podría utilizar el forward de divisas.

FORWARD

es un contrato entre dos sujetos o partes, con el objetivo de tener un compromiso en un futuro para intercambiar un determinado activo o un índice de precios sobre un activo determinado. En los contratos de forwards el precio se determina por anticipado. Este tipo de contratos se utilizan para cubrir los riesgos de mercado, pero también son contratos interesantes para inversionistas dispuestos a asumir riesgos a cambio de una probable ganancia. Al contratar un forward protegemos el activo que subyace al contrato de una depreciación o una apreciación si se trata de un pasivo.

Por tanto, los activos que se intercambian en un contrato forward, podrá ser cualquier activo relevante cuyo precio fluctúa en el tiempo. (<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Informes-Especiales/Cobertura-Cambiaría-Forwards-Divisas.pdf>)

Para la determinación de los tipos de cambio forward se toma en cuenta el tipo de cambio spot (por ejemplo, soles por dólar); el diferencial de tasas de interés (por

ejemplo, el diferencial de tasas de interés entre soles y dólares) y el plazo de vigencia del contrato:

$$F_p = S_p \times \left[\frac{(1 + R_{S/.})}{(1 + R_{\$})} \right]^{n/360} \text{ donde:}$$

F_p = Tipo de Cambio forward

S_p = Tipo de Cambio spot (al contado)

$R_{S/.}$ = Tasa de interés en soles (efectiva anual)

$R_{\$}$ = Tasa de interés en dólares (efectiva anual)

n = Plazo.

A continuación, se muestra un análisis de sensibilidad teniendo al tipo de cambio en diferentes escenarios y cómo afecta la variación al VAN, TIR y al B/C:

Tabla 103: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio

(Expresado en Soles)

TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.35	86,329.55	57%	1.84	138,138.41	79%	3.74
3.30	83,494.85	55%	1.78	133,602.52	76%	3.61
3.25	81,976.76	54.19%	1.75	131,173.38	74.72%	3.55
3.10	78,434.55	52%	1.68	125,505.40	71%	3.40
2.85	68,993.36	46%	1.47	110,398.27	63%	2.99

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 103 se detalla el análisis de sensibilidad del tipo de cambio, el cual afectará tanto en lo económico como lo financiero. Así, pues se tomará de ejemplo un escenario con un tipo de cambio S/. 3.35 se obtiene un b/c económico de 3.74, que significa que por cada dólar que se invierta, se está ganando S/.1.84, es decir, a mayor tipo de cambio mayor beneficio costo para el caso de las exportaciones, ya que se tendrán más nuevos soles por cada dólar que paguen.

En cambio para un tipo de cambio de S/. 3.25 se obtiene un b/c de 3.55, con lo que la empresa ganaría por cada dólar que invierte S/. 1.75; entonces hay una disminución con respecto al tipo de cambio S/. 3.35. Para el escenario más pesimista donde el tipo de cambio es S/. 2.85 se obtiene un b/c de 2.89 y se estaría perdiendo, por cada dólar invertido S/. 1.47, que resulta menos a diferencia de tipos de cambio más altos y es en el tipo de cambio donde la empresa perdería.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. La forma jurídica adoptada para este proyecto es la más conveniente puesto que ofrece beneficios adecuados acorde a la necesidad del tipo de empresa a formar.
2. Según los datos estadísticos presentados la demanda de granadilla en Holanda presenta fluctuaciones ascendentes y Perú es uno de los principales países que exportan a Holanda.
3. El Perú posee condiciones adecuadas en cuanto a clima, suelo y otros para abastecer una demanda favorable de granadilla, es por ello que el cultivo de este producto se da en más de 10 departamentos.
4. El incoterm elegido es el que mejor se adecua a este plan de negocio, y permite
5. Los resultados económicos y financieros son favorables al tener un VANE de S/. 81,976.76, TIRE de 54.19 %, VANF de S/. 131,173.38 y TIRF de 74.72%.
6. El período de recuperación de capital del inversionista es de 3 años.

6.1 Recomendaciones

1. Mayor apoyo del Estado para mejorar la productividad de la granadilla debido a las condiciones favorables permitirá incrementar la producción de 10 TM/ha a 25TM/ha. lo cual incrementará las exportaciones de la Granadilla.
2. Es recomendable Mayor difusión y capacitación para conocer las diversas formas de tributar y ventajas ofrecidas a las PYME, esto implica un trabajo conjunto de la SUNAT, MINTRA y otras instituciones.
3. Aprovechar y considerar que Holanda incremento las importaciones de granadilla, puesto que la adquieren tanto para el consumo local como para la exportación a otros países europeos, por ser considerado un HAB comercial.
4. Capacitación de los agricultores y mayor facilidad en la obtención de certificaciones internacionales permitira que se pueda enfocar la producción al mercado internacional y no solo mercado local.
5. Con los estudios economicos y financieros presentados se garantiza a los inversionistas un adecuado uso del capital invertido y continuar con nuevos estudios para acceder a un mayor número de mercados.

7 Referencias

- (El Peruano. (2008). Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad)

- (SUNAT (2013). Inscripción y obtención del RUC. Encontrado en: http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=557:04-inscripcion-en-el-ruc-por-internet-persona-natural&catid=34:tramites-ruc&Itemid=57)

- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (1991). *Código Penal Artículo 198°*. Recuperado de: <http://spij.minjus.gob.pe/CLP/contenidos.dll?f=templates&fn=default-codpenal.htm&vid=Ciclope:CLPdemo>

- Trade Export Helpdesk. (2012). *Unión Europea: Síntesis de los procedimientos de importación*. Recuperado de: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu12_04v002/eu/main/ovr_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&label=Overview+of+Import+Procedures&languageId=es#EU_Packaging.

- Diario Oficial de las Comunidades Europeas.(1994). *DIRECTIVA 94/62/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, relativa a los envases y residuos de envases*, 20 de Diciembre de 1994.Recuperado de: Directiva 94/62/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-365 31/12/1994) Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A31994L0062>.
- (<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcs.asp?Cl=2&Lg=3&Co=1810>)
- (http://www.munisanmiguel.gob.pe/general/sglc/0501_HS_100_EXPOST.pdf)
- (<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>)
- (<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/712713755rad1EE53.pdf>)
- (<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/4759803.html?idPais=NL>).
- (<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Informes-Especiales/Cobertura-Cambiaria-Forwards-Divisas.pdf>).