



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

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE BARRA NUTRICIONAL DE  
QUINUA, CHIA Y TROZOS DE AGUAYMANTO CON DESTINO A  
LA PROVINCIA DE SANTIAGO, EN EL PAÍS DE CHILE**

**PRESENTADA POR  
ALEXIS ERNEST SEGURA MARZAL**

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

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
INTERNACIONLES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PLAN DE EXPORTACIÓN DE BARRA NUTRICIONAL DE QUINUA, CHIA Y  
TROZOS DE AGUAYMANTO CON DESTINO A LA PROVINCIA DE SANTIAGO,  
EN EL PAÍS DE CHILE.

PRESENTADO POR:

BACHILLER: SEGURA MARZAL, ALEXIS ERNEST

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lima-Perú

2018



## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	9
1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	11
1.1. Nombre o Razón Social.....	11
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU).....	11
1.3. Ubicación y factibilidad municipal .....	12
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la empresa en Marcha .....	13
1.5. Ley de Mype Micro y Pequeña empresa, Características .....	14
1.6. Estructura Orgánica.....	16
1.7. Cuadro de asignación de Personal .....	18
1.8. Forma Jurídica Empresarial .....	19
1.9. Registro de Marca y procedimientos en INDECOPI.....	22
1.11. Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades .....	25
1.12. Registro de Planillas Electrónicas (PLAME) .....	27
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	27
1.14. Modalidades de Contratos laborales .....	28
1.15. Responsabilidad Civil de los Accionistas .....	29
2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	31
2.1. Descripción del Producto .....	31
2.1.1. Descripción Arancelaria .....	32
2.1.2. Propuesta de Valor .....	32
2.1.3. Ficha Técnica Comercial .....	33
2.2. Investigación del mercado objetivo .....	34
2.2.1. Segmentación del Mercado Objetivo.....	37
2.2.2. Tendencias de Consumo .....	44
2.3. Análisis de la oferta y la demanda .....	45
2.3.1. Análisis de la Oferta .....	45
2.3.2. Análisis de la Demanda.....	50
2.4. Estrategias de Venta y Distribución .....	52
2.4.1. Estrategias de Segmentación .....	52
2.4.2. Estrategias de posicionamiento .....	52
2.4.3. Estrategias de Distribución .....	53
2.5. Estrategias de Promoción.....	55

2.6. Tamaño de Planta. Factores condicionantes .....	57
3. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL.....	61
3.1. Envases, Empaques y Embalajes.....	61
3.1.1. Envase Primario y Secundario.....	61
3.1.2. Empaques y Embalaje.....	65
3.2. Diseño del Rotulado y Marcado.....	66
3.2.1. Diseño del rotulado .....	66
3.2.2. Diseño del mercado.....	67
3.3. Unitarización y cubicaje de la carga.....	69
3.3.1. Paleta o Pallets .....	69
3.3.2. Contenedores .....	70
3.4. Cadena de DFI de exportación.....	71
3.4.1. Proveedores de Insumos .....	72
3.4.2. Proveedores de Envases .....	74
3.4.3. Empresa de Maquila.....	74
3.4.4. Almacén del Exportador .....	75
3.4.5. Agencia de Aduana y Agencia de transporte.....	76
3.4.6. Deposito Temporal .....	77
3.5. Seguro de las mercancías. ....	77
3.6. Requisitos de Acceso al Mercado .....	78
3.6.1. Requisitos en Peru.....	78
3.6.2. Requisitos en Chile .....	79
4. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	80
4.1. Fijación de precios.....	80
4.1.1. Costos y precio .....	80
4.1.2. Cotización internacional .....	81
4.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	82
4.2.1. Elaboración del CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL .....	82
4.2.2. Factura Comercial.....	87
4.3. Elección y aplicación del Incoterm.....	88
4.4. Determinación del medio de pago y cobro.....	89
4.5. Elección del régimen de exportación .....	89
4.6. Gestión aduanera del comercio internacional .....	89
4.6.1. Transmisión electrónica y numeración de la DAM .....	89
4.6.2. Ingreso de las Mercancías a la Zona Primaria .....	90
4.6.3. Transmisión de la recepción de la mercancía y asignación del canal de control .....	90

4.6.4. Reconocimiento físico .....	90
4.6.5. Embarque.....	91
4.6.6. Regularización .....	91
4.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama.....	91
5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO .....	93
5.1. INVERSION FIJA .....	93
5.1.1. ACTIVOS TANGIBLES.....	93
5.1.2. ACTIVOS INTANGIBLES.....	93
5.2. Capital de Trabajo .....	95
5.3. Inversión Total.....	96
5.4. Estructura de Inversion y Funcionamiento. ....	97
5.5. Fuentes Financieras y Condiciones de Crédito.....	99
5.6. Presupuestos de costos .....	99
5.6.1. Costos Directos.....	99
5.6.2. Costos Indirectos .....	100
5.7. Punto de equilibrio.....	100
5.8. Tributación de la Exportacion .....	101
5.9. Presupuesto de ingresos .....	102
5.10. Presupuesto de Egresos .....	102
5.11. Flujo de Caja Proyectado .....	103
5.12. Estado de Ganancias y Pérdidas .....	104
5.13. Evaluación de la Inversión .....	104
5.13.1. Evaluación Económica y Evaluación Financiera.....	104
5.13.2. Evaluación Social .....	105
5.13.3. Impacto Ambiental .....	105
5.14. Evaluación de Costo de Oportunidad del Capital de Trabajo .....	106
5.15. Cuadro de Riesgo del Tipo de Cambio .....	106
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	108
6.1. Conclusiones .....	108
6.2. Recomendaciones .....	109
REFERENCIAS .....	111
Anexos .....	116

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Código CIIU .....	12
Tabla 2. Matriz EFI – Selección de Ubicación del Almacén .....	12
Tabla 3. Características de una PYME .....	15
Tabla 4. Planilla de la Empresa NUTRIANDES SAC.....	18
Tabla 5. Características de una Sociedad Anónima Cerrada .....	19
Tabla 6. Características del Régimen Especial de una PYME .....	27
Tabla 7. Principales Importadores por Valor de la partida 1904.90.00.00 .....	34
Tabla 8. Principales Importadores por Toneladas de la partida 1904.90.00.00. ....	34
Tabla 9. Matriz EFI – Mercado de destino .....	36
Tabla 10. Indicadores Macroeconómicos de Chile 2013-2017 .....	37
Tabla 11. Población Chilena en la Región Metropolitana de Santiago .....	40
Tabla 12. Población a Nivel de Provincia .....	42
Tabla 13. Población a Nivel de Comunas .....	43
Tabla 14. Total de Mercado Potencial .....	44
Tabla 15. Principales Exportadores en el Mundo de Productos Base de Cereales (Miles Dólares) .....	46
Tabla 16. Principales Exportadores en el Mundo de Productos Base de Cereales (Toneladas) .....	46
Tabla 17. Exportaciones de Peru hacia el Mundo de productos a base de Cereales...	47
Tabla 18. Indicadores de Producción de Quinua 2013-2017 .....	48
Tabla 19. Ventana Comercial de la Quinua en Peru .....	48
Tabla 20. Indicadores de Producción de Aguaymanto 2013-2017 .....	49
Tabla 21. Indicadores de Producción de Aguaymanto 2013-2017 .....	49
Tabla 22. Indicadores de Producción de Chia 2013-2017 .....	49
Tabla 23. Venta Comercial de la Chia en Peru .....	50
Tabla 24. Principales Países de los que Importa Chile (Miles Dólares) .....	50
Tabla 26. Demanda de Chile a Peru para productos a Base de Cereales.....	51
Tabla 25. Principales Países de los que Importa Chile (Toneladas).....	51
Tabla 27. Distribución de Barras en Chile de 2013 al 2017 .....	54
Tabla 28. Ferias en Chile .....	57
Tabla 29. Proveedores de Insumos .....	58
Tabla 30. Proveedor de Envases .....	59
Tabla 31. Proveedores de Maquila .....	59
Tabla 32. Proveedor de Agencia de Aduana .....	60
Tabla 33. Características Envase Primario .....	62
Tabla 34. Información Obligatoria en Envase .....	63
Tabla 35. Características Envase Secundario .....	65
Tabla 36. Unitarización de la Carga en Paletas .....	70
Tabla 37. Unitarización de la Carga en Contenedores .....	71
Tabla 38. Proveedores de Insumos .....	72
Tabla 39. Criterios de Selección de Proveedor de Insumos .....	73
Tabla 40. Matriz EFI – Selección de Proveedor de Insumos .....	73
Tabla 41. Proveedor de Envases .....	74



Tabla 42. Proveedores de Maquila .....	74
Tabla 43. Criterios de Selección de Proveedor de Maquila .....	74
Tabla 44. Matriz EFI – Selección de Proveedor de Maquila .....	75
Tabla 45. Proveedor de Agencia de Aduana .....	76
Tabla 46. Proceso de Costos - Incoterm FOB.....	80
Tabla 47. Activos Tangibles .....	93
Tabla 48. Activos Intangibles .....	93
Tabla 49. Activos Tangibles e Intangibles.....	94
Tabla 50. Capital de Trabajo.....	95
Tabla 51. Inversión Total .....	96
Tabla 52. Estructura de Financiamiento de la Inversión.....	97
Tabla 53. Flujo de la caja de la deuda .....	98
Tabla 54. Tasa de Crédito para Negocio en BCP .....	99
Tabla 55. Costos Directos .....	99
Tabla 56. Costos Indirectos .....	100
Tabla 57. Estructura de Precios .....	100
Tabla 58. Costos Fijos .....	100
Tabla 59. Ingreso según Punto de Equilibrio .....	101
Tabla 60. Utilidad Neta por los Próximos 5 Años .....	102
Tabla 61. Costo de Producción de los Próximos 5 Años.....	102
Tabla 62. Gastos Administrativos de los Próximos 5 Años .....	102
Tabla 63. Gastos de Ventas de los Próximos 5 Años.....	103
Tabla 64. Flujo de Caja .....	103
Tabla 65. Estado de Resultado .....	104
Tabla 66. Riesgo de Tipo de Cambio .....	106

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Información del Almacén de la Empresa NUTRIANDES SAC .....	13
Figura 2. Ubicación de la empresa NUTRIANDES SAC en mapa .....	13
Figura 3. Organigrama de la Empresa NUTRIANDES SAC .....	17
Figura 4. Pasos a seguir para registro de una MYPE .....	20
Figura 5. Modelo de la Ficha RUC .....	22
Figura 6. Presentación en Cajas del Producto .....	31
Figura 7. Ficha Técnica del Producto .....	33
Figura 8. Población Chilena por Regiones .....	39
Figura 9. Distribución de población por edades en la Región Metropolitana .....	41
Figura 10. Distribución de biscochos, barras y bocadillos de fruta en Chile .....	54
Figura 11. Ejemplo de Pagina Web de un producto Similar .....	56
Figura 12. Flujo de Elaboración y traslado a Depósito Temporal .....	58
Figura 13. Ejemplo de Unitarización .....	61
Figura 14. Rotulado Nutricional Barra NUTRI-BAR .....	64
Figura 15. Tipos de Cartón Corrugado .....	66
Figura 16. Rotulado de la Empresa NUTRIANDES SAC .....	67
Figura 17. Marcado del Embalaje .....	68
Figura 18. Flujo de Elaboración y traslado a Deposito Temporal .....	72
Figura 19. Información del Almacén de la Empresa NUTRIANDES SAC .....	76
Figura 20. Modelo de Cotización Internacional .....	81
Figura 21. Modelo de Factura Comercial .....	88
Figura 22. Flujograma del Régimen de Exportación Definitiva .....	92
Figura 23. Punto de Equilibrio .....	101
Figura 24. Evaluación de VAN económico y Financiero .....	104
Figura 25. Evaluación de TIR económico y Financiero .....	105
Figura 26. Capital de Trabajo .....	106

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Plan tiene como objetivo evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de la Exportación y Comercialización de Barras Nutricionales de Quinoa, Chia y trozos de Aguaymanto a la provincia de Metropolitana en Chile.

En el capítulo 1, se desarrolla el estudio organizacional de la empresa y se presentará los requerimientos y las funciones para cada puesto establecido, así mismo, se detallarán las normas, los requisitos y las organizaciones reguladoras involucrados en la constitución de la empresa. Además se establecerá el tipo de sociedad más adecuado para la empresa.

En el capítulo 2, se elabora el estudio de mercado del producto con el fin calcular la demanda y la oferta existente, así mismo, se analizara las tendencias del consumidor objetivo. Finalmente, se desarrollan las estrategias de venta y comercialización a ejecutar, con el fin de obtener éxito en el mercado.

En el capítulo 3, se realiza la elaboración del envase, etiqueta y embalaje de la carga, así mismo, se realizó la elección de los proveedores de insumos, del servicio de maquila y del proveedor del envase, así como del Agente de aduana. En el caso de la elección de proveedores entre diferentes empresas se aplico una Matriz EFI en toso los casos.

En el capítulo 4, se presenta el cálculo de los costos de producción, comercialización y costos de aduana con el fin de establecer el Precio de Venta. Así también, se muestra modelos de proforma y la factura. Finalmente, la elección del Incoterm que se empleará y la elección del medio de pago, siendo elegida la transferencia bancaria por ser una forma de pago rápida y económica.

En el capítulo 5, se presenta la inversión total, el financiamiento del proyecto, el presupuesto y los estados financieros proyectados para el horizonte del proyecto. Además se analizará los ratios económicos (TIRE y VANE) y financieros (TIRF y VANF) para garantizar que el plan es viable, además se desarrollará la evaluación social y ambiental del proyecto.

En el capítulo 6, se señalan las conclusiones y recomendaciones del proyecto y las posibles propuestas de mejora.

## **1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **1.1. Nombre o Razón Social**

Razón Social: NUTRIANDES SAC

Nombre Comercial: NUTRIANDES SAC

RUC: 20101355270

La Razón Social tiene origen de las características principales que brinda el producto que se piensa ofrecer. Primero la cantidad de nutrientes que brindan los insumos con los que se encuentra conformado y segundo el origen de estos insumo los cuales provienen del área Andina del Peru.

Respecto al nombre comercial se ha decidido mantener la razón social como nombre comercial de igual manera, cada producto tendrá una marca específica, según se vayan desarrollando.

### **1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)**

La CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación que abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios. El INEI ha establecido oficialmente la adopción de la nueva revisión de la CIU de todas las actividades económicas (CIU Revisión 4), lo cual permitirá establecer un esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios.

La empresa NUTRIANDES se dedicará a la venta de barras energéticas (Producto manufacturado) al por mayor y a la exportación del mismo, por ello, El CIU a considerar es el 4630

**Tabla 1. Código CIU**

<b>CÓDIGO CIU 4.0</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>4630</b>	<b>VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.</b>

Fuente: Peru. Instituto Nacional de Estadística e Informática

### 1.3. Ubicación y factibilidad municipal

Para poder determinar el lugar idóneo para la ubicación del mismo se han considerado diferentes factores como la cercanía a los terminales marítimos y aéreos. De igual manera la facilidad de acceso para los proveedores de servicios, el nivel de seguridad, entre otros. Estos han sido los distritos a considerar.

**Tabla 2. Matriz EFI – Selección de Ubicación del Almacén**

Opción	Distrito
A	Cercado de Lima
B	San Miguel
C	Callao
D	Pueblo Libre

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN			
		CERCADO	SAN MIGUEL	CALLAO	PUEBLO LIBRE
Cercanía a terminales	25%	8	6	10	4
Costo de Renta	30%	6	10	8	4
Facilidad acceso a la zona	15%	10	6	10	6
Dimensiones del Local	25%	10	4	10	6
Facilidad permisos funcionamiento	5%	8	8	8	8
Total Ponderado	100%	8.2	6.8	9.3	5

**Elaboración Propia**

A revisar el cuadro anterior se puede verificar que el almacén ubicado en el distrito del callao es el más idóneo para nuestra empresa. Que cuenta con una

renta promedio acorde al mercado y con un mayor M<sup>2</sup> adecuado para mantener las oficinas administrativas y a su vez almacenar las mercancías hasta poder transportarla a los depósitos temporales.



**Figura 1. Información del Almacén de la Empresa NUTRIANDES SAC**  
Fuente: Elaboración Propia



**Figura 2. Ubicación de la empresa NUTRIANDES SAC en mapa**  
Fuente: Google Maps

#### 1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la empresa en Marcha

Misión:

NUTRIANDES tiene como misión brindar productos con un alto valor nutritivo, usando insumos de origen andino como granos y frutas, con el fin de llegar a compradores que consumen productos orientados al bienestar del organismo.

Visión:

Conseguir una participación significativa en el mercado Chileno de barras a base de cereales y frutas al 2028, asimismo, diversificar la producción con nuevos productos a base de frutas y cereales andinos.

Valores:

Responsabilidad: NUTRIANDES brindará una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa.

Puntualidad: NUTRIANDES se compromete a responder de manera efectiva cualquier solicitud con el fin de evitar pérdidas en la productividad.

Respeto: NUTRIANDES brindará un ambiente de respeto entre sus empleados. Así como con los diferentes proveedores y clientes.

Honestidad: NUTRIANDES se compromete a asegurar que no exista información falsa o tergiversada por parte de nuestros empleados a cualquiera de nuestros clientes.

### **1.5. Ley de Mype Micro y Pequeña empresa, Características**

Según la Ley N° 30056 (2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, establece el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la



organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

Las empresas se caracterizan por su nivel de ventas anuales.

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT

Siguiendo la clasificación anterior se considera que la empresa NUTRIANDES va a manejar unas ventas anuales entre 150 y 1700 UIT (considerando que el valor actual de la UIT es de 4150.00 Soles) por lo cual deberá ser considerada como una pequeña empresa.

Según información obtenida de Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2017) los beneficios que se brindara a los trabajadores serán los indicados abajo.

**Tabla 3. Características de una PYME**

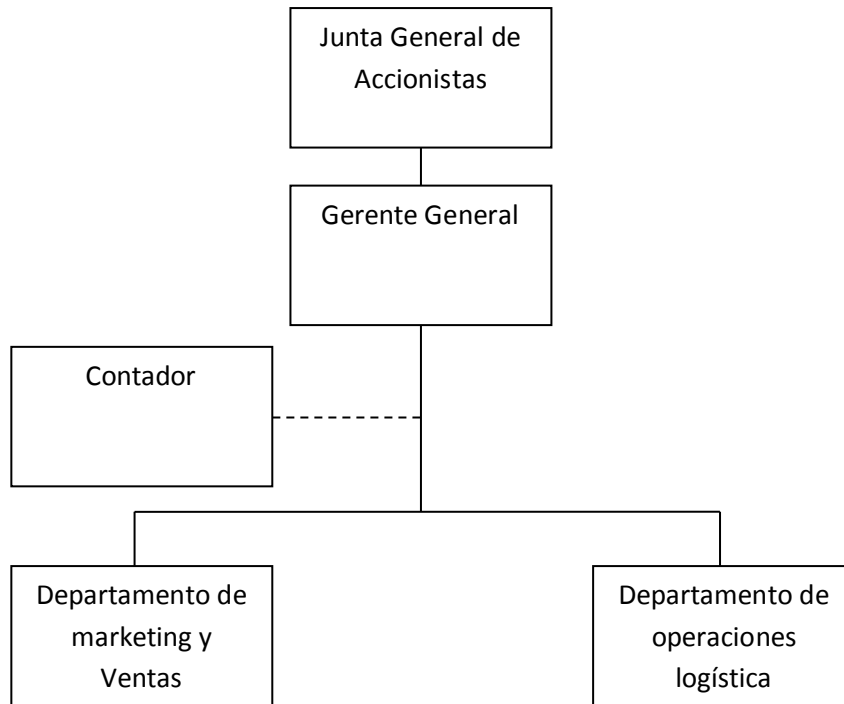
INDICADOR/RÉGIMEN	PEQUEÑA EMPRESA
Beneficios sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A estar afiliados en el régimen contributivo de ESSALUD, en donde el empleador deberá aportar el 9% de lo que perciba el trabajador.</li> <li>• A una jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</li> <li>• A 24 horas continuas de descanso físico.</li> <li>• A una indemnización, en caso de despido arbitrario, equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada</li> </ul>

	<p>año de trabajo con un tope máximo de 120 remuneraciones diarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A percibir ½ sueldo por cada año de trabajo, en calidad de Compensación por Tiempo de Servicio (CTS).</li> <li>• A quince días de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional.</li> <li>• A una remuneración mínima vital (S/. 550.00).</li> <li>• A percibir gratificaciones equivalentes a ½ sueldo en julio y ½ sueldo en diciembre, siempre y cuando haya laborado el semestre completo, es decir de enero a junio y julio a diciembre, e caso contrario percibirá la parte proporcional.</li> <li>• A formar parte de un sindicato.</li> <li>• A gozar del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo en caso realice actividades riesgosas.</li> </ul>
--	---

Fuente: Peru. SUNAT  
Elaboración Propia

### 1.6. Estructura Orgánica

Líneas abajo se detalla el organigrama de la empresa. Considerando que la empresa tercerizara la producción del producto. Se trabaja con un área encargada del marketing y otra área de operaciones.



**Figura 3. Organigrama de la Empresa NUTRIANDES SAC**  
**Elaboración Propia**

- Gerente General:
  - Representante Legal de la empresa
  - Supervisar y controlar el buen funcionamiento de la empresa
  - Promover el desarrollo de la empresa generando alianzas estratégicas
- Contador:
  - Controlar los libros contables y diferentes registros.
  - Realizar el pago de impuestos según cronograma de pagos de la SUNAT
  - Elaborar balance general, flujo de caja e informes internos
- Departamento de Marketing:
  - Encargado de buscar nuevos clientes en mercado objetivo
  - Coordinar con la empresa productora la producción de la mercancía
  - Enviar proformas y confirmar ordenes de comprar de los clientes.

- Departamento de operaciones
  - Negociar las tarifas con agente de carga y aduana.
  - Coordinar el traslado de la mercancía al almacene de la empresa para su posterior traslado al deposito temporal.
  - Enviar información correspondiente para la elaboración de BL o AWB

### 1.7. Cuadro de asignación de Personal

La Tabla 4 presenta el costo total de la planilla que requerirá la empresa para su funcionamiento. Dentro de esta tabla se está considerando todos los beneficios acorde al cuadro de régimen laboral de pequeña empresa explicados en el punto 1.5 Ley de Mype Micro y Pequeña empresa

**Tabla 4. Planilla de la Empresa NUTRIANDES SAC**

Total de Planilla de la Empresa NUTRIANDES SAC										
Cargo	N° Personal	Salario Mensual	Salario Anual	Gratificación	Vacaciones	CTS	Sub Total	Essalud (9%)	ONP	Total de Planilla
Gerente General	1	2.000,00	24.000,00	2.000,00	1.000,00	1.000,00	28.000,00	2.160,00	-	30.160,00
Encargado de Operaciones	1	1.500,00	18.000,00	1.500,00	750,00	750,00	21.000,00	1.890,00	-	22.890,00
Encargado de Marketing	1	1.500,00	18.000,00	1.500,00	750,00	750,00	21.000,00	1.890,00	-	22.890,00
*Contador	1	1.000,00	12.000,00	-	-	-	-	-	-	12.000,00
<b>TOTAL</b>	-	6.000,00	72.000,00	5.000,00	2.500,00	2.500,00	70.000,00	5.940,00	-	87.940,00

**\*contador no cuenta con beneficios por ser contrato de Locación de Servicios  
Elaboración Propia**

## 1.8. Forma Jurídica Empresarial

Se ha decidido que la empresa NUTRIANDES sea una SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, ya que es la modalidad de empresa que más se adecua al proyecto de negocio que se plantea iniciar. En la tabla 5 se presentan las características de una Sociedad Anónima Cerrada, según información obtenida de la Superintendencia de los Registros Públicos.

**Tabla 5. Características de una Sociedad Anónima Cerrada**

MODALIDAD	SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
CARACTERÍSTICAS	De dos a 20 accionistas.  El accionista que desee transferir sus acciones a otro accionista o a terceros debe comunicarlo a la sociedad y solicitar la aprobación de la misma.
DENOMINACIÓN	Tendrá una denominación seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada, o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	- Junta general de Accionistas. - Gerencia. - Sub Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Los aportes pueden ser en moneda nacional y/o extranjera, en contribuciones tecnológicas intangibles. El capital es representado por acciones y deberá estar suscrito completamente y cada acción pagada por lo menos en un 25%.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado

**Fuente: SUNARP  
Elaboración Propia**

Finalmente, a fin de simplificar el trámite de inscripción de una empresa o sociedad la SUNARP ha desarrollado un novedoso sistema mencionado en la Figura 4, el cual ayuda a constituir una MYPE en tan solo 24 Horas en los registros públicos, sin tener que llenar formularios físicos ni acudir a una oficina de la SUNARP.



**Figura 4. Pasos a seguir para registro de una MYPE**  
**Fuente: SUNARP**

Según información publicada por la SUNARP, el procedimiento para constituir tu MYPE en 24 Horas es el siguiente:

1.- Busca el nombre de tu empresa: Este paso es opcional, sin embargo, se recomienda realizar una búsqueda ya que trámite te permitirá saber si el nombre con el que deseas inscribir tu empresa se encuentra disponible. La tasa registral de la búsqueda de índice en el Registro de Personas Jurídicas es de S/ 5.00 soles o puedes consultar en forma gratuita en la página web de la SUNARP

2.- Reserva el nombre de tu empresa.- Este paso es opcional, Si el nombre se encuentra disponible, se puede solicitar una reserva de nombre en la SUNARP. Dicho trámite puedes realizarlo en forma virtual a través de la página web o también puedes realizarlo en forma presencial en las Oficinas Registrales de SUNARP. La tasa registral de la reserva de nombre es de S/ 20.00 soles.

En caso no se desee realizar estos pasos se puede proceder con el registro de manera directa. Siguiendo los siguientes pasos:

1.- Ingresa a la plataforma del “Sistema de Intermediación Digital (SID-SUNARP)” a través de la página web <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/login.htm>

1.1.- Accede al botón “Ingreso al SID-SUNARP (Ciudadano-Notario)”.- Por este módulo, en forma obligatoria, ingresarás tus datos personales, para que tengas un usuario y una contraseña, la que te permitirá acceder al servicio web.

1.2.- Ingresa a la opción “Solicitud de trámite de constitución de empresa”.- Una vez iniciada tu sesión en el SIDSUNARP, para trabajar tu solicitud de constitución de empresa es necesario en forma obligatoria seguir los siguientes pasos:

Paso 1: Lee y acepta los términos y condiciones de acceso al sistema SID-SUNARP.

Paso 2: Selecciona la Notaría de tu preferencia.

Paso 3: Elige el tipo de persona jurídica que deseas constituir.

Paso 4: Verifica la información que aparece en el recuadro sobre datos del Solicitante; y completa los datos de la empresa a constituir; el domicilio de la empresa; el objeto social, los datos del capital social; y datos de los participantes.

Paso 5: Descarga el archivo en formato PDF del acto de constitución de empresa generado con los datos que previamente ingresaste en el sistema, revísalo y si estás conforme, da clic en la opción FINALIZAR, a fin de que tu solicitud pueda ser enviada a la Notaría seleccionada.

2.- Firma de la Escritura Pública.- Enviada la información a la Notaría elegida, tienes un plazo de 30 días calendario, para acudir a la Notaria y suscribir la escritura pública de constitución de empresa. Vencido el plazo, se procederá con la baja de la información enviada por el usuario.

3.- Información al correo electrónico del usuario.- El SID SUNARP enviará a tu cuenta de correo electrónico un email para indicarte el número de título, fecha y hora con el que se ha generado tu solicitud de inscripción de la constitución de empresa; así como también sobre el resultado de la calificación registral por parte del Registrador Público.

Una vez inscrita la empresa, SUNARP enviará un correo electrónico desde donde puedes acceder a los enlaces para la visualización y descarga de la constancia de RUC de la empresa, así como del asiento de inscripción y la anotación de inscripción.

Número de RUC:	20101355270 - NUTRIANDES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	NUTRIANDES S.A.C		
Fecha de Inscripción:	03/04/2018	Fecha de Inicio de Actividades:	03/04/2018
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. ARGENTINA Y ALFREDO PALACIOS - PROV. CONST. DEL CALLAO - PROV. CONST. DEL CALLAO - CALLAO		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL/COMPUTARIZADO	Actividad de Comercio Exterior:	IMPORTADOR/EXPORTADOR
Sistema de Contabilidad:	MANUAL/COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	4800 - VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS BEBIDA		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA		
Sistema de Emisión Electrónica:			
Emisor electrónico desde:			
Comprobantes Electrónicos:			
Afiliado al PLE desde:			
Padrones :			

**Figura 5. Modelo de la Ficha RUC**  
Elaboración Propia

### 1.9. Registro de Marca y procedimientos en INDECOPI

La marca es un signo que nos va a permitir distinguir y diferenciar los productos de la empresa NUTRIANDES SAC a los que existen actualmente en el mercado. Según la Pagina de INDECOPI, en su pagina Registro de marca y otros signos; una marca puede estar constituida por palabras, dibujos, letras, números o embalajes, objetos, emblemas o elementos figurativos, etc.

Cualquier persona que desee registrar una marca debe cumplir con ciertos requisitos mínimos, los cuales son los siguientes



- Los datos de identificación del solicitante, o de la persona que presenta la solicitud, que permitan efectuar las notificaciones correspondientes. (Ficha RUC o poder en caso de enviar un representante)
- La marca cuyo registro se solicita.
- La indicación expresa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro.
- El pago de las tasas respectivas. (13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Soles.)

En caso se omita o no se adjunte alguno de ellos, se otorgará un plazo de 60 días hábiles improrrogables para proceder con la subsanación. De cumplirse con lo solicitado, se considerará como fecha de presentación de la solicitud aquella en la cual se hubieren completado dichos requisitos. Si no se cumple con el requerimiento formulado, la solicitud de registro se tendrá por no presentada y se dispondrá su archivamiento.

Una vez presentada la solicitud (es decir, habiéndose asignado fecha de presentación para efectos jurídicos), la Dirección tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.

Con relación al resto de requisitos de forma (presentación del documento de poder, indicación de la clase, entre otros), la Dirección notificará al solicitante para que en un plazo de 60 días hábiles cumpla con subsanar las omisiones o realizar las modificaciones.

El plazo se cuenta desde el día siguiente de recibida la notificación. De no cumplirse con dichos requerimientos en el plazo establecido, se declarará el abandono de la solicitud y se dispondrá su archivamiento. Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, la Dirección de

Signos Distintivos publicará un extracto de la solicitud en la Gaceta Electrónica del Indecopi, el cual puede ser visualizado a través de la página web [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe). Esta publicación no tiene costo para el solicitante.

### **1.10. Requisitos y Trámites municipales**

El local que se planea arrendar se encuentra dentro de la jurisdicción de la municipalidad del Callao por tal motivo. Se ha investigado a través de la página web de la Municipalidad Provincial del Callao los requisitos y pagos respectivos para obtener la licencia de funcionamiento.

Primero, es importante resaltar que para poder solicitar la licencia se debe contar con un RUC vigente, así mismo, se debe presentar DNI del representante legal de la empresa, la dirección del establecimiento y la actividad a desarrollar debe ser real.

Según comunicado publicado por la Gerencia de Desarrollo Económico Local y Comercialización de la Municipalidad del Callao. Los requisitos a presentar son los siguientes:

1. Formulario Único de Trámite – FUT, con los datos respectivos
2. Declaración Jurada de Observancia de Defensa Civil (No Aplica; solo hasta 100 mts<sup>2</sup>.)
3. Copia del Certificado de Seguridad en Edificaciones (No Aplica; Mayores a 500 mts<sup>2</sup>.)
4. Vigencia de Poder del Representante legal
5. Copia Simple de la Autorización Sectorial (No aplica; solo para actividades especiales)
6. Pago de la Tasa estipulada en el TUPA

7. Debe contar con Carta Poder Legalizada Notarialmente.

La licencia de Funcionamiento se entrega dentro de 15 días calendarios contados a partir del ingreso de la solicitud por Mesa de Partes de la Municipalidad

### **1.11. Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades**

Como ya se explicó en el punto 1.8 Forma Jurídica Empresarial; la obtención del RUC se realiza a través de sistema en línea para constitución de empresas facilitado por SUNARP, luego el Notario validará tu información con RENIEC y SUNAT y te entregará tu número de RUC y una Constancia de Inscripción SUNARP de la persona jurídica que has formado y solo quedaría pendiente la activación del RUC, lo cual se puede realizar de manera presencial o Virtual.

A continuación, se detalla las 2 modalidades para la activación del RUC:

- **A través de SUNAT Virtual:**
  - Ingresando a SUNAT Operaciones en Línea y ubicar la opción Inscripción al Registro Único de Contribuyentes – Personas Jurídicas
  - Registrar la información solicitada
  - Finalizar con la impresión de la ficha RUC
- **De manera presencial:**
  - El representante legal debe acudir a un Centro de Servicios de SUNAT de la jurisdicción donde se inscribió la empresa y presentar los siguientes documentos:
    - Documento de Identidad del Representante Legal

- Recibo de Agua o Luz (con vencimiento en los 2 últimos meses)
- Partida registral certificada por los registros públicos

Respecto al régimen de impuesto a la renta al cual se va acoger la empresa.

Actualmente existen 03 regímenes.

- El Régimen Único Simplificado (RUS)
- El Régimen Especial del impuesto a la Renta (RER)
- El Régimen General del impuesto a la Renta (RG)

Sin embargo, en este caso el RUS se aplica solo para Personas Naturales con Negocio y para acogerse al RER se debe tener un ingreso neto máximo de 360 000.00 Soles (86 UIT). NUTRIANDES SAC al ser una persona jurídica y una pequeña empresa que espera generar ventas anuales equivalentes a 626 650.00 (151 IUT) por tales motivos no podría aplicar al RER ni al RUS.

Al acogerse al Régimen General del impuesto a la Renta (RG). NUTRIANDES deberá considerar un impuesto a la renta de 30% a la utilidad generada al cierre de cada año. Asimismo, al tener trabajadores dependientes se debe presentar las contribuciones a ESSALUD.

Finalmente, al ser una persona jurídica NUTRIANDES debe llevar contabilidad completa en todos los casos. Asimismo, debo llevar, adicionalmente, cualquier otro libro especial a que estuviera obligado por el tipo de organización u otras circunstancias particulares (planillas, actas, etc.)

### 1.12. Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

Según la página de la SUNAT, se denomina 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.

### 1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

En este caso la empresa NUTRIANDES SAC al ser una pequeña empresa que recién va a empezar a funcionar se acogerá al régimen laboral especial. Dentro de lo cual se verá obligada a brindar los siguientes beneficios.

**Tabla 6. Características del Régimen Especial de una PYME**

INDICADOR/RÉGIMEN	PEQUEÑA EMPRESA
Beneficios al empleado	<ul style="list-style-type: none"><li>• A estar afiliados en el régimen contributivo de ESSALUD, en donde el empleador deberá aportar el 9% de lo que perciba el trabajador.</li><li>• A una jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</li><li>• A 24 horas continuas de descanso físico.</li><li>• A una indemnización, en caso de despido arbitrario, equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año de trabajo con un tope máximo de 120 remuneraciones diarias.</li><li>• A percibir <math>\frac{1}{2}</math> sueldo por cada año de trabajo, en calidad de</li></ul>

	<p>Compensación por Tiempo de Servicio (CTS).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A quince días de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional.</li> <li>• A una remuneración mínima vital (S/. 850.00).</li> <li>• A percibir gratificaciones equivalentes a ½ sueldo en julio y ½ sueldo en diciembre, siempre y cuando haya laborado el semestre completo, es decir de enero a junio y julio a diciembre, caso contrario percibirá la parte proporcional.</li> <li>• A formar parte de un sindicato.</li> <li>• A gozar del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo en caso realice actividades riesgosas.</li> </ul>
--	--

Fuente: Peru. SUNAT.  
Elaboración Propia

Para poder aplicar este régimen laboral Especial la empresa deberá registrar en la REMYPE, ya que todas las empresas que deseen pertenecer al Régimen Laboral Especial deben estar registradas aquí.

Los requisitos para el registro son los siguientes: Solicitud de registro (según formato del REMYPE) y número del RUC. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo se encargará de verificar la correcta aplicación de los regímenes laborales aplicables a las MYPE.

#### **1.14. Modalidades de Contratos laborales**

Los contratos laborales son acuerdos voluntarios entre dos partes (Persona Natural y Persona Jurídica o Persona Natural y Persona Natural), por el cual el primero se pone a disposición del segundo su trabajo a cambio de una remuneración. Dentro

de los contratos laborales actualmente existen dos modalidades.

- Contratos a Plazo Indeterminado
- Contratos a Plazo Determinado

La empresa NUTRIANDES SAC brindara a sus empleados los contratos a plazo determinado. Por una duración de 6 meses. Los cuales servirán para medir la productividad de los empleados dentro del tiempo establecido y así verificar si es conveniente realizar la renovación de los mismos.

### **1.15. Responsabilidad Civil de los Accionistas**

Los accionistas de la empresa NUTRIANDES SAC están sujetos a distintas responsabilidades.

La junta de accionistas se reúne obligatoriamente cuando menos una vez al año dentro de los tres meses siguientes al termino del ejercicio económico. Estos con el objetivo de:

- Resolver la aplicación de Utilidades (Solo de ser el caso)
- Pronunciarse sobre la gestión social y los resultados económicos del ejercicio anterior expresados en estado financieros.
- Resolver cualquier otro asunto que haya sido consignado al momento de la convocatoria.

Dentro de estas responsabilidades mencionadas es importante considerar que la junta también tiene otras atribuciones como:

- Aumentar o reducir el capital social
- Disponer de auditorías de ser el caso.
- Acordar la reorganización o disolución de la sociedad.



## 2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

### 2.1. Descripción del Producto



**Figura 6. Presentación en Cajas del Producto**  
Elaboración Propia

En la Figura 6 se puede observar el diseño del empaque inmediato del producto, así como, la presentación en caja de 6 unidades del producto.

Por sus características es que se ha decidido nombrar al producto con la marca NUTRI-BAR. El producto es una barra a base de hojuelas de quinua y semillas de Chia, acompañado de trozos de Aguaymanto. Estos insumos hacen que sea altamente nutritivo para los consumidores. Estas características la hacen un producto ideal para personas que necesitan consumir una merienda rápida debido al horario complicado que manejan ya sea por su trabajo o escuela, pero que no dejan de lado que esta merienda sea saludable y beneficiosa para su organismo.

### **2.1.1. Descripción Arancelaria**

Para poder realizar la clasificación arancelaria en primer lugar se debe considerar el origen y el fin del producto. Siguiendo esta premisa se entiende que al ser un producto alimenticio la sección correcta en la cual se debe considerar el producto es la Sección IV.

Posterior a esto se debe considerar los insumos de los cuales está hecho el producto. La base y mayor parte del producto está hecho a con cereales andinos (la quinua y la chía). Por tal motivo, lo correcto es considerarlo en el capítulo 19.

Finalmente entre estos cereales que son la base del producto el más representativo es la quinua la cual viene presentada en hojuelas. Siguiendo la presentación del producto consideramos que la clasificación debe ir dentro de la 19.04.

Es aquí donde se va considerar clasificar el producto para ser específico la partida a usar para la clasificación arancelaria es la 1904.90.00.00


- 1904.90.00.00 Las demás

### **2.1.2. Propuesta de Valor**

La propuesta de valor de la barra alimenticia que se piensa ofrecer es que es un producto a base de cereales andinos y frutos oriundos del Perú lo cual le brinda un alto valor nutricional, así mismo, es fácil de llevar y se encuentra listo para comer. Lo cual lo hace ideal para aquellas personas que desean consumir una merienda sana y saludable pero que al mismo tiempo no cuentan con mucho tiempo libre como para buscar un restaurante especializado en ese tipo de comida

### 2.1.3. Ficha Técnica Comercial

Líneas abajo se encuentra la ficha técnica del producto lo cual va a permitir conocer un poco más del producto que se piensa ofrecer.

CONCEPTO	PRODUCTO EXPORTAR
PARTIDA ARANCELARIA 1904.90.00.00	Productos a base de obtenidos por inflado o tostado; cereales en grano o en forma de copos u otro grano trabajado. - Las demas
MUESTRA	
DESCRIPCION TECNICA	El producto es una barra a base de hojuelas de quinua y semillas de chia, acompañado de trozos de aguaymanto y endulzado con stevia. Estos insumos hacen que sea un producto con una gran fuente de proteína, fibra, hierro, calcio y aminoácidos esenciales.
DESCRIPCION COMERCIAL	NUTRI-BAR es una barra de cereal con una excelente fuente de energía y un sabor agradable. El producto vendra en una presentacion de 20g la unidad. Con un segundo empaque de una caja con 6 unidades.
CARACTERISTICAS FISICAS	Aspecto: Barra flexibles Textura: Crujiente Color: Dorado con presencia de semillas de chia y trozos de aguaymanto Sabor: Dulce
EMPAQUE Y EMBALAJE	Primer Empaque: Empaque de polipropileno biorientado metalizado. Segundo Empaque: Cajas de Carton con logo del producto y la marca del producto.
ORIGEN	Callao, Peru
DESTINO	Provincia de Santiago, Chile
USO Y APLICACIÓN	Barra de cereal de cereal para consumirse en cualquier momento del dia como una merienda saludable y facil de llevar.

**Figura 7. Ficha Técnica del Producto**  
Elaboración Propia

## 2.2. Investigación del mercado objetivo

Para el presente plan de negocios se ha elegido el mercado de Chile basándose en diversos criterios como el idioma, los costos logísticos, las nuevas tendencias en el mercado, etc. Para poder determinar esto se ha revisado los principales destinos a los que se exportan los productos a base de cereales según la partida con la que se está trabajando. Esto permite ver las oportunidades de reales que existen para el producto en mercados que ya importan mercancías similares.

**Tabla 7. Principales Importadores por Valor de la partida 1904.90.00.00**

Importadores	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016
Estados Unidos de América	89	104	1.096	3.126	3.908
Bolivia, Estado Plurinacional de	309	578	632	982	1.356
Australia	1	0	16	69	941
Chile	23	56	198	402	706
Países Bajos	63	2	1	382	454

**Fuente: Trademap**

Estados Unidos figura como el principal importador para productos dentro de esta categoría arancelaria. Esto se debe a que Estado Unidos es el mayor país consumidor de productos similares en el mundo y esto también se ve reflejado en el mismo cuadro expresado en cantidad toneladas exportadas.

**Tabla 8. Principales Importadores por Toneladas de la partida 1904.90.00.00.**

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Toneladas Exportadas	Toneladas Exportadas	Toneladas Exportadas	Toneladas Exportadas	Toneladas Exportadas
Estados Unidos de América	15	20	175	647	895
Bolivia, Estado Plurinacional de	90	181	221	247	306
Chile	6	6	32	57	184
Australia	0		3	10	152
Países Bajos	21	0	0	53	78

**Fuente: Trademap**

Siguiendo la información que brindan estos cuadros, Estados Unidos se ve como el país ideal para exportar productos a base de cereales, sin embargo, en estos cuadros no se está considerando el valor real del producto que se piensa exportar, ya que la partida abarca una gran cantidad de productos a base de cereales tostados o inflados. Es aquí donde empezamos a segmentar el país y mercado objetivos a través de las tendencias de consumo, barreras arancelarias y/o no arancelarias y necesidades que el producto va a satisfacer.

Esto se debe a que el valor agregado del producto es que es una barra a base de productos altamente nutricionales como son los granos andinos y el Aguaymanto. Por ello además de considerar el valor y cantidad importada también se tiene que tomar en cuenta la conciencia que existe en el mercado destino por el consumo de productos saludables, así mismo, se debe considerar que además del valor nutricional que tiene se debe considerar que es un producto fácil de llevar y listo para comer. Lo cual hace que sea ideal para personas no solo que buscan comer algo saludable sino personas que cuentan con poco tiempo libre y que buscan una merienda rápida.

Siguiendo estos factores ya mencionados se procedió a investigar las tendencias que existen actualmente en los principales destinos de exportación y se elaboró un cuadro de ponderación con el fin de seleccionar el país objetivo.

**Tabla 9. Matriz EFI – Mercado de destino**

	Estados Unidos	Bolivia	Chile	Australia	Países Bajos
crecimiento del mercado último año	2	1	4	4	3
costos logísticos	3	4	5	2	2
barreras arancelarias y no arancelarias	3	2	4	3	3
Tendencias consumo productos saludables	5	3	4	4	3
valor importado en los últimos años	5	4	3	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>13</b>

**Elaboración Propia**

Es así que si bien es cierto que en todos estos países se importa productos dentro de esta partida arancelaria. Países como Estados Unidos, Chile y Australia cuentan con un mercado de venta de barras, biscochos y bocadillos en desarrollo o ya desarrollado por la conciencia que existe por el consumo de productos saludables, sin embargo, es importante considerar que en Estados Unidos el sector ya se encuentra más desarrollado que en el resto de países. Por ello, La categoría desaceleró drásticamente su crecimiento, con un aumento en las ventas de valor de solo 1%, ya que los snack en barra enfrentaron una competencia cada vez mayor por parte de otros alimentos que son saludables y convenientes. (Euromonitor International 2018)

Por otra parte, países como Chile y Australia se encuentran aún en proceso de desarrollo para esta categoría. Por lo cual son mercados muy atractivos para exportar, sin embargo, considerando el costo logístico para llegar al mercado australiano y considerando que la empresa NUTRIANDES SAC recién va a

comenzar operaciones. El mercado ideal para iniciar operaciones es el mercado chileno por su cercanía.

### 2.2.1. Segmentación del Mercado Objetivo

Para poder analizar al mercado chileno se está considerando diferentes indicadores macroeconómicos como son el PBI, inflación, tasa de exportaciones, tasa de importaciones, etc. Líneas abajo se presenta un cuadro donde se puede apreciar los datos referentes a estos factores en los últimos 5 años.

**Tabla 10. Indicadores Macroeconómicos de Chile 2013-2017**

	2013	2014	2015	2016	2017
Inflacion (% cambio)	1,8	4,7	4,3	3,8	2,2
PBI (% crecimiento real)	4,0	1,9	2,3	1,6	1,6
PBI (Moneda Nacional Millones)	137.229.575,0	147.568.108,0	157.510.721,0	166.040.381,3	175.533.863,4
PBI (US\$ millones)	277.113,5	258.761,1	240.795,8	245.342,2	270.549,0
Tasa Natalidad (per '000)	13,8	13,6	13,4	13,3	13,1
Tasa Mortalidad (per '000)	6,0	6,0	6,1	6,1	6,2
Total Exportaciones (US\$ millones)	76.769,9	75.121,8	62.183,2	60.597,3	67.568,6
Total Importaciones (US\$ millones)	79.352,9	72.852,2	62.496,6	58.829,4	65.007,9

**Fuente: Euromonitor Internacional 2018**

De esta manera se puede observar que en los últimos años el PBI de Chile ha mantenido una tendencia de crecimiento aunque el porcentaje real de crecimiento del mismo se haya reducido en comparación a otros años anteriores. Esto quiere decir que Chile mantiene un desarrollo en producción de Bienes y servicios producidos en el país a lo largo de los últimos años.

Esto confirma lo informado por Promperu (2013) donde indicaban que la economía chilena es una de las más sólidas y pujantes de América Latina. En 2012, el PBI de chileno tuvo un incremento de 5.3%, el segundo mayor crecimiento de la región; y se proyecta que este país continuará en crecimiento

aunque porcentajes menores a los experimentados recientemente (4.0% en 2013).

Actualmente, Chile es un mercado de 17.5 millones de consumidores, así mismo, existe una gran oportunidades de negocio a los productos peruanos porque tenemos un idioma común, cercanía geográfica y cultural.

Por último, la mayoría de productos peruanos negociados en el acuerdo comercial entre el Perú y Chile (ACE 38 y ALC) ya ingresan con arancel cero al mercado chileno. (Promperu)

### **Geográfico**

Una vez analizado el país a nivel macroeconómico se debe también considerar el aspecto geográfico y/o poblacional esto permitirá analizar el país y sus diferentes regiones. A fin de conocer en qué lugares del país se encuentra concentrada la mayor cantidad de la población. Esto permitirá enfocar la distribución del producto en una región específica donde se encuentre concentrada la población y de este manera hacerlo llegar a un mayor número de consumidores, asimismo, se va investigar los diferentes rangos de edades y el perfil de la población sobre el consumo de productos saludables.

En la Figura 8. se puede observar un cuadro brindado por el INE (Instituto Nacional de estadísticas) a través del Censo 2017, en el cual se puede ver que la población actual de Chile asciende a unos 17.5 millones de habitantes aproximadamente, asimismo, se puede ver la distribución de la población por cada región.



Región	Población	Porcentaje respecto al total nacional	Hombres	Mujeres
Arica y Parinacota	226.068	1,3%	112.581	113.487
Tarapacá	330.558	1,9%	167.793	162.765
Antofagasta	607.534	3,5%	315.014	292.520
Atacama	286.168	1,6%	144.420	141.748
Coquimbo	757.586	4,3%	368.774	388.812
Valparaíso	1.815.902	10,3%	880.215	935.687
Metropolitana	7.112.808	40,5%	3.462.267	3.650.541
O'Higgins	914.555	5,2%	453.710	460.845
Maule	1.044.950	5,9%	511.624	533.326
Biobío	2.037.414	11,6%	983.317	1.054.097
La Araucanía	957.224	5,4%	465.131	492.093
Los Ríos	384.837	2,2%	188.847	195.990
Los Lagos	828.708	4,7%	409.400	419.308
Aysén	103.158	0,6%	53.647	49.511
Magallanes	166.533	0,9%	85.249	81.284
<b>Total País</b>	<b>17.574.003</b>	<b>100,0%</b>	<b>8.601.989</b>	<b>8.972.014</b>

**Figura 8. Población Chilena por Regiones**

**Fuente: Instituto Nacional de estadísticas - Censo 2017**

Es a través de esta Figura 8 se puede concluir que el 62,4% del total de la población de Chile se encuentra en las regiones de Metropolitana, Biobío y Valparaíso. Siendo la más representativa la región de Metropolitana con una población que equivale al 40.5% del total de la población de Chile.

Según la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo de Chile, la región Metropolitana tiene una superficie de 15.403,2 km<sup>2</sup>, representando el 2.0% de la superficie del país, sin embargo, como ya se demostró con la tabla anterior la población regional es de 7.112.808 habitantes, equivalente al 40.5% de la población nacional. La población rural es de 186.172 personas, representando el 3,1% de la población total regional. La región Metropolitana está dividida administrativamente en 6 provincias y 52 comunas. La capital de la región es Santiago (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo de Chile).

Ya que la región se encuentra dividida en 6 provincias, es necesario realizar una segunda segmentación. Analizando la población total por cada provincia perteneciente a la región metropolitana. Esto nos permitirá llegar a la provincia donde se concentre la mayor cantidad de la población perteneciente a esta región.

**Tabla 11. Población Chilena en la Región Metropolitana de Santiago**

Nombre Región	Nombre Provincia	Población Total	Población Hombres	Población Mujeres	Densidad de Población (Hab/Km2)
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	SANTIAGO	5.250.565	2.541.870	2.708.695	2.587,5
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	CORDILLERA	612.816	298.437	314.379	111,1
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	CHACABUCO	267.553	136.227	131.326	128,9
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	MAIPO	496.078	244.614	251.464	442,5
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	MELIPILLA	185.966	93.110	92.856	45,7
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	TALAGANTE	299.830	148.009	151.821	515,9

**Fuente: Instituto Nacional de estadísticas - Censo 2017**

Según la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo de Chile, la Provincia de Santiago es una de las seis provincias en las cuales se divide la Región Metropolitana de Santiago, albergando a la mayoría de la población de la región, como así también a 32 comunas que conforman el llamado Gran Santiago. (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo de Chile).

## Demográfica

Otro factor importante a considerar es la distribución de la población por rango de edad. Esto permitirá identificar que rango de edades predomina dentro de la región en la que se va enfocar el producto

<b>Total población: 7.112.808</b>			
Tasa media anual de crecimiento 2002-2017			<b>1,1</b>
<b>Total personas</b>			
	Hombres	Mujeres	Total
0 a 14 años:	703.197	674.529	<b>1.377.726</b>
15 a 64 años:	2.444.517	2.523.188	<b>4.967.705</b>
65 años y más:	314.553	452.824	<b>767.377</b>
<b>Total:</b>	<b>3.462.267</b>	<b>3.650.541</b>	<b>7.112.808</b>

Figura 9. Distribución de población por edades en la Región Metropolitana  
Fuente: Instituto Nacional de estadísticas - Censo 2017

Es a través de la figura 9. se puede concluir que el 69.8% del total de la población de la región de metropolitana se encuentra en el rango de edades de 15 a 64 años, asimismo, este es el rango de edad de la población económicamente activa en el país, sin embargo, esta figura refleja información a nivel regional.

Es necesario segmentar esta misma información a nivel provincial. Como se hizo mención la región de metropolitana, cuenta con 6 provincias de la cual la más relevante a nivel poblacional es la provincia de Santiago. Usando la misma información del censo realizado en Chile en 2017. Se observa que el 73.82% de la población de esta región se encuentra en la provincia de Santiago.

**Tabla 12. Población a Nivel de Provincia**

NOMBRE DE REGION	NOMBRE DE PROVINCIA	POBLACIÓN TOTAL	% DE PERSONAS MENORES DE 15 AÑOS	% DE PERSONAS ENTRE 15 Y 64 AÑOS	% DE PERSONAS MAYORES DE 64 AÑOS
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	SANTIAGO	5.250.565	18,3	70,1	11,6
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	CORDILLERA	612.816	21,5	70,7	7,9
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	CHACABUCO	267.553	25,9	67,9	6,2
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	MAIPO	496.078	22,4	68,7	8,9
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	MELIPILLA	185.966	20,8	67,5	11,7
REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO	TALAGANTE	299.83	22,1	68,2	9,7

**Fuente: Instituto Nacional de estadísticas - Censo 2017**  
**Elaboración Propia**

Por último, dentro del rango de edades se considera que en la mayoría de estas provincias el porcentaje de personas que se encuentran en un rango entre 15 y 64 años se encuentra alrededor del 70%. Sin embargo, es necesario analizar a la población de la provincia de Santiago más a fondo.

Por este motivo se analizará el rango de edades dentro de las 32 comunas de Santiago, sin embargo, se considerará un rango de edades de 20 a 49 años. Divido en tres segmentos de 20 a 29, 30 a 39 y 40 a 49. El motivo de este amplio rango de edades es porque esta categoría de productos no son excluyentes por la edad del consumidor. Es decir, lo puede consumir un joven estudiante entre clases, un profesional en su horario de refrigerio o un adulto como una merienda de media tarde.

**Tabla 13. Población a Nivel de Comunas**

COMUNA	Rango de Edades		
	20-29	30-39	40-49
Santiago	108.476,00	99.187,00	50.847,00
Independencia	21.874,00	17.912,00	12.731,00
Conchali	21.323,00	16.705,00	16.408,00
Huechuraba	14.468,00	13.733,00	16.130,00
Recoleta	27.794,00	23.787,00	21.099,00
Providencia	24.930,00	31.004,00	18.970,00
Vitacura	11.269,00	11.543,00	11.486,00
Lo barnechea	16.574,00	12.150,00	16.142,00
Las condes	50.467,00	44.697,00	38.076,00
Ñuñoa	32.385,00	41.399,00	27.791,00
La reina	13.853,00	11.539,00	12.914,00
Macul	19.489,00	17.741,00	14.987,00
Peñalolen	40.212,00	30.423,00	36.086,00
La florida	60.078,00	52.150,00	47.790,00
San joaquin	16.203,00	12.614,00	11.546,00
La granja	19.615,00	15.037,00	13.344,00
La pintana	30.276,00	24.151,00	21.396,00
San roman	13.702,00	9.735,00	11.197,00
San miguel	18.583,00	19.669,00	14.025,00
La cisterna	15.176,00	13.385,00	11.228,00
El bosque	27.417,00	21.154,00	19.944,00
Pedro aguirre	16.835,00	13.018,00	11.482,00
Lo espejo	17.477,00	12.339,00	11.468,00
Estacion central	30.049,00	23.666,00	18.526,00
Cerrillos	13.627,00	11.092,00	10.902,00
Maipu	89.370,00	69.376,00	69.478,00
Quinta normal	19.491,00	16.165,00	14.499,00
Lo prado	16.279,00	12.286,00	13.293,00
Pudahuel	40.076,00	32.053,00	31.860,00
Cerro navia	22.714,00	17.040,00	17.970,00
Renca	24.377,00	20.985,00	19.939,00
Quilicura	37.131,00	30.938,00	32.619,00
Total	931.590,00	798.673,00	696.173,00

**Fuente: Instituto Nacional de estadísticas - Censo 2017**  
**Elaboración Propia**

Con esta última segmentación se puede observar que la población a considerar como el mercado potencial asciende a un total de 2, 426,436 consumidores dentro de un rango de edades de 20 a 49 años.

**Tabla 14. Total de Mercado Potencial**

	Mercado Potencial
Consumidores	2.426.436

**Fuente: Instituto Nacional de estadísticas - Censo 2017  
Elaboración Propia**

Como muestra la tabla 14 sobre el cálculo del mercado potencial, se puede concluir que el número de consumidores potenciales del producto asciende a un total de 2'426,436 habitantes dentro de la provincia de Santiago.

### **2.2.2. Tendencias de Consumo**

En Chile, actualmente, la categoría de biscochos, barras y bocadillos creció 6% en valor de mercado y 1% en volumen. Las barras energéticas son de las categorías más dinámicas en el mercado minorista con un crecimiento de 52% en valor. Las barras energéticas son un producto relativamente nuevo en Chile y se encuentran en plena expansión. (Euromonitor International 2018).

Se ha podido averiguar que los productos son consumidos por personas con un ritmo de vida más rápido, ya que lo ven como un refrigerio saludable, al tiempo que satisfacen el apetito y también por personas que realizan ejercicio de manera constante. Este rápido crecimiento también se debe a una nueva tendencia enfocada en la salud y bienestar, que tuvo mucho éxito en Chile durante el último periodo.

En el 2017, debido a la Ley 20.606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad; publicada a mediados del 2016; la cual indica que productos que tuvieran alto nivel de azúcar, grasa, etc. deben indicarlo en sus etiquetas. Impulso que la estrategia usada por este sector se relacionara con el desarrollo de productos nuevos dentro de una tendencia de Salud y

Bienestar, ya que los consumidores desarrollaron preocupación sobre su peso y su salud nutricional lo cual atrajo la atención hacia los productos naturalmente sanos.

La categoría ha cambiado hacia la tendencia de salud y bienestar, lanzando productos con un posicionamiento saludable y un mayor valor agregado. Según la fuente electrónica Euromonitor International, el precio promedio unitario creció 5% en 2017. Esto es en parte ocasionado por el valor agregado que se le está dando al producto a través de la reformulación de insumos e importación de productos. (Euromonitor International 2018)

En conclusión, la tendencia que impulsa el crecimiento de las barras de cereal es la salud, bienestar y el valor agregado que se le pueda brindar. Por ello los fabricantes que antes invertían en dar un sabor más dulce para los consumidores ahora se están enfocando en reducir el contenido calórico o en presentar afirmaciones sobre la salud, como un alto contenido de fibra y un posicionamiento natural saludable. (Euromonitor International 2018)

## **2.3. Análisis de la oferta y la demanda**

### **2.3.1. Análisis de la Oferta**

Para analizar la oferta en el mercado en se considera en un principio otros países en el mundo que oferten este producto a base de cereales según su Código Arancelario.

**Tabla 15. Principales Exportadores en el Mundo de Productos Base de Cereales (Miles Dólares)**

Exportadores	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016	valor exportada en 2017
Mundo	5935933	6047539	5776722	6122102	6190005
Alemania	713655	777770	704627	714916	697035
Estados Unidos de América	713526	726925	753987	702079	656837
Reino Unido	586720	596233	563802	521293	542086
Bélgica	302743	301850	305618	439939	486770
Francia	394723	349806	356432	365680	383995

**Fuente: Trademap**

A través de esta tabla 15 se puede observar que países como Alemania y Estados Unidos destacan como los dos principales exportadores de productos a base de cereales. Este cuadro está considerando el valor en dólares exportado en los últimos 5 años, asimismo, se observa que en el último año tanto Alemania como Estados Unidos ha tenido una baja en el valor exportado.

También es importante considerar quienes son los principales exportadores considerando otro indicador que no sea el Valor en Dólares exportado. Es por ello

**Tabla 16. Principales Exportadores en el Mundo de Productos Base de Cereales (Toneladas)**

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas
Mundo	2399555	2539467	2658442	2891643	2871560
Turquía	181023	240635	228785	320808	300271
Estados Unidos de América	297435	284111	299782	278374	264736
Alemania	223460	243180	268340	264245	253488
Bélgica	117447	115154	135256	175570	195906
Italia	68534	93504	120948	169975	166087

**Fuente: Trademap**

A través de esta tabla 16 se puede observar que países como Turquía y Estados Unidos destacan como los dos principales exportadores de productos a base de cereales. Es importante resaltar que a diferencia de la tabla anterior en esta Alemania figura por debajo de Turquía. Esto puede deberse a que las toneladas



exportadas por Alemania son menores a las de Turquía pero el Valor por Tonelada es Mayor

Finalmente, es importante conocer cuál es la oferta actual de productos a base de cereales de Peru hacia el mundo.

**Tabla 17. Exportaciones de Peru hacia el Mundo de productos a base de Cereales**

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	3510	3558	4445	5242	5563
	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
	8596	10356	16584	19018	19369

**Fuente: Trademap  
Elaboración Propia**

A través de esta tabla 17 se puede observar que Perú viene exportando de manera constante este tipo de productos en los últimos 5 años. De igual manera es importante resaltar que a diferencia de otros países que han tenido una baja en sus exportaciones. Peru mantiene un crecimiento constante tanto en Toneladas exportadas como en Valor en Dólares exportado.

### **Oferta Nacional de Insumos**

Es importante que se analice también la Oferta Nacional de los insumos necesarios para la producción de las Barras de Cereal a exportar esto con el fin de verificar que en el Peru se dispone de los insumos suficientes para producir las barras de cereal.

Por ello, se está analizando la producción de los últimos 5 años de los insumos necesarios para la elaboración de la Barra de Cereal con Aguaymanto.

## Quinua

**Tabla 18. Indicadores de Producción de Quinua 2013-2017**

Años	Area Sembrada (ha)	Area Cosechada (ha)	Produccion (t)	Rendimiento (kg/ha)
2013	47.543	44.870	52.132	1,16
2014	68.099	68.037	114.700	1,68
2015	69.363	69.303	105.666	1,50
2016	64.280	64.223	79.269	1,23
2017	64.267	64.247	81.168	1,26

**Fuente: Peru. Ministerio de Agricultura y Riego**  
**Elaboración Propia**

La tabla 18 confirma que en Peru se viene realizando una producción constante de este insumo. El cual tuvo una pequeña reducción en años anteriores por la reducción en sus precios, sin embargo, garantiza que contaremos con el insumo a lo largo del año.

**Tabla 19. Ventana Comercial de la Quinua en Peru**

Ventana Comercial					
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

**Fuente: PROMPERU**  
**Elaboración Propia**

La tabla muestra la ventana comercial en la cual la Quinua se comercializa en mayor cantidad debido a que son las fechas en las que se realiza la cosecha del insumo.

## Aguaymanto

**Tabla 20. Indicadores de Producción de Aguaymanto 2013-2017**

Años	Area Sembrada (ha)	Area Cosechada (ha)	Produccion (t)	Rendimiento (kg/ha)
2013	40	40	120	4,60
2014	80	80	305	5,20
2015	154	144	702	4,90
2016	243	233	917	3,90
2017	326	307	1.198	3,91

**Fuente: Peru. Ministerio de Agricultura y Riego**  
**Elaboración Propia**

La tabla 20 confirma que en Perú se viene incrementando la producción de este insumo. Esto se debe en parte al gran aumento de la demanda por este fruto tanto a nivel Nacional como Internacional. Esto garantiza a la empresa que podrá contar con el insumo a lo largo del año.

**Tabla 21. Indicadores de Producción de Aguaymanto 2013-2017**

Ventana Comercial					
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

**Fuente: SIICEX**  
**Elaboración Propia**

La tabla muestra que la ventana comercial del Aguaymanto es de 4 meses al igual a la de la Quinua. Solo que esta inicia en el mes de abril que es la fecha que inicia la cosecha del fruto.

## Chia

**Tabla 22. Indicadores de Producción de Chia 2013-2017**

Años	Area Sembrada (ha)	Area Cosechada (ha)	Produccion (t)	Rendimiento (kg/ha)
2013	519	499	1.146,78	2,30
2014	967	947	2.084,15	2,20
2015	1.867	1.847	4.064,09	2,20
2016	3.345	3.325	6.650,33	2,00
2017	5.340	5.320	10.108,50	1,90

**Fuente: Peru. Ministerio de Agricultura y Riego**  
**Elaboración Propia**

La tabla líneas arriba confirma que en Perú existe una gran producción de Chia. Este se debe en parte a la gran demanda por esta semilla que hubo en los últimos años y al alto precio al cual era comercializado. Actualmente el precio se ha visto reducido por la misma sobreproducción de esta semilla, sin embargo, sus grandes cualidades nutricionales la hacen aun un producto muy atractivo tanto para el mercado Nacional como el Internacional.

**Tabla 23. Venta Comercial de la Chia en Peru**

Ventana Comercial					
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

**Fuente: INKAFOREST**  
**Elaboración Propia**

Se ha podido investigar que la Chia presenta una disponibilidad a lo largo de todo el año. Lo cual es favorable para su obtención a lo largo del año como insumo.

### 2.3.2. Análisis de la Demanda

Al igual en el caso de la oferta para analizar la demanda en el mercado se considera en primer lugar. Los principales países de los cuales Chile está importando sus productos a base de cereales del mismo código arancelario.

**Tabla 24. Principales Países de los que Importa Chile (Miles Dólares)**

Exportadores	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017
Mundo	27196	26026	23697	22884	23939
Brasil	4897	7638	6458	6189	6662
Estados Unidos de América	7312	6475	5869	4196	4288
Alemania	3548	3495	2610	3204	2012
Perú	118	466	651	1400	2004
México	961	1859	2553	1999	1971

**Fuente: Trademap**

A través de la tabla 24 se puede observar que Chile demanda más productos a Base de Cereales a países como Brasil y Estados Unidos, sin embargo, se

observa que dentro de los países a los cuales demanda este producto también se encuentra Peru. Lo cual demuestra que ya existe un mercado.

También es importante considerar en qué cantidad está demandando Chile este tipo de mercancía en los últimos años. Es por ello que también se está considerando las Toneladas demandadas por Chile.

**Tabla 25. Principales Países de los que Importa Chile (Toneladas)**

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	7999	7004	7177	6947	7511
Brasil	1260	1911	1701	1789	1892
Estados Unidos de América	2673	2273	2336	1800	1750
Alemania	978	907	873	1115	785
México	334	521	726	625	627
Perú	24	81	111	350	619

**Fuente: Trademap**

A través de la tabla 25 se puede observar que si consideramos las toneladas demandas por Chile en los últimos 5 años. Brasil y Estados Unidos se mantienen como sus principales proveedores, sin embargo, se observa que nuevamente Perú figura dentro de los 5 principales proveedores de Chile.

**Tabla 26. Demanda de Chile a Peru para productos a Base de Cereales**

Exportadores	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017
Perú	118	466	651	1400	2004
	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad importada,	Cantidad importada,	Cantidad importada,	Cantidad importada,	Cantidad importada,
	24	81	111	350	619

**Fuente: Trademap**

La tabla 26 confirma que existe una demanda por parte de Chile para productos peruanos a base de Cereales considerados dentro de este código arancelario. De igual manera se confirma que la demanda es creciente y constante por lo cual

existe una demanda aun en desarrollo la cual puede ser explotada por la empresa.

## **2.4. Estrategias de Venta y Distribución**

### **2.4.1. Estrategias de Segmentación**

Para el proyecto se aplica una estrategia de segmentación basada en la diferenciación. Ya que la empresa se va enfocar en un producto adaptado a satisfacer una necesidad emergente en el mercado objetivo.

Para ello se enfoca en hombres y mujeres de 20 a 49 años de la provincia de Santiago. Ya que es en este rango de edades que se encuentran los estudiantes, trabajadores que son los potenciales consumidores del producto.

La ventaja que permite aplicar esta estrategia es que permite satisfacer una necesidad específica en el mercado objetivo. Como es la demanda de refrigerios fáciles de llevar y listos consumir, así mismo, como el consumo de bocadillos saludables con un mayor valor agregado. Como el que la empresa NUTRIANDES se proyecta ofrecer.

### **2.4.2. Estrategias de posicionamiento**

Para que este tipo de producto pueda posicionarse en el mercado objetivo existen diferentes tipos de estrategias de posicionamiento que pueden aplicarse, debido a las características del mismo.

La principal estrategia de posicionamiento que se podría aplicar es una estrategia de posicionamiento en base a los beneficios. A través de esta estrategia se podría

destacar que este es un producto listo para consumir y fácil de llevar. Ideal para personas con una agenda muy ajetreada y que no cuenta con mucho tiempo libre.

Asimismo, como alternativa se podría aplicar una estrategia basada en base a la calidad. Indicando que el producto cuenta con insumos oriundos del Perú como son la Quinoa, Chia y el Aguaymanto y a un precio acorde al mercado, ya que el objetivo del producto es llegar a la mayor población objetivo.

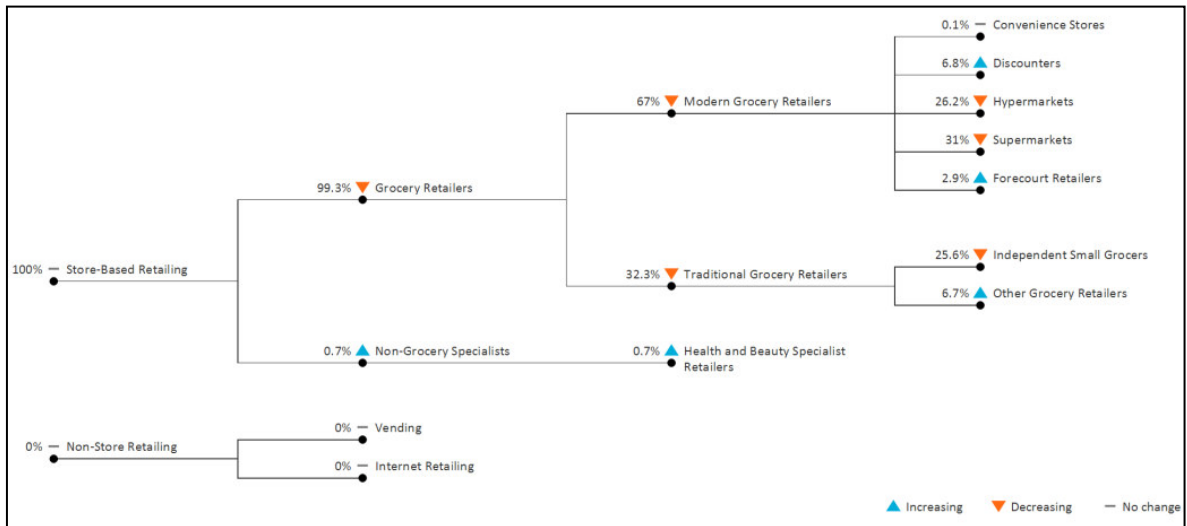
Por último, una estrategia basada en el uso o aplicación del producto, pues a través de esta estrategia se puede destacar el beneficio de consumir un producto saludable y bajo en calorías. Así como el alto valor nutricional de los insumos, con nutrientes beneficiosos para el organismo.

#### **2.4.3. Estrategias de Distribución**

A través de la figura líneas abajo se puede identificar que en el país de Chile la distribución de los biscochos, barras y bocadillos de fruta, se realiza a través de distribuidores minoristas de comestibles.

Dentro de los cuales los prioritarios son los distribuidores modernos. Como son los Supermercados e Hipermercados del país con una participación de 31% y 26.2% respectivamente.

Aunque en los últimos años la participación de estos distribuidores a tenido una reducción constante aunque mínima y esta reducción ha pasado como un incremento en tiendas especializadas en salud y bienestar entre otros aunque como ya se menciono el cambio es mínimo.



**Figura 10. Distribución de biscochos, barras y bocadillos de fruta en Chile**  
**Fuente: Euromonitor International 2018**

Cuando se trata del mercado de snack en barras específicamente el panorama no es muy diferente. Los principales distribuidores también son los supermercados e hipermercados, sin embargo, en este caso las tiendas especializadas tienen una mayor participación aunque esta es mínima.

**Tabla 27. Distribución de Barras en Chile de 2013 al 2017**

% retail value rsp	2013	2014	2015	2016	2017
Store-Based Retailing	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
- Grocery Retailers	93.90	93.90	93.80	93.70	93.67
-- Modern Grocery Retailers	77.30	77.00	76.47	75.26	74.97
--- Convenience Stores	0.14	0.15	0.15	0.17	0.18
--- Discounters	1.33	1.62	1.80	2.16	2.17
--- Forecourt Retailers	0.68	0.70	0.72	0.79	0.81
--- Hypermarkets	34.43	34.13	33.76	33.00	32.81
--- Supermarkets	40.72	40.40	40.04	39.14	39.00
-- Traditional Grocery Retailers	16.60	16.90	17.33	18.44	18.69
--- Food/drink/tobacco specialists	-	-	-	-	-



% retail value rsp	2013	2014	2015	2016	2017
--- Independent Small Grocers	10.30	10.50	10.83	11.64	11.70
--- Other Grocery Retailers	6.30	6.40	6.50	6.80	6.99
- Non-Grocery Specialists	6.10	6.10	6.20	6.30	6.34
-- Health and Beauty Specialist Retailers	6.10	6.10	6.20	6.30	6.34
-- Other Foods Non-Grocery Specialists	-	-	-	-	-
- Mixed Retailers	-	-	-	-	-
Non-Store Retailing	-	-	-	-	-
- Vending	-	-	-	-	-
- Homeshopping	-	-	-	-	-
- Internet Retailing	-	-	-	-	-
- Direct Selling	-	-	-	-	-
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

**Fuente: Euromonitor International 2018**

Dentro del mercado de Supermercados en Chile existen 4 empresas que lideran este rubro, de las cuales destacan los supermercados Lider, Jumbo, Unimarc y Santa Isabel. Según se ha podido investigar líder, el cual es parte de la cadena de Walmart encabeza el mercado con el 35% de participación.

## **2.5. Estrategias de Promoción**

### Uso de E-Commerce

Actualmente el internet se ha convertido en una fuente para promocionar diversos productos. Debido a que dicho medio permite exponer de manera detallada las características de un producto, los beneficios, precios, disponibilidad, etc. Sin necesidad de salir de la comodidad del hogar. Adicional a ello, el uso del internet beneficia a empresas nuevas que cuentan con presupuestos publicitarios limitados y puedan apoyarse bajo las bases de las páginas webs y redes sociales para la promoción de sus marcas, redes sociales como twitter, instagram o facebook.

Adicional a lo explicado líneas arriba, actualmente en Chile ya existen empresas que utilizan canales de distribución para las venta de sus productos a través de internet mediante páginas web.

Empresas que venden sus diversas marcas usando páginas web a través de una serie de pasos para su compra, considerando que existe una demanda creciente por estos productos.

De igual manera existen supermercados que ofrecen un servicio de venta de manera online, a través de sus páginas web, que permitan la compra de diversos productos incluyendo los snacks en barra sin necesidad de ir a ningún punto de venta.

Se realizará una página web para que nuestros consumidores potenciales visiten la página web y obtengan mayor información del producto, características, beneficios, valor nutricional, la historia y formalidad de la empresa.

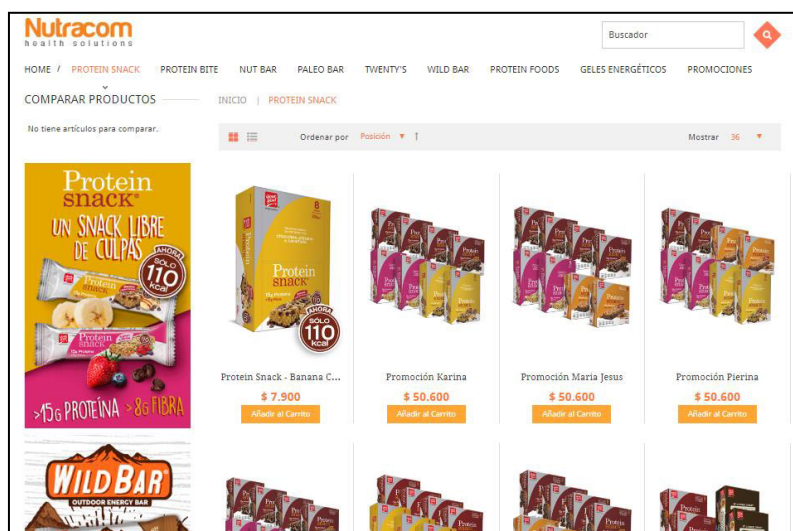


Figura 11. Ejemplo de Pagina Web de un producto Similar  
Fuente: NUTRACOM

## Ferias Internacionales

Las ferias internacionales son aquellos puntos de encuentro entre empresarios tanto Vendedores como consumidores de todo el mundo en los cuales se da a conocer, exhibir, vender y presentar la imagen de un país a través de un producto representativo y novedoso; organizados en su mayoría por la cámara de comercio nacional además de entidades que buscan promover el comercio de un producto.

La participación en ferias internacionales trae consigo una serie de beneficios tanto como la potencialización de las ventas, el desarrollo de un nuevo negocio, el acceso a proveedores o contactos difíciles de obtener, etc. No obstante, se debe tener en cuenta una estrategia adecuada que permita una exposición exitosa en las ferias internacionales.

A través de los portales del país de Chile se investigo posibles ferias en las cuales se podría exhibir el producto en el 2018.

**Tabla 28. Ferias en Chile**

NOMBRE DE LA FERIA	FECHA DE LA FERIA	DESCRIPCION
Espacio Food Service 2018 Santiago de Chile	Santiago de Chile, Chile. 25.09.2018 - 27.09.2018	Espacio Food and Service 2018 Santiago de Chile, será una feria cuyo principal objetivo es consolidarse como la primera y más importante feria de proveedores de la industria gastronómica out of home en Chile, con 800 stands, más de 450 empresas expositoras y 22 países en 20 mil m2 de exhibición. Público profesional.

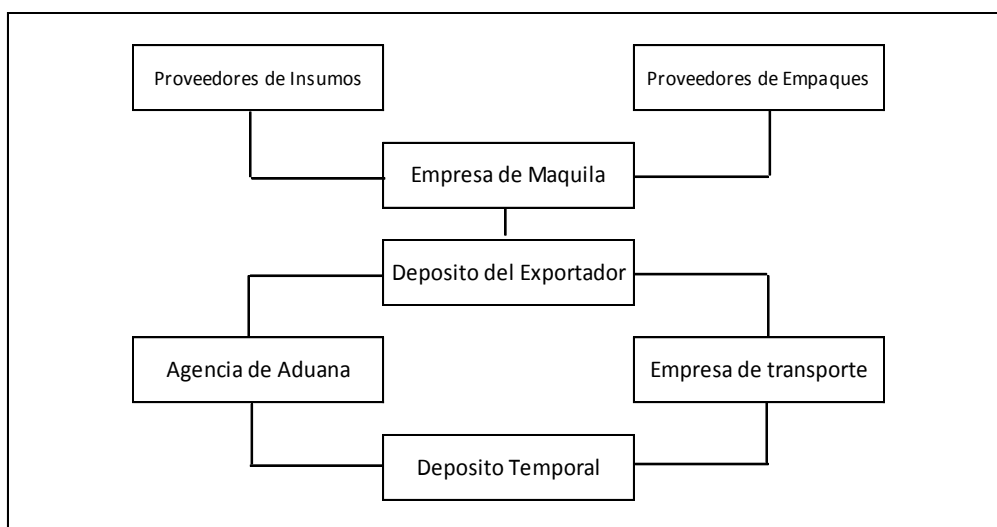
**Elaboración propia**

Es importante considerar que la participación en estas ferias conlleva a una inversión ya que debe prepararse el material suficiente para atraer posibles distribuidores interesados. Para ellos se debe preparar material publicitario así como muestras del producto.

**2.6. Tamaño de Planta. Factores condicionantes**

En la figura líneas abajo se puede ver el flujo de elaboración del producto, así como, el traslado del producto ya envasado al depósito temporal. Dentro de este

cuadro se considerara posibles proveedores de los diferentes servicios dentro del flujo de producción y traslado y aduana de la carga.



**Figura 12. Flujo de Elaboración y traslado a Depósito Temporal**  
Elaboración propia

### Proveedores de Insumos

Los proveedores serán empresas que brindaran los insumos para la producción de las barras (Quinua, Chia, Aguaymanto). Dentro de estos existen diversas empresas que brindan todos los productos necesarios para la producción. Actualmente son 3 los principales proveedores.

**Tabla 29. Proveedores de Insumos**

Empresa	RUC	Direccion
GRANOS ANDINOS DEL PERU S.A.	20600114035	CAL.HUACLLAN NRO. 4856 DPTO. 205 INT. C CND. PARQUE LOS OLIVOS - LOS OLIVOS
VILLA ANDINA S.A.C.	20515405900	AV. LOS EUCALIPTOS NRO. S/N SEC. SANTA GENOVEVA – PARQUE INDUSTRIAL LOS EUCALIPTOS 2- LURIN
AMAZON HEALTH PRODUCTS S.A.C.	20492997294	CAL.UNO MZA. O LOTE. 5 COO. COLONIZACION DE LOS VERTIENTES DE LA TABLADA DE LURIN - VILLA EL SALVADOR

Elaboración Propia

### Proveedores de Empaques

La empresa NUTRIANDES cuenta con una relación comercial con la empresa Corporación Graficolors S.A.C. Por lo cual ellos serán los encargados de la elaboración del diseño y fabricación del empaque para el producto.

**Tabla 30. Proveedor de Envases**

EMPRESA	RUC	DIRECCION
CORPORACION GRAFICOLORS S.A.C.	20513344008	JR. CHAMAYA NRO. 429 URB. CHACRA COLORADA LIMA - LIMA - BREÑA

**Elaboración Propia**

### **Empresa de Maquila**

Actualmente NUTRIANDES está negociando con dos posible proveedores de maquila. Los cuales se encargaran de la producción y empaquetado del producto, sin embargo, una vez se concluya con la producción y empaquetado se debe trasladar el producto al almacén de NUTRIANDES para su posterior traslado al deposito temporal.

**Tabla 31. Proveedores de Maquila**

Empresa	RUC	Direccion
ANDEAN ORGANIC FOODS E.I.R.L.	20554621865	Zona 13 Lt 10434-A Urb.Villa Paraíso Ventanilla, Callao
MN-PRODUCTOS NATURALES S.A.C.	20547107552	PARCELA H MZA. H3 LOTE. 5 URB. EL PINAR - COMAS

**Elaboración Propia**

### **Almacen del Exportador**

Según información brindada en el capítulo de organización y constitución de la empresa. NUTRIANDES SAC contara con almacén propio.

### **Agencia de Aduana y Agencia de transporte**

La empresa NUTRIANDES cuenta con una relación comercial con la empresa EUROADUANAS S.A.C. – AGENCIA DE ADUANA. Por lo cual ellos serán los encargados del agenciamiento de aduana, sin embargo, también cuentan con

unidades de transporte para el traslado interno de la carga, así como, para el ingreso de la misma a depósitos temporales para su posterior embarque.

**Tabla 32. Proveedor de Agencia de Aduana**

EMPRESA	RUC	DIRECCION
EUROADUANAS SAC - AGENCIA DE ADUANA	20537362031	CAL. TENIENTE PEDRO GAREZON 124 A - URBANIZACION RIGEL - SAN MIGUEL

**Elaboración Propia**

### **Deposito Temporal**

La empresa NUTRIANDES planea iniciar las ventas en términos FOB. Por este motivo en el caso de carga LCL el depósito temporal dependerá del agente de carga con el cual el cliente se encuentre trabajando en destino.

En el caso de carga FCL, NUTRIANDES tendrá como objetivo ingresar sus contenedores directo a puerto (APM TERMINALS CALLAO SA ó DP WORLD SRL) con el fin de reducir los costos y ampliar el plazo de entrega de carga al máximo.

### 3. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL

#### 3.1. Envases, Empaques y Embalajes

Según la guía de envases y embalajes (2009) publicada por MINCETUR. El envase es el recipiente de cualquier material y forma que adopte destinado a contener mercancías para su empleo. Asimismo se caracteriza por individualizar, dosificar, conservar, presentar y describir unilateralmente a los productos, pudiendo estar confeccionado con uno o más materiales distintos simultáneamente, además, el embalaje es cualquier medio material para proteger una mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento.

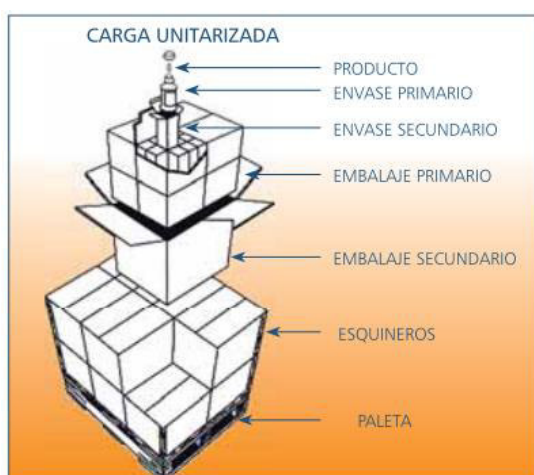


Figura 13. Ejemplo de Unitarización  
Fuente: Guía de envases y embalajes (MINCETUR)

#### 3.1.1. Envase Primario y Secundario

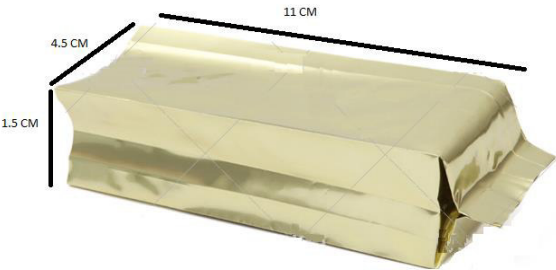
##### 3.1.1.1 Envase Primario

Las barras de cereales andinos serán exportadas en envases de Polipropileno Biorentado metalizado (BOOPmet), el motivo es por que según Illanes Julio (2004), los snacks o bocaditos pueden generar un sabor rancio si el oxígeno penetra el envase. Estos productos son de consumo rápido, de modo que

requieren de envases con estructuras bilaminadas con barrera a la humedad, al oxígeno y luz solar.

Es por este motivo que las láminas de polipropileno biorientado metalizado (BOOPmet) puede brindar una protección adecuada. Este tipo de envases ya son usados por otras empresas que se encuentran en el mercado objetivo. Como se puede observar en la imagen líneas abajo. Por este motivo la empresa NUTRI-ANDES SAC también aplica este tipo de envase primario para las barras de cereales andinos y trozo de Aguaymanto en envases de 20 Gr.

**Tabla 33. Características Envase Primario**

Muestra del Envase Primario	Características del envase	
	Material	Bolsa de Polipropileno Biorentado Metalizado
	Medidas	Largo: 11 Cm; Ancho 4.5 Cm y Alto 1.5 Cm
	Color	La bolsa llevara el diseño respectivo de la marca
	Cantidad Producto	Cada Bolsa llevara una barra de 20 Gr.

**Fuente: Elaboración Propia**

Según el Manual de Etiquetado nutricional de Alimentos de Chile, La etiqueta o rótulo, identifica y diferencia el producto (nombre, marca y diseño). Da a conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño, entre otros). Entrega indicaciones para su uso y/o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, etc. Debe cumplir las leyes o normativas vigentes para cada mercado destino por industria o sector. De ninguna manera, debe contener información ambigua, incompleta, engañosa o falsa que induzca a error en el consumidor.



Por este motivo, toda la información brindada debe estar impresa en el envase como en la figura líneas abajo. Esto con el fin de cumplir las normas de etiquetado establecidas en el país.

**Tabla 34. Información Obligatoria en Envase**

Rotulado General		Detalle	
<p>The diagram shows a food label with the following fields and callouts: 1 (500 ml), 2 (Bebida de fantasía), 3 (Instrucción de uso), 4 (País de Origen), 5 (Fabricante), 6, 7, 8 (Elab./Vcto./Lote), 9 (Almacenamiento), 10 (Instrucción de uso), 11 (Ingredientes).</p>		1	Nombre del alimento
		2	Contenido Neto
		3	Razon social y domicilio
		4	Pais de Origen
		5	Numero y fecha de resolucion
		6	Fecha de elaboracion
		7	Lote de produccion
		8	Fecha de Vencimiento
		9	Instruccion de almacenamiento
		10	Instruccion de uso
		11	Ingredientes

**Fuente: Manual de Etiquetado Nutricional de Alimentos en Chile. Elaboración Propia**

Por último, adicional a la información brindada en la figura 34, el envase también debe de contar con un Rotulado Nutricional, dentro de los parámetros obligatorios se debe indicar la Energía, Proteínas y Grasas Totales. Según el Manual de Etiquetado nutricional de Alimentos de Chile esto se usa para dar a conocer cuántas porciones contiene el envase del producto e identificar el contenido de energía y nutrientes del alimento en la cantidad que lo consumimos en una oportunidad. Es importante resaltar que debe señalarse el número de porciones que contiene el envase y tamaño de la porción en gramos o mililitros y en medidas caseras como pueden verificar en la figura 6.

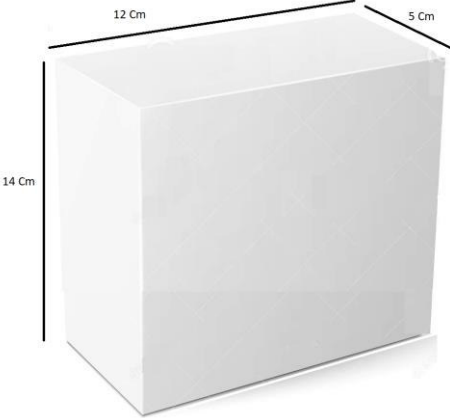
<b>Información Nutricional</b>	
Tamaño de la Porción	1 porción (20g)
<b>Calorias</b>	<b>94</b>
Calorias de grasa	11
<b>Cantidad de porción      % Valor Diario</b>	
Grasas Totales 1 g	2%
Grasas Saturadas 0 g	0%
Grasas Trans 0 g	
<b>Colesterol 0mg</b>	<b>0 %</b>
Sodio 4mg	0%
<b>Carbohidratos Totales 19g</b>	<b>6%</b>
Fibra Dietaria 3g	12%
Azucares 9g	
<b>Proteinas 2g</b>	<b>4%</b>

**Figura 14. Rotulado Nutricional Barra NUTRI-BAR  
Elaboración Propia**

### **3.1.1.2. Envase Secundario**

Dentro de la investigación del mercado objetivo en el capítulo de Marketing Internacional. Se ha podido investigar las principales empresas y marcas que se encuentran en el mercado objetivo y la presentación de los productos de estas empresas. De esta manera se observa que los snacks en barra usan un empaque secundario. El cual permite agrupar una cantidad exacta de barras en un solo empaque. Es por ello que la empresa NUTRI-ANDES SAC, también se usará un empaque secundario. Una caja con 6 unidades dentro dando un contenido neto de 120 Gr.

**Tabla 35. Características Envase Secundario**

Muestra del Envase Secundario	Características del envase	
	Material	Cajita de Carton
	Medidas	Largo: 12 Cm; Ancho 5 Cm y Alto 14 Cm
	Color	La Cajita llevara el diseño respectivo de la marca NUTRIBAR
	Cantidad Producto	Cada caja llevara 24 barras de 20 Gr.

**Elaboración Propia**

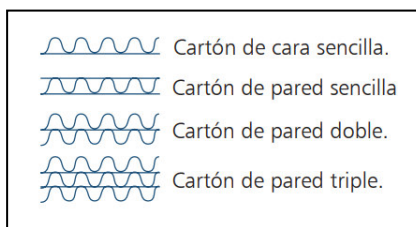
Cabe resaltar que este envase secundario también deberá cumplir con las mismas normas de etiquetado que el envase primario. Por tal motivo la información brindada para el envase primario también se aplica en este envase secundario. Dentro de lo cual se estaría considerando el Rotulo General y el Rotulo nutricional.

**3.1.2. Empaques y Embalaje**

Según la guía de envases y embalajes (2009) publicada por Mincetur. El embalaje es cualquier medio material para proteger una mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento, asimismo evita mermas, derrames y en definitiva averías con lo cual beneficia no sólo al vendedor y al comprador, sino también al asegurador y transportista.

Es por este motivo que la empresa NUTRI-ANDES SAC usará como embalaje de secundaria cajas de cartón corrugado esto asegurara que la mercancía este asegurada ya que los snack en barras son productos frágiles. En la figura líneas abajo se puede observas las medidas y características del embalaje. Cabe

resaltar que estas cajas deben contar con respectivas marcas que permitan su correcto manipuleo.



**Figura 15. Tipos de Cartón Corrugado**  
**Fuente: Guía de envases y embalajes (MINCETUR)**

### **3.2. Diseño del Rotulado y Marcado**

A través del rotulado y marcado se puede transmitir información relacionada a la naturaleza del producto y a su correcto manipuleo.

Etiquetas con información del producto y el uso de pictogramas son 2 de las principales formas de marcar y rotular un embalaje, ya que de esta manera se obtiene información del producto que se encuentra dentro y que características tiene como Fragilidad, Protéjase de la humedad, etc.

#### **3.2.1. Diseño del rotulado**

A través del rotulado del embalaje la empresa NUTRI-ANDES SAC pretende brindar cierta información ya sea al comprador o al transportista. Dentro de esta información se encuentra:

- Nombre del Exportador
- Nombre del Importador
- Nombre del Producto
- Lote de Producción
- Código Armonizado

- Fecha de Vencimiento

Toda esta información permitirá una rápida identificación del producto. Líneas abajo se puede observar un ejemplo del rotulado que usara la empresa NUTRI-ANDES SAC.

<p>NUTRI-ANDES S.A.C</p> <p>PRODUCTO: BARRAS DE GRANOS ANDINOS Y AGUAYMANTO</p> <p>NUMERO DE LOTE: A014728350</p> <p>FECHA DE VENCIMIENTO: 01/04/2019</p> <p>PESO NETO: 2.88 KG (0.12 X 24)</p> <p>PESO BRUTO: 3.00 KG</p> <p>DIRECCION: AV. ARGENTINA Y ALFREDO PALACIOS CALLAO, LIMA, PERU</p> <p>PHONE: +(511) 452 2479</p> <p>HECHO EN PERU</p>	<p>POL: CALLAO-PERU POD: SANTIAGO-CHILE</p> <p>CONSIGNATARIO: XXXXXXXXXX</p> <p>DIRECCION: XXXXXXXXXXXXXXX</p> <p>BULTOS 1 DE XX</p> <p>PRODUCTO: BARRAS DE GRANOS ANDINOS Y AGUAYMANTO</p> <p>HECHO EN PERU</p>
---	--

**Figura 16. Rotulado de la Empresa NUTRIANDES SAC**  
Elaboración Propia

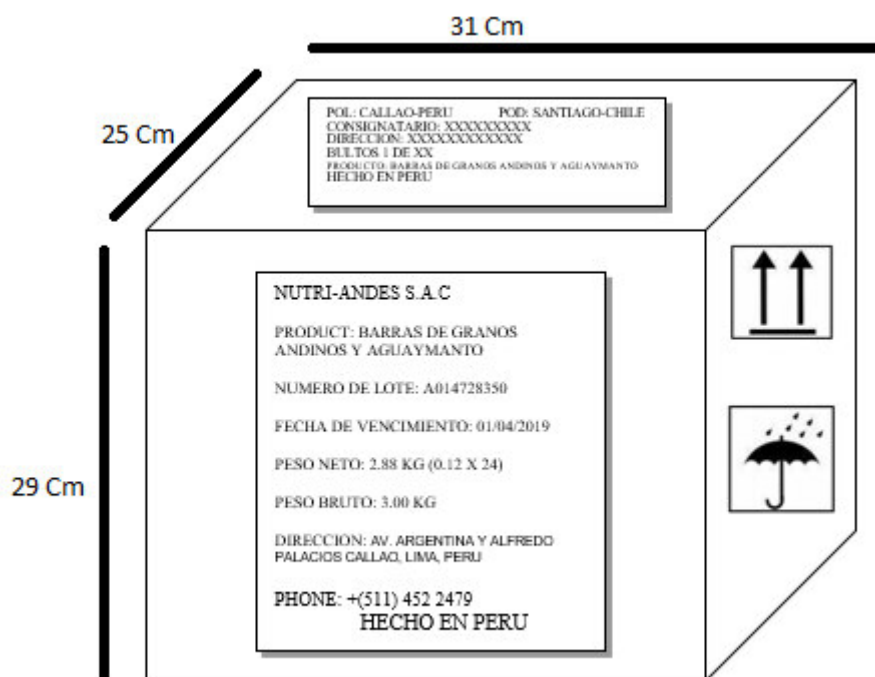
### 3.2.2. Diseño del mercado

La guía de acondicionamiento y embalaje (SERPOST, 2009) indica que el mercado está sujeto a normas internacionales, ya que en 1962 fue la Asociación Internacional para la Coordinación del Manejo de la Carga (ICHCA) quienes establecieron los elementos que deben figurar en las marcas. Son tres tipos de marcas a considerar:

- Marcas estándar o principales: Dentro de esta se encuentra la información del shipper y consignee, así como, el POL y POD.
- Marcas informativas o adicionales: Dentro de esta se encuentra la numeración de los bultos, esto junto con un Packing List permite identificar

cada bulto perteneciente a un mismo embarque. Ya que incluye peso bruto y peso neto, dimensiones, descripción del contenido.

- Marcas de manipuleo o auxiliares: Dentro de esta se encuentran los Pictogramas, los cuales son símbolos que nos van a permitir mostrar instrucciones para el manipuleo de la carga. Es importante notar que los pictogramas están sujetos a la norma ISO 780 donde se especifica las características que estos deben tener.



**Figura 17. Marcado del Embalaje**  
Elaboración propia

### **3.3. Unitarización y cubicaje de la carga**

La unitarización consiste en agrupar las mercancías en unidades superiores de carga, esto con el fin de facilitar el transporte, así mismo, permite calcular la cantidad exacta de cajas que van a entrar por paleta en el caso de carga LCL y por cada contenedor en caso de carga FCL. Las modalidades más comunes de unitarización son la palatización y contenedorización.

#### **3.3.1. Paleta o Pallets**


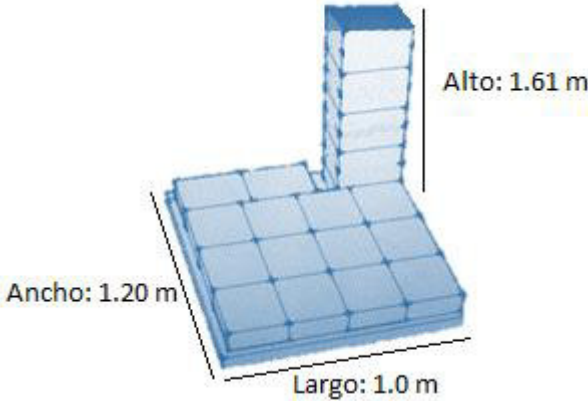
Según la guía de envases y embalajes (2009) publicada por Mincetur. La palatización, o sistema de manipulación de mercancías agrupadas sobre paletas (pallets) que constituyen unidades de carga, ha influido notablemente en las características de los embalajes, así mismo, indican que la ISO ha normalizado tres tipos de paletas de pequeñas dimensiones y dos grandes dimensiones.

Las paletas de pequeñas dimensiones son:

- 800 x 1.000 mm (32 x 40 pulgadas)
- 800 x 1.200 mm (32 x 48 pulgadas)
- 1000 x 1.200 mm (32 x 48 pulgadas)

Para la exportación del producto la empresa NUTRI-ANDES SAC usará las paletas de dimensiones 1000 x 1.200 mm (32 x 48 pulgadas). Es importante señalar que esta será la principal forma de unitarización para la exportación de Carga LCL de la empresa, así mismo, la empresa debe considerar que el uso de pallets se encuentra regulado por [NIMF N° 15](#) (DIRECTRICES PARA REGLAMENTAR EL EMBALAJE DE MADERA UTILIZADO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL) y en esta regulación se indica que se tiene que utilizar paletas con la debida certificación por las empresas autorizadas por Senasa quien es la entidad a cargo de esto para evitar la contaminación por plagas de la madera.

Tabla 36. Unitarización de la Carga en Paletas

Diseño de la Paleta		Características	
	Pallet de madera		
	Norma de embalajes NIMF N° 15		
	Medidas: 100 cm x 120 cm x 16 cm		
	Base 15 cajas de cartón		
Unitarización en Paleta			
	Base	15 cajas de cartón corrugado	
	Niveles	5 pisos	
	Total cajas por pallet	75 cajas	
	Total Cajitas de Cereal por paleta	1,800 cajitas	
	Total Barras de Cereal por paleta	10,800 unidades	
	Peso neto por Paleta	230.00 kg	

Elaboración Propia

### 3.3.2. Contenedores

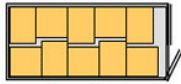
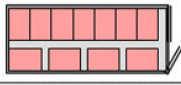

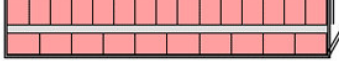
Los contenedores son unidades de transporte, la cual permite la distribución física de grandes cantidades de carga como una unidad indivisible y segura, la cual se estiba y precinta en el almacén del Shipper en el país de origen y se desestiba en el país de destino en el almacén del consignee.

El uso de contenedores es la principal unidad de transporte para la exportación de carga FCL. Por ello en el caso de carga FCL la empresa NUTRI-ANDES SAC no será ajena al uso de los mismos. Cabe destacar que existen diversos tipos de contenedores por dimensiones, usos, etc. Pero al ser el producto considerado como carga general los tres tipos de contenedores a usar serian:

- Contenedor 20' pies
- Contenedor 40' pies
- Contenedor 40' HC



**Tabla 37. Unitarización de la Carga en Contenedores**

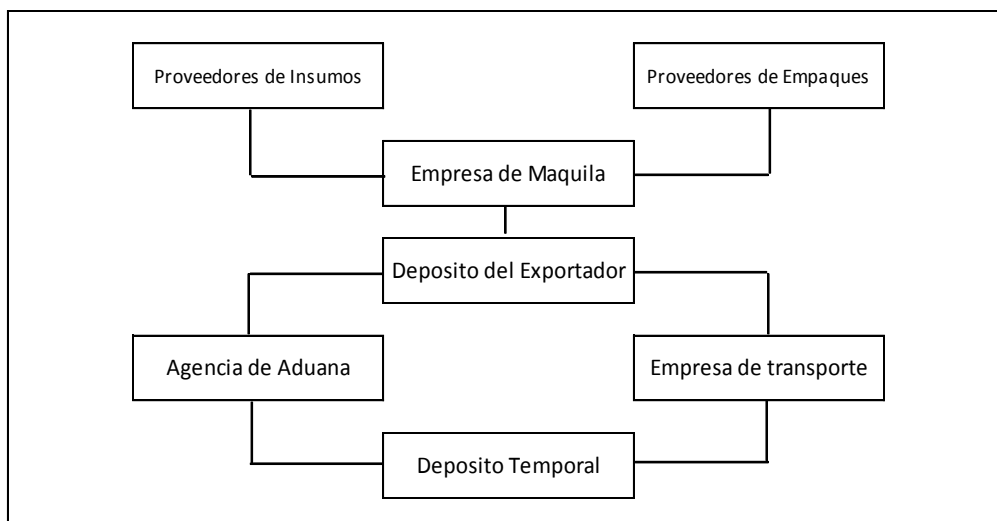
CONTENEDOR	Nº DE PALLETS	GRÁFICO
20' STANDARD	10 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	11 europallets 1,2 x 0,8m	
40' STANDARD	21 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	25 europallets 1,2 x 0,8m	

**Elaboración Propia**

A través de esta imagen se puede considerar que en si usamos las paletas estándar de 1 Metro x 1.20 Metro. Dentro de un contenedor de 20' Estándar deben ingresar 10 paletas lo que equivaldría a 18,000 cajitas de cereal con 6 unidades de barra de cereal cada una y dentro de un contenedor de 40' estándar deben ingresar 21 paletas lo que equivaldría a 37,800 cajitas de cereal con 6 unidades de barra de cereal cada una.

### **3.4. Cadena de DFI de exportación**

En la figura líneas abajo se puede ver el flujo de elaboración del producto, así como, el traslado del producto ya envasado al depósito temporal. Dentro de este cuadro se considerara posibles proveedores de los diferentes servicios dentro del flujo de producción y traslado y aduana de la carga.



**Figura 18. Flujo de Elaboración y traslado a Deposito Temporal**  
Elaboración propia

### 3.4.1. Proveedores de Insumos

Los proveedores serán empresas que brindaran los insumos para la producción de las barras (Quinoa, Chia, Aguaymanto, Stevia). Dentro de estos existen diversas empresas que brindan todos los productos necesarios para la producción. Actualmente, son 3 los prospectos de proveedores.

**Tabla 38. Proveedores de Insumos**

Empresa	RUC	Dirección
GRANOS ANDINOS DEL PERU S.A.	20600114035	CAL.HUACLLAN NRO. 4856 DPTO. 205 INT. C CND. PARQUE LOS OLIVOS - LOS OLIVOS
VILLA ANDINA S.A.C.	20515405900	AV. LOS EUCALIPTOS NRO. S/N SEC. SANTA GENOVEVA – PARQUE INDUSTRIAL LOS EUCALIPTOS 2- LURIN
AMAZON HEALTH PRODUCTS S.A.C.	20492997294	CAL.UNO MZA. O LOTE. 5 COO. COLONIZACION DE LOS VERTIENTES DE LA TABLADA DE LURIN - VILLA EL SALVADOR

**Elaboración Propia**

Es importante considerar a los proveedores de insumos en la Cadena de Distribución Física Internacional, ya que ellos son quienes proveerán los insumos base para la producción y distribución de las mercancías considerando siempre la calidad y en búsqueda de satisfacer los niveles de servicio requerido en destino.

**Tabla 39. Criterios de Selección de Proveedor de Insumos**

Criterios	GRANOS ANDINOS DEL PERU S.A.	VILLA ANDINA SAC	AMAZON HEALTHS PRODUCTS SAC
Precio por Insumos (Aprox)	S/. 18.00	S/. 19.50	S/.20.50
Ubicación	Los Olivos	Lurín	Villa el Salvador
Distancia a la planta	Cercano	Lejos	Lejos
Tiempo en el mercado	3 años	11 años	10 años
Certificados	EU, NOP, JAS, BioSuisse,	JAS, USDA Organic	EU, JAS, USDA Organic

**Elaboración Propia**

**Tabla 40. Matriz EFI – Selección de Proveedor de Insumos**

Criterios	Nivel de importancia	GRANOS ANDINOS DEL PERU S.A.	Puntaje	VILLA ANDINA SAC	Puntaje	AMAZON HEALTHS PRODUCTS SAC	Puntaje
Precio por Insumos	0.25	5	1.25	4	1.00	3	0.75
Ubicación	0.30	5	1.50	2	0.60	4	1.20
Distancia a la planta	0.15	4	0.60	3	0.45	5	0.75
Tiempo en el mercado	0.15	3	0.45	5	0.75	4	0.60
Certificados	0.15	4	0.60	3	0.45	4	0.60
Total	1		4.40		3.25		3.30

**Elaboración Propia**

Para los insumos, de acuerdo a la matriz de selección y en base a los criterios de elección la empresa NUTRIANDES SAC trabajará con la empresa GRANOS ANDINOS DEL PERU S.A. empresa se ubica en la ciudad de Lima, esta empresa nos puede proveer no solo del Aguaymanto, sino también de la quinua y Chia abasteciendo a NUTRIANDES SAC de la suficiente materia prima que se requiera. Asimismo, las certificaciones con las que cuenta la empresa brindan una fuerte credibilidad en cuanto a la calidad de la materia prima.

### 3.4.2. Proveedores de Envases

La empresa NUTRIANDES cuenta con una relación comercial con la empresa Corporación Graficolors S.A.C. Por lo cual ellos serán los encargados de la elaboración del diseño y fabricación de los envases tanto primario como secundario para el producto.

**Tabla 41. Proveedor de Envases**

EMPRESA	RUC	DIRECCION
CORPORACION GRAFICOLORS S.A.C.	20513344008	JR. CHAMAYA NRO. 429 URB. CHACRA COLORADA LIMA - LIMA - BREÑA

#### **Elaboración Propia**

Esta empresa será la encargada de brindar los envases a la empresa a cargo de la maquila para el empaquetado del producto terminado. Estos envases deberán cumplir las normas y reglamentos de rotulado indicados al inicio del capítulo.

### 3.4.3. Empresa de Maquila

Actualmente, NUTRI-ANDES SAC está negociando con dos posible proveedores de maquila. Los cuales se encargarán de la producción y empaquetado del producto, sin embargo, una vez se concluya con la producción y empaquetado se debe trasladar el producto al almacén de NUTRI-ANDES para su posterior traslado al deposito temporal.

**Tabla 42. Proveedores de Maquila**

Empresa	RUC	Dirección
ANDEAN ORGANIC FOODS E.I.R.L.	20554621865	Zona 13 Lt 10434-A Urb. Villa Paraíso Ventanilla, Callao
MN-PRODUCTOS NATURALES S.A.C.	20547107552	PARCELA H MZA. H3 LOTE. 5 URB. EL PINAR - COMAS

#### **Elaboración Propia**

**Tabla 43. Criterios de Selección de Proveedor de Maquila**

Criterios	MN-PRODUCTOS NATURALES S.A.C.	Andean Organic Foods EIRL
Costo Mensual (USD)	3,797.58	4,250.70

Ubicación	Comas	Ventanilla
Tiempo en el mercado	6 Años	5 años
Puntualidad	buenas	buenas
Certificaciones	Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) , HACCP	Buenas Prácticas de Manufactura, HACCP.

**Elaboración Propia**

**Tabla 44. Matriz EFI – Selección de Proveedor de Maquila**

Criterios	Nivel de importancia	Andean Organic Foods EIRL	Puntaje	MN-PRODUCTOS NATURALES S.A.C.	Puntaje
Costo Mensual	0.25	3	0.75	5	1.25
Ubicación	0.25	5	1.25	4	1.00
Tiempo en el mercado	0.30	4	1.20	5	1.5
Certificados	0.20	5	1.00	5	1.00
Total	1		4.20		4.75

**Elaboración Propia**

De acuerdo a la tabla 44 la empresa maquiladora que obtuvo el mayor puntaje en base a los criterios considerados por la empresa NUTRIANDES SAC es MN-PRODUCTOS NATURALES S.A.C, ya que además de tener un precio competitivo, las certificaciones con las que cuenta, los años de experiencia son aspectos importantes. A ello se le añade la cercanía con la que está la planta al almacén de NUTRIANDES SAC y a los terminales portuarios lo cual inducirá en un costo mínimo en el traslado de las mercancías.

#### **3.4.4. Almacén del Exportador**

Según información brindada en el capítulo de organización y constitución de la empresa. NUTRIANDES SAC contara con almacén propio.



**Figura 19. Información del Almacén de la Empresa NUTRIANDES SAC**  
**Fuente: elaboración Propia**

### 3.4.5. Agencia de Aduana y Agencia de transporte

La empresa NUTRIANDES cuenta con una relación comercial con la empresa EUROADUANAS S.A.C. – AGENCIA DE ADUANA. Por lo cual ellos serán los encargados del agenciamiento de aduana, asimismo, cuentan con unidades de transporte para el traslado interno de la carga y para el ingreso de la misma a depósitos temporales para su posterior embarque.

**Tabla 45. Proveedor de Agencia de Aduana**

EMPRESA	RUC	DIRECCION
EUROADUANAS SAC - AGENCIA DE ADUANA	20537362031	CAL. TENIENTE PEDRO GAREZON 124 A - URBANIZACION RIGEL - SAN MIGUEL

**Fuente: Elaboración Propia**

La relación comercial que existe entre esta dos empresas, con lleva a que EUROADUNAS SAC sea la empresa encargada del transporte local y el agenciamiento de aduana. Por lo cual no será necesario buscar otro proveedor de estos servicios de manera inmediata.

### **3.4.6. Deposito Temporal**

La empresa NUTRIANDES planea iniciar sus ventas en términos FOB. Por este motivo en el caso de carga LCL el depósito temporal dependerá del agente de carga con el cual decida trabajar el embarque.

Esto se debe a que existen agentes de carga (Consolidadores) que trabajan específicamente con ciertos almacenes. Algunos de estos casos son MSL DEL PERU S.A.C y ECU WORLDWIDE PERU S.A.C. los cuales trabajan la carga LCL con el depósito temporal de NEPTUNIA SA. En cambio, empresas como SACO SHIPPING S.A.C. y CRAFT MULTIMODAL PERU S.A. trabajan la carga LCL con el depósito temporal de VILLAS OQUENDO SA

En el caso de carga FCL, NUTRIANDES tendrá como objetivo ingresar sus contenedores directo a puerto (APM TERMINALS CALLAO SA ó DP WORLD SRL) con el fin de reducir los costos y ampliar el plazo de entrega del contenedor al máximo.

### **3.5. Seguro de las mercancías.**

El seguro de Carga Internacional del producto depende del Incoterm que se utilice en la operación de Compra y Venta. La empresa NUTRI-ANDES SAC se plantea iniciar sus exportaciones en incoterm FOB. Por estos motivos sus responsabilidades como vendedores culminan cuando la carga se encuentra sobre el buque en el POL, sin embargo, es importante considerar que en caso la empresa realice contratos en otros Incoterm como CIF, DAP, DDP. Sera importante considerar el uso de un seguro de carga Internacional ya que a través de este la aseguradora asumirá los daños y pérdidas materiales sobrevenidos a la

carga transportada, en el caso de algún siniestro durante el traslado o viaje por vía marítima, fluvial, aérea, terrestre o ferroviaria.

### **3.6. Requisitos de Acceso al Mercado**

#### **3.6.1. Requisitos en Peru**

##### **Digesa**

En el caso de Peru, es el Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) es el encargado de implementar normativas y controlar la inocuidad de alimentos de consumo humano elaborados industrialmente ya sea nacional o extranjero. Esto contribuye a la protección de los consumidores y con el fin de disminuir las enfermedades transmitidas por alimentos.

##### **Certificado De Origen**

Con el fin de que el importador pueda acogerse a beneficios arancelarios es importante obtener el certificado de origen. En este caso presentando el debido Certificado de origen, la mercancía no paga tributos en destino esto brinda una ventaja comercial en comparación a otros países.

Las instituciones con las cuales se puede tramitar un Certificado de origen son: La Cámara de Comercio de Lima, Asociación de Exportadores y la Sociedad Nacional de Industrias.



### **3.6.2. Requisitos en Chile**

#### **Secretarías Regionales Ministeriales de Salud (SEREMI)**

En Chile esta es la entidad que regula la entrada de alimentos. Para poder autorizar el Ingreso el importador deberá tramitar un Certificado de Destinación Aduanera (CDA). Todos los productos alimenticios importados deberán contar con esta Autorización como requisito fundamental para su comercialización en territorio nacional.

Para poder solicitarlo es necesario:

- Factura del producto (documento que acredite propiedad)
- Autorización Sanitaria vigente de la bodega de destino, para los fines correspondientes
- Pago de Arancel por tonelaje (Arancel de Prestaciones de Salud Ambiental del Minsal)

## 4. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 4.1. Fijación de precios

#### 4.1.1. Costos y precio

Para la fijación de precios se está considerando los costos de los insumos y de la tercerización de la de la producción, así como, de los servicios contratados a proveedores. En todos estos casos no se está considerando el IGV de los servicios y productos comprados. Ya que este se usará como crédito fiscal, de esta manera se calcula que el costo unitario de cada Caja x 6 Und de Barra de cereal es de 3.78

Tabla 46. Proceso de Costos - Incoterm FOB

Descripción			Importe \$
<b>Costos de Producción</b>			
Caja x 6 und. Barra cereal	18,000	\$ 0.92	\$ 16,525.08

<b>Costos de comercialización y distribución</b>			
Seguro de Carga Local			25.00
Transporte a Puerto (Inland)			180.00
Certificado de Origen			13.07
Derechos de Embarque			197.06
VB-Agente Marítimo			450.00
Agenciamiento de Aduana			120.00

Transferencia Extranjero (T/T)	\$ 11.00	<b>22.00</b>
--------------------------------	----------	--------------

<b>Costo FOB</b>	0.97	<b>17,532.21</b>
<b>Utilidad ( 40%)</b>		<b>11,688.14</b>
<b>Precio FOB</b>	1.62	<b>29,220.35</b>

Elaboración Propia

#### 4.1.2. Cotización internacional

Para poder iniciar cualquier operación de compra y venta, la empresa NUTRIANDES como productores de las barra de cereal deberán enviar una cotización inicial acorde a la cantidad solicitada por el cliente en destino.


		<b>NUTRIANDES S.A.C</b> AV. ARGENTINA Y ALFREDO PALACIOS 5/N - CALLAO Teléfono: (51-1) 4520735 www.Nutriandes.com	
		Callao, 09 de abril de 2018	
Señores <b>IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DULCE LOCURA LIMITADA</b>			
Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo a las especificaciones establecidas por ustedes:			
<b>PRODUCTO</b>	:	<b>BARRAS CEREAL QUINUA, CHIA Y AGUAYMANTO.</b>	
<b>PRESENTACION</b>	:	<b>CAJAS X 6 UND. BARRAS CEREAL QUINUA, CHIA AGUAYMANTO.</b>	
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	:	<b>1904.90.00.00</b>	
<b>REGISTRO SANITARIO</b>	:	<b>G8551615N KBEOSA (DIGESA)</b>	
<b>CANTIDAD</b>	:	<b>18,000 CAJAS X 6 UND. BARRAS CEREAL</b>	
<b>PROPORCION EMBALAJE</b>	:	<b>CAJAS DE CARTON CORRUGADO</b> <b>L: 25CM X A: 31CM X H: 29 CM</b>	
<b>PRECIO FOB CALLAO</b>	:	<b>US \$ 1.62 X CAJA X 6 UND. BARRAS CEREAL</b>	
<b>FORMA DE PAGO</b>	:	<b>T/T (60% AL INICIO, 40% FECHA EMBARQUE)</b>	
<b>FECHA DE EMBARQUE</b>	:	<b>30 DIAS DESPUES DE HABER ACEPTADO EL PRIMER PAGO</b>	
<b>MODO DE TRANSPORTE</b>	:	<b>MARITIMO (SIN TRANSBORDO)</b>	
<b>PUERTO DE EMBARQUE</b>	:	<b>CALLAO – PERU</b>	
<b>VALIDEZ DE LA OFERTA</b>	:	<b>30 DIAS</b>	
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			
<b>ALEXIS SEGURA MARZAL</b> <b>GERENTE GENERAL</b>			

Figura 20. Modelo de Cotización Internacional  
Elaboración Propia

## **4.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos**

Líneas abajo se puede observar una simulación del contrato que usara la empresa para poder establecer las responsabilidades tanto del vendedor como del comprador, así como, el ente encargado de lidiar con cualquier controversia que pueda existir.

### **4.2.1. Elaboración del CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL**

#### **CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: NUTRIANDES SAC, empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, debidamente representada por su Gerente General Sr. ALEXIS ERNEST SEGURA MARZAL, con Documento de Identidad N° 70243834, domiciliado en su Oficina principal ubicado en AV. ARGENTINA Y ALFREDO PALACIOS S/N - CALLAO, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DULCE LOCURA LIMITADA, debidamente representado por su Gerente General doña ALICIA VASQUEZ, señalando domicilio el ubicado en Avenida Pedro De Valdivia 5691 Of.210 -Macul - Santiago, República de Chile, 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 Inglés ) 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: BARRA DE CEREAL DE GRANOS ANDINOS Y AGUAYMANTO CAJA x 6 UND, y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos en el plazo establecido.
- 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 30 días luego de recibidas las ordenes de compra debidamente firmadas por el comprador y el adelanto de la factura.

## **PRECIO**

### **CLAUSULA CUARTA:**

Las Partes acuerdan el precio de 1.62 USD por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en 09/04/2018.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte en destino 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 SESENTA PORCIENTO (60 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CUARENTA PORCIENTO (40 %) al momento del embarque de los productos.

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

## **INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO**

### **CLAUSULA SEXTA:**

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

## **RETENCION DE DOCUMENTOS**

### **CLAUSULA SEPTIMA:**

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

## **TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA**

### **CLAUSULA OCTAVA:**

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

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

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

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

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

### **RETRASO DE ENVIOS**

#### **CLAUSULA NOVENA:**

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

### **INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS**

#### **CLAUSULA DECIMA:**

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

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

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

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

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

### **COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES**

#### **CLAUSULA 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 Arbitraje y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de la Camara de Comercio Internacional, 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 la CCI 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 Lima, a los 04 Días del mes de Mayo 2019.

.....  
**EL VENDEDOR**

.....  
**EL COMPRADOR**

#### **4.2.2. Factura Comercial**

Líneas abajo se puede observar una simulación del Invoice que usaría la empresa NUTRIANDES para sus operaciones de comercio internacional. Dentro de esta se encuentra toda la información referente a la carga y la transacción.

COMMERCIAL INVOICE							
<b>Exporter:</b> NUTRIANDES SAC 20101355270 AV. ARGENTINA Y ALFREDO PALACIOS S			<b>Invoice No. &amp; Date:</b> EXP 010/01-2018 16-MAY-2018		<b>Buyers Order No. &amp; Date:</b> EXP200 16-APR-2018		
			<b>Other reference (s):</b>		<b>Proforma</b>		
					<b>Bill of Lading No. &amp; Date:</b>		
<b>Consignee:</b> IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA RUT: 76064507-9 Avenida Pedro De Valdivia 5691 Of.210 -Macul - Santiago Teléfono: (56-2) 2224 4658			<b>Buyer (If other than consignee):</b>				
<b>Pre-carriage By</b> SEA	<b>Place of Receipt</b>		<b>Country of origin</b> PERU		<b>Country of destination</b> CHILE		
			<b>Payment Terms:</b> 60 % at the beginning and the other 40 % from the date of Bill of Lading T/T				
<b>Sea Details</b>	<b>Port of Loading</b> CALLAO						
<b>Port of Discharge</b> VALPARAISO	<b>Final Destination</b> SANTIAGO						
<b>Boxes Marks</b> <b>Container No.</b>	<b>Numbering</b> <b>of the pallet</b>	<b>Number</b> <b>of Boxes</b>	<b>Description of Goods</b>	<b>Quantity</b>	<b>Presentat</b> <b>ion</b>	<b>FOB Price</b> <b>USD</b>	<b>Total FOB</b> <b>USD</b>
NUTRIANDES S/	1 to 10	750	CAJAS X 6 UND. BARRAS CEREAL QUINUA, CHIA Y AGLIAYMANTO	18,000	Units	1.62	29,160.00
		<b>750</b>				<b>TOTAL FOB</b>	<b>29,160.00</b>
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): TREINTA Y UN MIL OCHOCIENTOS SESENTA CON 00/100 DOLARES AMERICANOS							
Manufacturer: NUTRIANDES SAC					Freight	0.00	
Total Net Wt: 2200		Total Shipper:	750.000		Insurance	0.00	
Total Gross Wt: 2500		Total CBM:					
						<b>TOTAL FOB</b>	<b>29,160.00</b>
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS A							

**Figura 21. Modelo de Factura Comercial**  
Fuente: Elaboración Propia

### 4.3. Elección y aplicación del Incoterm

La empresa NUTRIANDES planea iniciar sus ventas en términos FOB. Por este motivo cumplirá su obligación solo cuando las mercancías, ya despachadas de la aduana de exportación y estas se encuentran a bordo del buque designado en el puerto de embarque convenido, soportando todos los riesgos y gastos portuarios. La responsabilidad del vendedor por cualquier daño o pérdida se transmite al comprador una vez que la carga ha sido declarada a bordo del buque.

#### **4.4. Determinación del medio de pago y cobro**

La empresa NUTRIANDES planea usar las transferencias bancarias como medio de pago. El riesgo es alto, sin embargo, es el más económico, sin embargo, el beneficio es que son pagos más directos. La entidad bancaria con la que trabajaran será el BCP la cual tiene una tarifa de 11 USD en caso la transferencia venga del BCI de Chile o 24 USD en caso venga de otro banco.

#### **4.5. Elección del régimen de exportación**

El régimen que se va a trabajar es el Régimen de Exportación Definitiva. Esto se debe a que las mercancías a exportar van a ser nacionalizadas y consumidas en el exterior y no van a retornar.

#### **4.6. Gestión aduanera del comercio internacional**

El régimen de exportación definitiva tiene 6 pasos primordiales que deben seguirse para completar la exportación. Líneas abajo tiene una breve descripción de cada paso a seguir.

##### **4.6.1. Transmisión electrónica y numeración de la DAM**

Transmisión electrónica

El agente de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales contenidos en la DAM a la Intendencia de Aduana en cuya jurisdicción se encuentra la mercancía.

Esta información de los datos provisionales es registrada con el código de régimen 40 en la DAM.

Numeración de la DAM

El SIGAD valida la información (RUC, código del país de destino, código del depósito temporal y cuando corresponda el nombre y domicilio del consignatario); y de ser conforme los datos, procede a numerar la DAM para que el agente de aduana proceda a imprimirla para el ingreso de la mercancía a la Zona Primaria.

#### **4.6.2. Ingreso de las Mercancías a la Zona Primaria**

El agente de aduana ingresa las mercancías a un depósito temporal como requisito previo a la asignación del canal de control de la DAM.

#### **4.6.3. Transmisión de la recepción de la mercancía y asignación del canal de control**

Concluida la recepción total de la mercancía, se transmite la información vía electrónica a la Aduana. Los depósitos temporales deben transmitir electrónicamente la información relativa a la mercancía recibida para su embarque al exterior dentro del plazo de dos (2) horas contadas a partir del término de su recepción y cuando se cuente con la declaración aduanera.

Dicha información debe contener:

Cantidad de bultos

Peso bruto total

Marca y número de contenedor

Número de precinto de seguridad

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

#### **4.6.4. Reconocimiento físico**

Se verifica la naturaleza, valor, peso o medida de la mercancía. Asimismo, que haya sido correctamente clasificada.

#### **4.6.5. Embarque**

Los depósitos temporales son los responsables del traslado y entrega de la mercadería al transportista en la zona de embarque.

El transportista verifica el embarque de la mercancía, anotando la cantidad de bultos, peso bruto total, fecha y hora en que terminó el embarque, culminando su actuación con su sello y firma.

La mercancía deberá ser despachada dentro del plazo máximo de treinta (30) días útiles contados a partir del día siguiente de la fecha de numeración de la DUA.

En caso de mercancías que no ingresan a un depósito temporal, el exportador, el consignante o el agente de aduana transmiten la relación detallada. El SIGAD valida dicha información y de ser conforme numera la autorización de embarque.

El depósito temporal permitirá el embarque de las mercancías en situación de levante autorizado. Esta condición la obtienen DAMs con canal naranja y DAMs con canal rojo debidamente diligenciadas.

#### **4.6.6. Regularización**

La regularización del régimen se realiza con la transmisión por vía electrónica de la información complementaria de la declaración y la presentación de los documentos que la sustentan a satisfacción de la autoridad aduanera, dentro del plazo de treinta (30) días contados a partir del día siguiente de la fecha de término del embarque.

#### **4.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama**

Líneas abajo se puede observar el flujo que sigue una carga que va a ser exportada. Desde el momento que se numera la DAM de exportación y se realiza el ingreso de la carga. Hasta el momento del embarque y la regularización.

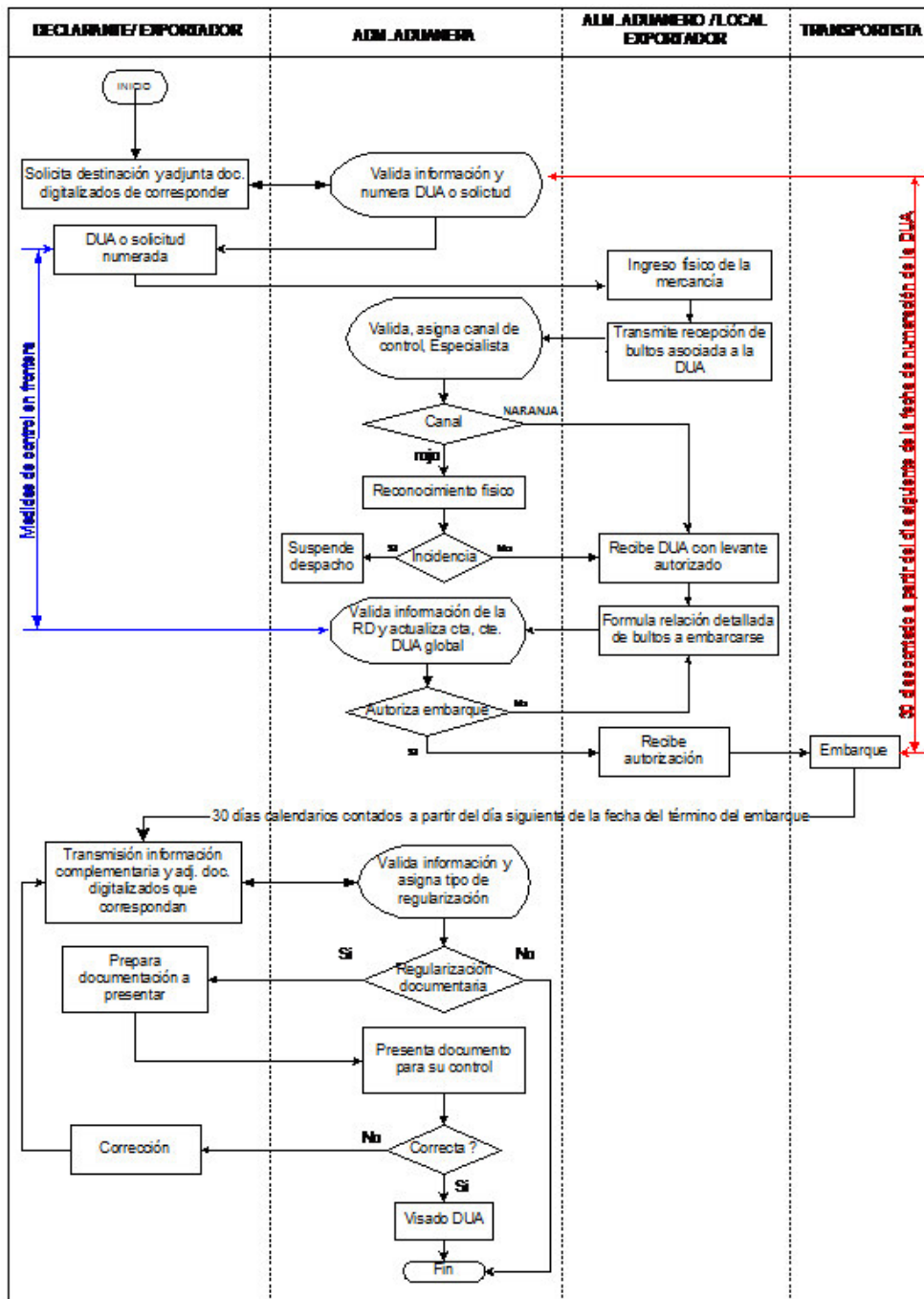


Figura 22. Flujoograma del Régimen de Exportación Definitiva  
Fuente: Peru. Superintendencia de administración Tributaria

## 5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 5.1. INVERSIÓN FIJA

#### 5.1.1. ACTIVOS TANGIBLES

Tabla 47. Activos Tangibles

CUADRO N°1						
ACTIVOS TANGIBLES en S/.						
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total S/.	Dólar
2	Escritorio de oficina	unidades	3	S/. 250,00	S/. 750,00	\$ 230,77
3	Silla de oficina	unidades	3	S/. 45,00	S/. 135,00	\$ 41,54
4	Mesas de trabajo	unidades	1	S/. 210,00	S/. 210,00	\$ 64,62
5	Portabandejas	unidades	6	S/. 14,00	S/. 84,00	\$ 25,85
6	Accesorios	unidades	4	S/. 150,00	S/. 600,00	\$ 184,62
8	Estanteria	unidades	3	S/. 75,00	S/. 225,00	\$ 69,23
9	Impresión de Guías y facturas	millar	1	S/. 400,00	S/. 400,00	\$ 123,08
11	Extintor	unidades	3	S/. 68,00	S/. 204,00	\$ 62,77
12	Primeros Auxilios	unidades	1	S/. 100,00	S/. 100,00	\$ 30,77
<b>MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA</b>			<b>25</b>	<b>S/. 1.312,00</b>	<b>S/. 2.708,00</b>	<b>\$ 833,23</b>
EQUIPOS DE COMPUTACION						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
14	Impresora multifunción HP	unidades	1	S/. 250,00	S/. 250,00	\$ 76,92
15	Epson LX-300	unidades	1	S/. 300,00	S/. 300,00	\$ 92,31
16	Laptop hp pavilion g series	unidades	3	S/. 1.200,00	S/. 3.600,00	\$ 1.107,69
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			<b>5</b>	<b>\$ 1.750,00</b>	<b>S/. 4.150,00</b>	<b>\$ 1.276,92</b>
<b>TOTAL DE INVERSIONES FIJAS</b>					<b>S/. 6.858,00</b>	<b>\$ 2.110,15</b>

#### Elaboracion Propia

En la tabla líneas arriba se observa la inversión en activos tangible que se va realizar con el propósito de utilizarlos en la actividad que desarrolla la empresa y no para su venta. Están constituidos por los muebles, enseres y equipos.

#### 5.1.2. ACTIVOS INTANGIBLES

Tabla 48. Activos Intangibles

CUADRO N°2			
ACTIVOS INTANGIBLES			
NO RECUPERABLES			
	DESCRIPCIÓN	VALOR S/.	Dólar
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	S/. 750,00	\$ 230,77
	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/. 105,00	\$ 32,31
	DISEÑO DE PÁGINA WEB	S/. 1.400,00	\$ 430,77
	MARCA NOMBRE COMERCIAL	S/. 600,00	\$ 184,62
	PERMISOS DE EXPORTACIÓN (DIGESA)	S/. 200,00	\$ 61,54
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NO RECUPERABLES</b>		<b>S/. 3.055,00</b>	<b>\$ 940,00</b>
RECUPERABLES			
	GARANTIA DEL LOCAL	S/. 3.250,00	\$ 1.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS RECUPERABLES</b>		<b>S/. 3.250,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>S/. 6.305,00</b>	<b>\$ 1.940,00</b>

#### Elaboracion Propia

En la tabla líneas arriba se observa la inversión en activos intangible que se va realizar con el proposito de utilizarlos en la actividad que desarrolla la empresa. Estan continutidos por los gastos de constitución la licencia de funcionamiento, el diseño de página web, etc.

**Tabla 49. Activos Tangibles e Intangibles**

CUADRO N°3				
INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVO FIJO Y DIFERIDO				
	CONCEPTO		COSTO	Dólar
	ACTIVOS FIJOS		S/. 6.858,00	\$ 2.110,15
	ACTIVOS DIFERIDOS		S/. 6.305,00	\$ 1.940,00
	SUBTOTAL		S/. 13.163,00	\$ 4.050,15
	IMPREVISTOS	5%	S/. 658,15	\$ 202,51
	<b>TOTAL</b>		<b>S/. 13.821,15</b>	<b>\$ 4.252,66</b>

**Elaboración Propia**



## 5.2. Capital de Trabajo

Tabla 50. Capital de Trabajo

CUADRO N°4				
DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO				
CONCEPTO	USD	COSTO MENSUAL	COSTO BIMESTRAL	COSTO ANUAL
Total Capital de trabajo		\$ 23.609,79	\$ 46.719,57	\$ 280.317,44
Capital de Trabajo		\$ 23.359,79	\$ 46.219,57	\$ 277.317,44
Caja		\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 3.000,00
Costo de Producto Tercealizado		\$ 16.525,08	\$ 33.050,17	\$ 198.301,00
Materia Prima	0,07	\$ 7.560,00	\$ 15.120,00	\$ 90.720,00
Costo de Terceización	0,04	\$ 3.797,58	\$ 7.595,17	\$ 45.571,00
Envase Primario	0,03	\$ 3.240,00	\$ 6.480,00	\$ 38.880,00
Envase Secundario	0,013	\$ 1.440,00	\$ 2.880,00	\$ 17.280,00
Caja Carton Corrugado	0,002	\$ 187,50	\$ 375,00	\$ 2.250,00
Transporte MP	0,003	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 3.600,00
Gastos de Personal		\$ 2.188,46	\$ 4.376,92	\$ 26.261,52
Gerente General		\$ 752,31	\$ 1.504,62	\$ 9.027,72
Supervisor Marketing		\$ 564,23	\$ 1.128,46	\$ 6.770,76
Supervisor Operaciones		\$ 564,23	\$ 1.128,46	\$ 6.770,76
Contador		\$ 307,69	\$ 615,38	\$ 3.692,28
Gastos Fijos		\$ 2.721,53	\$ 5.443,06	\$ 32.658,36
Pago de Alquiler de Local		\$ 2.500,00	\$ 5.000,00	\$ 30.000,00
Servicios		\$ 175,38	\$ 350,76	\$ 2.104,56
Gastos utiles		\$ 46,15	\$ 92,30	\$ 553,80
Costos de Exportación		\$ 985,13	\$ 1.970,26	\$ 11.821,56
Seguro de Carga Local		\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 300,00
Transporte a Puerto (Inland)		\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 2.160,00
Certificado de Origen		\$ 13,07	\$ 26,14	\$ 156,84
Derechos de Embarque		\$ 197,06	\$ 394,12	\$ 2.364,72
VB-Agente Marítimo		\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 5.400,00
Agenciamiento de Aduana		\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 1.440,00
Gastos de Ventas		\$ 689,58	\$ 1.379,17	\$ 8.275,00
Mantenimiento Página Web y Mail		\$ 17,92	\$ 35,83	\$ 215,00
Espacio en la Feria (Stand)		\$ 204,50	\$ 409,00	\$ 2.454,00
Decoración del Stand		\$ 84,33	\$ 168,67	\$ 1.012,00
Viáticos de Feria		\$ 55,83	\$ 111,67	\$ 670,00
Muestras		\$ 89,50	\$ 179,00	\$ 1.074,00
Agenciamiento destino		\$ 237,50	\$ 475,00	\$ 2.850,00

### Elaboración Propia

En la tabla 50 se puede observar el cálculo de la inversión en capital de trabajo donde se calcula la inversión inicial para hacer frente los principales egresos entre costos fijos y variables. Considerando que se va tratar de financiar la producción de los 2 primeros meses.

### 5.3. Inversión Total

Tabla 51. Inversión Total

Datos de Inversión	Inversión
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 230,77
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	\$ 32,31
DISEÑO DE PÁGINA WEB	\$ 430,77
MARCA NOMBRE COMERCIAL	\$ 184,62
PERMISOS DE EXPORTACIÓN (DIGESA)	\$ 61,54
GARANTIA DEL LOCAL	\$ 1.000,00
<b>Inversion Intangible</b>	<b>\$ 1.940,01</b>
Muebles y enseres	\$ 833,23
Equipos y Maquinaria	\$ 1.276,92
<b>Inversion Tangible</b>	<b>\$ 2.110,15</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 46.419,57</b>

Inversión Total	
<b>Inversión Intangible</b>	<b>\$ 1.940,01</b>
<b>Inversión Tangible</b>	<b>\$ 2.110,15</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 46.419,57</b>
<b>Inversion Total</b>	<b>\$ 50.469,73</b>

#### Elaboración Propia

En la tabla 50 se puede observar el detalle de las inversiones que se requieren para la comercialización del producto. Los montos están expresados en dólares. El total de dinero a invertir considerando los activos tangibles, activos intangibles y el capital de trabajo por 02 meses de producción es de 50 469,73 USD.

De esta inversión total de 50 469,73 USD, se puede observar que el mayor porcentaje proviene del capital de trabajo. Considerando que este es el más importante para la producción y funcionamiento de la empresa.

#### 5.4. Estructura de Inversion y Funcionamiento.

Tabla 52. Estructura de Financiamiento de la Inversión

Datos de Financiamiento	
% Aporte Propio	40%
% Financiado	60%
Montos	
Prestamo a Mediano Plazo	\$ 30.281,84
Aporte Propio	\$ 20.187,89
Total	\$ 50.469,73

##### Elaboración Propia

En la tabla líneas arriba se observa la estructura de financiamiento de la empresa, la cual está constituida por el aporte propio de la empresa (40%), con este aporte que se estaría realizando. La empresa tendría que financiar el resto con una entidad bancaria (60%). Refiriéndose a monto el aporte propio equivaldría a 20 187,73 USD y el préstamos a 30 281,84 USD.

Tabla 53. Flujo de la caja de la deuda

CUADRON° 17					
AMORTIZACIÓN (TASA EFECTIVA ANUAL DE 25%-- BCP PARA CAPITAL DE TRABAJO)					
MES	SALDO INICIAL	INTERES (25%TEA)	AMORTIZACIÓN	POR PAGAR	SALDO FINAL
0					\$ 30.281,84
1	\$ 30.281,84	\$ 630,87	\$ 850,00	\$ 1.480,87	\$ 29.431,84
2	\$ 29.431,84	\$ 613,16	\$ 850,00	\$ 1.463,16	\$ 28.581,84
3	\$ 28.581,84	\$ 595,46	\$ 850,00	\$ 1.445,46	\$ 27.731,84
4	\$ 27.731,84	\$ 577,75	\$ 850,00	\$ 1.427,75	\$ 26.881,84
5	\$ 26.881,84	\$ 560,04	\$ 850,00	\$ 1.410,04	\$ 26.031,84
6	\$ 26.031,84	\$ 542,33	\$ 850,00	\$ 1.392,33	\$ 25.181,84
7	\$ 25.181,84	\$ 524,62	\$ 850,00	\$ 1.374,62	\$ 24.331,84
8	\$ 24.331,84	\$ 506,91	\$ 850,00	\$ 1.356,91	\$ 23.481,84
9	\$ 23.481,84	\$ 489,21	\$ 850,00	\$ 1.339,21	\$ 22.631,84
10	\$ 22.631,84	\$ 471,50	\$ 850,00	\$ 1.321,50	\$ 21.781,84
11	\$ 21.781,84	\$ 453,79	\$ 850,00	\$ 1.303,79	\$ 20.931,84
12	\$ 20.931,84	\$ 436,08	\$ 850,00	\$ 1.286,08	\$ 20.081,84
13	\$ 20.081,84	\$ 418,37	\$ 850,00	\$ 1.268,37	\$ 19.231,84
14	\$ 19.231,84	\$ 400,66	\$ 850,00	\$ 1.250,66	\$ 18.381,84
15	\$ 18.381,84	\$ 382,96	\$ 850,00	\$ 1.232,96	\$ 17.531,84
16	\$ 17.531,84	\$ 365,25	\$ 850,00	\$ 1.215,25	\$ 16.681,84
17	\$ 16.681,84	\$ 347,54	\$ 850,00	\$ 1.197,54	\$ 15.831,84
18	\$ 15.831,84	\$ 329,83	\$ 850,00	\$ 1.179,83	\$ 14.981,84
19	\$ 14.981,84	\$ 312,12	\$ 850,00	\$ 1.162,12	\$ 14.131,84
20	\$ 14.131,84	\$ 294,41	\$ 850,00	\$ 1.144,41	\$ 13.281,84
21	\$ 13.281,84	\$ 276,71	\$ 850,00	\$ 1.126,71	\$ 12.431,84
22	\$ 12.431,84	\$ 259,00	\$ 850,00	\$ 1.109,00	\$ 11.581,84
23	\$ 11.581,84	\$ 241,29	\$ 850,00	\$ 1.091,29	\$ 10.731,84
24	\$ 10.731,84	\$ 223,58	\$ 850,00	\$ 1.073,58	\$ 9.881,84
25	\$ 9.881,84	\$ 205,87	\$ 850,00	\$ 1.055,87	\$ 9.031,84
26	\$ 9.031,84	\$ 188,16	\$ 850,00	\$ 1.038,16	\$ 8.181,84
27	\$ 8.181,84	\$ 170,46	\$ 850,00	\$ 1.020,46	\$ 7.331,84
28	\$ 7.331,84	\$ 152,75	\$ 850,00	\$ 1.002,75	\$ 6.481,84
29	\$ 6.481,84	\$ 135,04	\$ 850,00	\$ 985,04	\$ 5.631,84
30	\$ 5.631,84	\$ 117,33	\$ 850,00	\$ 967,33	\$ 4.781,84
31	\$ 4.781,84	\$ 99,62	\$ 850,00	\$ 949,62	\$ 3.931,84
32	\$ 3.931,84	\$ 81,91	\$ 850,00	\$ 931,91	\$ 3.081,84
33	\$ 3.081,84	\$ 64,21	\$ 850,00	\$ 914,21	\$ 2.231,84
34	\$ 2.231,84	\$ 46,50	\$ 850,00	\$ 896,50	\$ 1.381,84
35	\$ 1.381,84	\$ 28,79	\$ 850,00	\$ 878,79	\$ 531,84
36	\$ 531,84	\$ 11,08	\$ 531,84	\$ 542,92	\$ -

**Elaboración Propia**

NUTRIANDES SAC estima conveniente financiar una parte de la inversion total en un plazo no mayor a 36 meses esto ayudara a generar una mayor rentabilidad sobre el capital propio ya que funciona como apalancamiento financiero.

En la tabla 53 se puede observar el flujo de la deuda que estaría asumiendo la empresa y el pago mensual que realizarían a lo largo de los 36 meses hasta cancelar el total. Considerando la respectiva amortización mas el interés.

## 5.5. Fuentes Financieras y Condiciones de Crédito

Según el Banco de Crédito del Perú (BCP), se pueden observar en la siguiente tabla las diferentes tarifas con las que cuentas para Crédito Negocios y Pequeña Empresa.

**Tabla 54. Tasa de Crédito para Negocio en BCP**

Credito Negocio	Tasa Anual (%)
De 500\$ hasta 4,000\$	60%
De 4,000\$ hasta 6,667\$	50%
De 6,667\$ hasta 13,333\$	45%
De 13,333\$ hasta 20,000\$	35%
De 20,000\$ hasta 30,000\$	30%
De 30,000\$ hasta 40,000\$	25%
De 40,000\$ hasta 50,000\$	20%

**Fuente Banco de Crédito del Peru**  
**Elaboración Propia**

La tasa anual que la empresa empleará es de 25% con el banco BCP. Al ser una PYME ha considera que esta es la manera más eficaz para iniciar sus operaciones.

## 5.6. Presupuestos de costos

### 5.6.1. Costos Directos

Tabla 55. Costos Directos

	1	2	3	4	5
COSTO PRODUCCION	\$ 198.300,96	\$ 204.249,99	\$214.462,49	\$ 229.474,86	\$ 236.359,11

**Fuente: Elaboración Propia**

## 5.6.2. Costos Indirectos

Tabla 56. Costos Indirectos

	1	2	3	4	5
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 59.405,76	\$ 61.173,35	\$ 64.207,73	\$ 68.668,26	\$ 70.394,50
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 20.096,56	\$ 20.699,46	\$ 21.734,43	\$ 23.255,84	\$ 23.953,51

Fuente: Elaboración Propia

## 5.7. Punto de equilibrio

Tabla 57. Estructura de Precios

CUADRO N° 13	
COSTOS TOTALES DE OPERACIÓN	
CONCEPTO	COSTOS
MATERIA PRIMA Y PRODUCCIÓN	\$ 16.525,08
GASTOS DE EXPORTACIÓN	\$ 985,13
TRANSFERENCIA DEL EXTRANJERO (T/T)	\$ 22,00
<b>Costo Total Mensual</b>	<b>\$ 17.532,21</b>
Costo unitario x barra (108 000 und)	\$ 0,16
<b>Costo de Caja x 6 und. Barra cereal</b>	<b>\$ 0,97</b>
<b>Utilidad (40%)</b>	<b>\$ 0,65</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>\$ 1,62</b>

Elaboración Propia

En la tabla líneas arriba se presenta la estructura del precio de venta. Considerando desde el costos mensual por la producción hasta el precio de venta con la respectiva utilidad de 40% sobre el costo de producción.

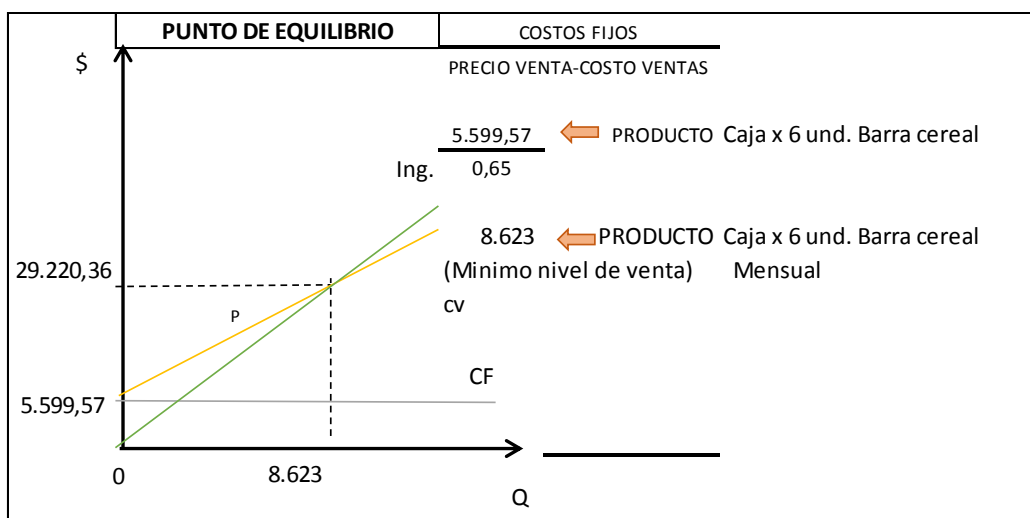
Tabla 58. Costos Fijos

CUADRO N° 14	
COSTOS TOTALES FIJOS	
CONCEPTO	COSTOS
GASTOS DE PERSONAL	\$ 2.188,46
GASTOS FIJOS (ALQUILER Y SERVICIOS)	\$ 2.721,53
GASTOS DE VENTAS	\$ 689,58
<b>Costo Total FIJO</b>	<b>\$ 5.599,57</b>

Elaboración Propia

En la tabla líneas arriba, se observa los costos fijos en los cuales la empre incurriría. Esta equivale a 5,559 Dólares Americanos y está constituido por los

salarios, arriendo, servicio y el gasto de ventas por viajes a feria y mantenimiento de la Pagina Web



**Figura 23. Punto de Equilibrio**  
Elaboración Propia

Por lo tanto, la cantidad mínima que debe comercializar la empresa NUTRIANDES para que sus ingresos sean equivalentes a sus Costos Fijo es 8,623 Cajas x 6 Unid. Barra de Cereal.

Lo cual equivaldría a un Punto de Equilibrio en Dinero de 13,969,26 USD, según tabla líneas abajo.

**Tabla 59. Ingreso según Punto de Equilibrio**

	PRODUCTO
punto de equilibrio	8.623
precio equilibrio	\$ 1,62
ingresos en equilibrio	\$ 13.969,26

Elaboración Propia

## 5.8. Tributación de la Exportación

La exportación de bienes o servicios, así como los contratos de construcción ejecutados en el exterior, no están afectos al Impuesto General a las Ventas. Peru. Superintendencia de Administración tributaria (SUNAT).

Como se indica líneas arriba la exportaciones no están sujeta al pago de algún Derecho arancelario ni tampoco al pago del IGV, ya que los impuestos no se exportan.

Por lo cual el exportador puede aplicar este IGV generado por sus compras locales (insumos, Bienes y servicios) como Crédito Fiscal.

## 5.9. Presupuesto de ingresos

**Tabla 60. Utilidad Neta por los Próximos 5 Años**

	1	2	3	4	5
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	\$ 43.700,48	\$ 46.844,66	\$ 51.026,86	\$ 55.547,59	\$ 57.436,00

**Elaboración Propia**

Según la tabla 60 se puede observar que los Ingresos Netos que se proyecta la empresa para los próximos 5 años son positivos. Con una Utilidad Anual Inicial de 54 193,94 USD.

Para ello se estima que para los 4 años siguientes exista una tendencia de crecimiento de 3%, 5%, 7% y 3% en comparación al año anterior.

## 5.10. Presupuesto de Egresos

**Tabla 61. Costo de Producción de los Próximos 5 Años**

	1	2	3	4	5
COSTO PRODUCCIÓN	\$ 198.300,96	\$ 204.249,99	\$214.462,49	\$ 229.474,86	\$ 236.359,11

**Elaboración Propia**

**Tabla 62. Gastos Administrativos de los Próximos 5 Años**

	1	2	3	4	5
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 59.405,76	\$ 61.173,35	\$ 64.207,73	\$ 68.668,26	\$ 70.394,50
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 26.261,52	\$ 27.049,37	\$ 28.401,83	\$ 30.389,96	\$ 31.301,66
ALQUILER Y SERVICIOS BÁSICOS Y ÚTILES OFICINA	\$ 32.658,36	\$ 33.638,11	\$ 35.320,02	\$ 37.792,42	\$ 38.926,19
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES	\$ 485,88	\$ 485,88	\$ 485,88	\$ 485,88	\$ 166,65

**Elaboración Propia**



**Tabla 63. Gastos de Ventas de los Próximos 5 Años**

	1	2	3	4	5
<b>(-)GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 20.096,56	\$ 20.699,46	\$ 21.734,43	\$ 23.255,84	\$ 23.953,51
Seguro de Carga Local	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 324,45	\$ 347,16	\$ 357,58
Transporte a Puerto (Inland)	\$ 2.160,00	\$ 2.224,80	\$ 2.336,04	\$ 2.499,56	\$ 2.574,55
Certificado de origen	\$ 156,84	\$ 161,55	\$ 169,62	\$ 181,50	\$ 186,94
Derechos de Embarque	\$ 2.364,72	\$ 2.435,66	\$ 2.557,44	\$ 2.736,47	\$ 2.818,56
VB-Agente Marítimo	\$ 5.400,00	\$ 5.562,00	\$ 5.840,10	\$ 6.248,91	\$ 6.436,37
Agenciamiento de aduana	\$ 1.440,00	\$ 1.483,20	\$ 1.557,36	\$ 1.666,38	\$ 1.716,37
Mantenimiento Página Web y Mail	\$ 215,00	\$ 221,45	\$ 232,52	\$ 248,80	\$ 256,26
Espacio en la Feria (Stand)	\$ 2.454,00	\$ 2.527,62	\$ 2.654,00	\$ 2.839,78	\$ 2.924,97
Decoración del Stand	\$ 1.012,00	\$ 1.042,36	\$ 1.094,48	\$ 1.171,09	\$ 1.206,22
Viáticos de Feria	\$ 670,00	\$ 690,10	\$ 724,61	\$ 775,33	\$ 798,59
Muestras	\$ 1.074,00	\$ 1.106,22	\$ 1.161,53	\$ 1.242,84	\$ 1.280,12
Agenciamiento en destino	\$ 2.850,00	\$ 2.935,50	\$ 3.082,28	\$ 3.298,03	\$ 3.396,98

**Elaboración Propia**

### 5.11. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 64. Flujo de Caja

CUADRO N° 15						
FLUJO DE CAJA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 43.700,48	\$ 46.844,66	\$ 51.026,86	\$ 55.547,59	\$ 57.436,00
APORTESOCIOS	\$ 20.187,89					
PRESTAMO BANCARIO	\$ 30.281,84					
(+)INVERSION INICIAL	\$ 50.469,73					
PAGOS DE CAPITAL		\$ 16.601,71	\$ 14.051,71	\$ 11.183,55	\$ -	\$ -
	<b>-\$ 50.469,73</b>	\$ 27.098,77	\$ 32.792,95	\$ 39.843,31	\$ 55.547,59	\$ 57.436,00

**Elaboración Propia**

En la tabla 64 se observa el Flujo de Caja en este se refleja la inversión inicial tanto el capital propio como el préstamo bancario. El respectivo pago de capital a lo largo de los 3 años que se está considerando para el pago del préstamo.

## 5.12. Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 65. Estado de Resultado

CUADRO N° 15					
ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 349.920,00	\$ 360.417,60	\$ 378.438,48	\$ 404.929,17	\$ 417.077,05
COSTO VENTAS	\$ 198.300,96	\$ 204.249,99	\$ 214.462,49	\$ 229.474,86	\$ 236.359,11
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 151.619,04	\$ 156.167,61	\$ 163.975,99	\$ 175.454,31	\$ 180.717,94
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 59.405,76	\$ 61.173,35	\$ 64.207,73	\$ 68.668,26	\$ 70.394,50
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 26.261,52	\$ 27.049,37	\$ 28.401,83	\$ 30.389,96	\$ 31.301,66
ALQUILER Y SERVICIOS BASICOS Y UTILES OFICINA	\$ 32.658,36	\$ 33.638,11	\$ 35.320,02	\$ 37.792,42	\$ 38.926,19
DEPRECIACION DE EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES	\$ 485,88	\$ 485,88	\$ 485,88	\$ 485,88	\$ 166,65
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 20.096,56	\$ 20.699,46	\$ 21.734,43	\$ 23.255,84	\$ 23.953,51
Seguro de Carga Local	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 324,45	\$ 347,16	\$ 357,58
Tranbporte a Puerto (Inland)	\$ 2.160,00	\$ 2.224,80	\$ 2.336,04	\$ 2.499,56	\$ 2.574,55
Certificado de origen	\$ 156,84	\$ 161,55	\$ 169,62	\$ 181,50	\$ 186,94
Derechos De Embarque	\$ 2.364,72	\$ 2.435,66	\$ 2.557,44	\$ 2.736,47	\$ 2.818,56
VB-Agente Maritimo	\$ 5.400,00	\$ 5.562,00	\$ 5.840,10	\$ 6.248,91	\$ 6.436,37
Agenciamiento de aduana	\$ 1.440,00	\$ 1.483,20	\$ 1.557,36	\$ 1.666,38	\$ 1.716,37
Mantemiento Pagina Web y Mail	\$ 215,00	\$ 221,45	\$ 232,52	\$ 248,80	\$ 256,26
Espacio en la Feria (Stand)	\$ 2.454,00	\$ 2.527,62	\$ 2.654,00	\$ 2.839,78	\$ 2.924,97
Decoracion del Stand	\$ 1.012,00	\$ 1.042,36	\$ 1.094,48	\$ 1.171,09	\$ 1.206,22
Viaticos de Feria	\$ 670,00	\$ 690,10	\$ 724,61	\$ 775,33	\$ 798,59
Muestras	\$ 1.074,00	\$ 1.106,22	\$ 1.161,53	\$ 1.242,84	\$ 1.280,12
Agenciamiento en Destino	\$ 2.850,00	\$ 2.935,50	\$ 3.082,28	\$ 3.298,03	\$ 3.396,98
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.401,71	\$ 3.851,71	\$ 1.301,71	\$ -	\$ -
INTERESES PRESTAMO	\$ 6.401,71	\$ 3.851,71	\$ 1.301,71	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	\$ 65.715,01	\$ 70.443,09	\$ 76.732,13	\$ 83.530,22	\$ 86.369,93
(-15%) PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD IMPONIBLE	\$ 65.715,01	\$ 70.443,09	\$ 76.732,13	\$ 83.530,22	\$ 86.369,93
(-30%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 19.714,50	\$ 21.132,93	\$ 23.019,64	\$ 25.059,06	\$ 25.910,98
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 46.000,51	\$ 49.310,16	\$ 53.712,49	\$ 58.471,15	\$ 60.458,95
(-5%) RESERVA LEGAL	\$ 2.300,03	\$ 2.465,51	\$ 2.685,62	\$ 2.923,56	\$ 3.022,95
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	\$ 43.700,48	\$ 46.844,66	\$ 51.026,86	\$ 55.547,59	\$ 57.436,00

Elaboración Propia

## 5.13. Evaluación de la Inversión

### 5.13.1. Evaluación Económica y Evaluación Financiera

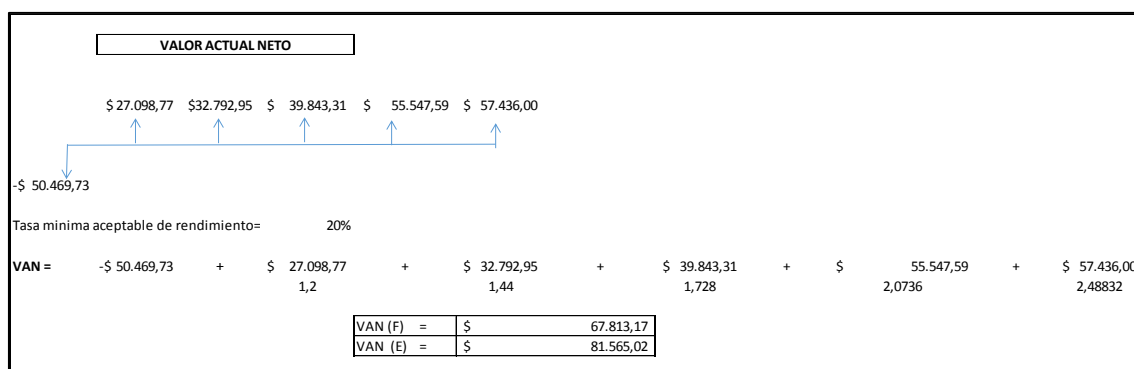


Figura 24. Evaluación de VAN económico y Financiero

Elaboración Propia

TASA INTERNA DE RETORNO											
TIR=	0-\$ 50.469,73	+	\$ 27.098,77	+	\$ 32.792,95	+	\$ 39.843,31	+	\$ 55.547,59	+	\$ 57.436,00
			(1+i) <sup>1</sup>		(1+i) <sup>2</sup>		(1+i) <sup>3</sup>		(1+i) <sup>4</sup>		(1+i) <sup>5</sup>
			TIR (E) =	89%							
			TIR (F) =	64%							

**Figura 25. Evaluación de TIR económico y Financiero**  
**Elaboración Propia**

De acuerdo al análisis financiero y económico en ambos caso el proyecto se muestra rentable, ya que en ambos casos se cumple las condiciones para que un proyecto pueda demostrar que es factible con resultado de un VAN>0 y un TIR>COK

En este caso tenemos un VANE: 81 565,02 y un TIRE: 89%. Respecto a los datos financieros tenemos un VANF: 67 813,17 y un TIRF de 64%.

### 5.13.2. Evaluación Social

El presente proyecto de exportación de barras nutricionales de quinua, Chia y Aguaymanto, no generara ningún conflicto social y, a su vez, influye en la economía peruana de manera positiva ya que se fomenta la producción de mercancías y genera puestos laborales.

### 5.13.3. Impacto Ambiental

La empresa NUTRIANDES SAC dentro de su proceso de comercialización confirma que no presenta ningún impacto negativo en el ambiente. De igual manera se compromete en confirmar que sus proveedores de servicios no estén incurriendo en ninguna mala práctica contra el ambiente al momento del desarrollo de su trabajo

## 5.14. Evaluación de Costo de Oportunidad del Capital de Trabajo

La tasa de descuento se obtiene utilizando la metodología Costo Promedio

Ponderado de Capital

Formula

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

CPPK	Costo Promedio Ponderado de Capital	11.65%
D	Deuda	US\$ 30,281.84
E	Capital propio	US\$ 20,187.89
Kd	Costo de la deuda	25.00%
Tx	Imposición fiscal	29.50%
Kproy	Costo del Capital propio	2.69% COK

Costo del capital propio

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

Kproy	Costo de capital propio	2.69% COK
Rf	Tasa libre de riesgo	0.90%
β	Beta del sector (Building Materials)	0.38
Rm - Rf	Prima por riesgo de mercado	6.34%
RP	Prima por riesgo país	1.39%

Figura 26. Capital de Trabajo  
Elaboración Propia

## 5.15. Cuadro de Riesgo del Tipo de Cambio

Tabla 66. Riesgo de Tipo de Cambio

TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	VANF	TIRF
3.45	108,380.87	110%	99,996.99	84%
3.30	88,574.75	95%	76,224.85	69%
3.25	81,565.00	89%	67,813,17	64%
3.10	59,179.10	71%	40,950.07	47%
2.90	25,728.88	44%	809.80	21%

Elaboración Propia

En la tabla 66 se muestra el riesgo del tipo de cambio y cómo este impacta en los diferentes indicadores, tanto económicos como financieros. Se verifica en caso el tipo de cambio baje a 2.90 el proyecto aun es rentable aunque se encuentra en el límite del TIR y VAN financiero, sin embargo, a mayor tipo de cambio mayor

beneficio costo para el caso de las exportaciones, ya que se tendrán más nuevos ingresos por cada venta.

## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. Conclusiones**

- La empresa se ha constituido como una persona jurídica bajo la denominación Sociedad Anónima Cerrada, ya que permite un mejor manejo de las responsabilidades de los accionistas. En cuanto al estudio de localización, se determinó en primera instancia que la mejor ubicación de la planta de producción es Callao, ya que se encuentra cerca a los depósitos aduaneros.
- Se determinó que la provincia de Metropolitana en Chile, es un mercado adecuado para la exportación de barras de Quinoa, Chia y Aguaymanto. Esto quedó demostrado por medio de estadísticas, donde se observa que existe una demanda creciente de este producto según su código arancelario, así mismo, el análisis de la tendencia de consumo de alimentos más saludables en Chile.
- La estrategia comercial que se usará será la de diferenciación, la cual garantiza que se pueda destacar el valor nutricional del producto. Como parte de la estrategia se escogieron canales de distribución especializados (ferias y eventos). Ya que la comunicación con el cliente final será de vital importancia; además de ello la empresa se enfocará en las relaciones públicas a través de acciones y eventos que promuevan el consumo del producto.
- El precio de venta será de \$1.62 esto considerando una utilidad de 40%, de esta manera se garantiza cumplir con gastos Fijo con una venta mínima de 8623 Cajas x 6 Unidades, este precio se determinó en función al Incoterm

FOB, y el pago de la venta será por medio de transferencia bancaria, ya que este medio de pago es el más rápido y económico.

- Los estados financieros garantizan que el plan de exportación de la Empresa NUTRIANDES SAC es viable, ya que cumple las condiciones para que un proyecto pueda demostrar que es factible con resultado de un VAN $>$ 0 y un TIR $>$ COK. En este caso se obtuvo un VANE: \$ 81 565,02 y un TIRE: 89%. Respecto a los datos financieros tenemos un VANF: \$ 67 813,17 y un TIRF de 64%. Lo cual confirmar que el proyecto es rentable.

## **6.2. Recomendaciones**

- Crear alianzas estrategias con la empresa proveedora de insumos, esto permite contar con un flujo de insumos constante y a largo plazo podríamos reducir los costos. Esto permitiría tener una ventaja competitiva frente a otros exportadores, además de minimizar los costos de producción.
- Evaluar la posibilidad de comercializar el producto en otra provincia además a Santiago, esto a raíz de la creciente tendencia de la demanda de productos Saludables en el país debido al alto índice de Obesidad
- Contactar importadores que tengan contacto con Supermercados o Hipermercados, ya que son estos el principal distribuidor de este tipo de productos a los consumidores finales.
- Evaluar la posibilidad de diversificar el producto, agregando nuevos sabores con diferentes frutas oriundas del Perú y que tengan propiedades funcionales esto con el fin de aumentar la oferta de productos por parte de la empresa.
- Buscar respaldo de instituciones que fomenten la el comercio de productos nacionales como la Cámara de Comercio de Lima o ADEX, esto facilitaría

la participación de la empresa en ferias internacionales, aumentando la posibilidad que la empresa contacte directamente clientes y conocer de cerca las tendencias de consumo.



## REFERENCIAS

1. Censo 2017. (Chile). Resultados Definitivos de Censo 2017. Recuperado de [http://www.censo2017.cl/wp-content/uploads/2017/12/Presentacion\\_Resultados\\_Definitivos\\_Censo2017.pdf](http://www.censo2017.cl/wp-content/uploads/2017/12/Presentacion_Resultados_Definitivos_Censo2017.pdf)
2. Congreso de la Republica (Perú). (2013). Ley N° 30056. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf)
3. Euromonitor International. (2018). Packaged Food. Recuperado de <https://www.euromonitor.com/breakfast-cereals-in-chile/report>
4. Indecopi (Perú). Registro de marcas y otros signos. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
5. Inka Forest. Especificaciones Técnicas. Recuperado de <http://www.inkaforest.com/fichas-tecnicas/chia-semillas.pdf>
6. Instituto Nacional de Estadística e Informática (Perú). (2010). CIIU Revision IV. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)
7. Ministerio de Agricultura y Riego. (Peru). (2016). Anuario estadístico de la producción Agrícola y Ganadera 2015. Recuperado de [http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/anuario\\_produccion\\_agricola\\_ganadera2015.pdf](http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/anuario_produccion_agricola_ganadera2015.pdf)

8. Ministerio de Agricultura y Riego. (Peru). (2015). Quinoa Peruana Situación Actual y sus Perspectivas. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de <http://repositorio.minagri.gob.pe/handle/MINAGRI/28>
9. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Perú). (2009). Guía de Envases y Embalajes. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>
10. Ministerio de Salud. (Chile). Ley 20.606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad. Recuperado de <http://www.achipia.cl/wp-content/uploads/2016/06/1-MINSAL-Ley-20.606-Dra.-Silvia-Baeza.pdf>
11. Ministerio de Salud. (Chile). Ley de Alimentos – Nuevo etiquetado de alimentos. Recuperado de <http://www.minsal.cl/ley-de-alimentos-nuevo-etiquetado-de-alimentos/>
12. Ministerio de Salud. (Chile). Manual de Etiquetado Nutricional de Alimentos. Recuperado de <http://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/manual-de-etiquetado-minsal-vf.pdf?sfvrsn=0>
13. Ministerio de Salud. (Chile). Sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad. Recuperado de <https://www.leychile.cl/N?i=1041570&f=2015-11-13&p=>
14. Municipalidad Provincial del Callao (Peru). Información para obtener licencia de funcionamiento indeterminada, licencia temporal, modificación de licencia por ampliación de giro, modificación de licencia por área, cesionarios, actualización de licencia de funcionamiento. Recuperado de <http://www.municallao.gob.pe/pdf/licencia-de-funcionamiento/informacion-para-obtener-licencia-de-funcionamiento.pdf>

15. Oficina Económica Comercial de la Embajada del Peru en Chile. (2010).  
Importacion a Chile: Sector Alimentos. Recuperado de  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/986973147rad613a9.pdf>
16. Organización Panamericana de la Salud Organización Panamericana de la Salud. (2017). Aprobación de nueva ley de alimentos en Chile: Resumen del proceso. Entrada en vigor junio 2016. Recuperado de  
<http://www.fao.org/3/a-i7692s.pdf>.
17. Promperu. (2013). Guía de Mercado Chile Sectores de importancia.  
Recuperado de  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Chile%202013.pdf>
18. Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria. (2003). Directrices para Reglamentar el Embalaje de Madera Utilizado en el Comercio Internacional. Recuperado de  
<http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/007/y4838s/y4838s00.pdf>
19. Sistema Integrado de Estadística Agraria. (2018). Boletín Estadístico de Producción Agrícola y Ganadera I Trimestre 2107. Recuperado de  
[http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-itrimestre2017\\_19617.pdf](http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-itrimestre2017_19617.pdf)
20. Sistema Integrado de Estadística Agraria. (2018). Boletín Estadístico de Producción Agrícola y Ganadera II Trimestre 2107. Recuperado de  
[http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-iitrimestre2017\\_041017.pdf](http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-iitrimestre2017_041017.pdf)

21. Sistema Integrado de Estadística Agraria. (2018). Boletín Estadístico de producción Agrícola y Ganadera III Trimestre 2107. Recuperado de [http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-iiitrimestre2017\\_131217\\_0.pdf](http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-iiitrimestre2017_131217_0.pdf)
22. Sistema Integrado de Estadística Agraria. (2018). Boletín Estadístico de producción Agrícola y Ganadera IV Trimestre 2107. Recuperado de [http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-ivtrimestre2017\\_220318\\_0.pdf](http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/produccion-agricola-ganadera-ivtrimestre2017_220318_0.pdf)
23. Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (Peru). Quinua. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/179pdf2014Nov10.pdf>
24. Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (Peru). Aguaymanto. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/229pdf2015Feb10.pdf>
25. Subsecretaria de Desarrollo Regional y Administrativo. (Chile). Gobierno Regional Metropolitano de Santiago. Recuperado de <http://www.subdere.cl/divisi%C3%B3n-administrativa-de-chile/gobierno-regional-metropolitano-de-santiago>.
26. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Perú). Planilla Electronica. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>

27. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria(Perú). (2017). Si tengo trabajadores ¿Que obligaciones y beneficios Laborales Existen?. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/si-tengo-trabajadores-que-obligaciones-y-beneficios-laborales-existen>
28. Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Perú). SID- Constitución de Empresa Requisitos para el cumplimiento del procedimiento registral para el ciudadano. Recuperado de [https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos\\_para\\_el\\_cumplimiento.pdf](https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf)
29. Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Perú). Tipos de Personas Jurídicas (Empresas). Recuperado de <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/informa.htm?method=goConstEmp>

## **Anexos**

## Anexo 1. Formulario Único de Trámite

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

### FORMULARIO ÚNICO DE TRAMITE (FUT) SOLICITUD - DECLARACIÓN JURADA

SEÑOR ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DEL CALLAO

Con RUC No. \_\_\_\_\_ Con DNI No. \_\_\_\_\_ Carné de Extranjería: \_\_\_\_\_

con domicilio Particular o Fiscal en: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_ Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

Ficha Literal N° \_\_\_\_\_ debidamente constituido según el Testimonio inserto en la SUNARP

Representante Legal \_\_\_\_\_

Ante Usted me presento y digo:

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

#### Licencia Municipal de Vigencia Indeterminada Ley N° 28976, Ley N° 30228.

- 1.- Licencia de Funcionamiento para Establecimiento con un área de hasta 100m<sup>2</sup>, con ITSE Básica Ex Post.
  - 1.1 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple (adhesivo a fachada y/o toldo).
  - 1.2 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario luminoso o iluminado y/o toldo.
- 2.- Licencia de Funcionamiento para Establecimiento con un área de más de 100 m<sup>2</sup>, hasta 500m<sup>2</sup> con ITSE Básica Ex Ante.
  - 2.1 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple (adhesivo a fachada y/o toldo).
  - 2.2 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple, luminoso o iluminado y/o toldo.
- 3.- Licencia de Funcionamiento para Establecimiento que requiere ITSE de Detalle o Multidisciplinaria, con un área de más de 500m<sup>2</sup>.
  - 3.1 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple, (adhesivo a la fachada y/o toldo).
  - 3.2 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario luminoso o iluminado y/o toldo.
- 4.- Licencia de Funcionamiento para Mercado de Abastos, Galerías Comerciales y Centros Comerciales - Licencia Corporativa.
  - 4.1 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple, (adhesivo a fachada y/o toldo).
  - 4.2 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario luminoso o iluminado y/o toldo.
- 5.- Licencia de Funcionamiento para Cesionario, con un área de hasta 100 m<sup>2</sup>, con ITSE Básica Ex Post.
  - 5.1 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple, (adhesivo a fachada y/o toldo).
  - 5.2 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario luminoso o iluminado y/o toldo.
- 6.- Licencia de Funcionamiento para Cesionario, con un área de más de 100 m<sup>2</sup>, hasta 500m<sup>2</sup> con ITSE Básica Ex Ante.
  - 6.1 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple (adhesivo a fachada y/o toldo).
  - 6.2 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario luminoso o iluminado y/o toldo.
- 7.- Licencia de Funcionamiento para Cesionario, con un área de más de 500m<sup>2</sup>.
  - 7.1 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario simple (adhesivo a fachada y/o toldo).
  - 7.2 - Licencia en forma conjunta con la Autorización de anuncio publicitario luminoso o iluminado y/o toldo.
- 8.- Licencia de Vigencia Temporal.
  - 8.1 - Licencia en Vigencia Temporal con anuncio publicitario simple (adhesivo a fachada y/o toldo).
  - 8.2 - Licencia en Vigencia Temporal con anuncio publicitario luminoso o iluminado.

#### Modificación y Actualización de la Licencia

- 9.- Modificación del área autorizada con la licencia
- 10.- Modificación o Ampliación de la actividad - giro
- 11.- Cambio de nombre o Razón Social, misma persona o socios  Licencia N° \_\_\_\_\_ D. Leg. 776
- 12.- Cambio de Domicilio Fiscal de Numeración de lote o Nomenclatura  Licencia N° \_\_\_\_\_ Ley N° 28976
- 13.- Cambio Numeración RUC
- 14.- Cambio de Carné de Extranjería

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

Compatibilidad de Uso N° \_\_\_\_\_ -20 MPC.GGDELC-GLA

Zonificación  CAU N° 

1	_____
2	_____

 Comercial  Industrial  Servicios

Actividad a Desarrollar \_\_\_\_\_

## DECLARACIÓN JURADA

De conformidad a lo dispuesto en la Ley N° 28976 Ley Marco de Marco de Licencia de Funcionamiento Declaro que el establecimiento que conduzco cumple con las condiciones de seguridad establecidas en la normatividad de Defensa Civil, estipulado en el D.S. 058-2014 PCM.

### DECLARO BAJO JURAMENTO

- Que los datos que proporciono en este documento son verdaderos que actúo de buena fe y que:
  - Conozco las normas legales y administrativas que regulan el procedimiento solicitado.Sé que en caso de establecerse que el documento solicitado hubiese sido obtenido fraudulentamente, se dispondrá la anulación del acto, ordenándose la clausura del establecimiento (si fuese el caso) y se impondrá una multa administrativa sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar considerándose la magnitud del daño potencial o efectivamente generado a la sociedad y/o al Estado.
  - Estoy informado que si los actos que realizo en el establecimiento fueran ilícitos ó no están debidamente autorizados será pasible de ser denunciado(a) ante el Ministerio Público por el delito cometido, sin el perjuicio de las correspondientes sanciones administrativas a que hubiere lugar.
- Que la obtención del documento solicitado no me exime de la obligación de gestionar y obtener la Declaratoria de Fábrica, Conformidad de Obra, Licencia de Construcción, Certificado de Conformidad Ambiental, permisos y/o autorizaciones específicas o inscripciones en SUNARP que son exigidas por normas sectoriales y otras disposiciones legales colaterales (NRC, D.S. 006-2013-PCM-O.M.-000061-2008).
- Tengo la obligación de tener en el establecimiento, todos los documentos indicados en este formulario, para la verificación y fiscalización posterior por las autoridades municipales ó presentados en caso de verificación previa.
- O.M. N° 000022 que establece Prohibiciones y Sanciones por permitir el acceso a páginas pornográficas a menores de edad en cabinas de Internet.
- O.M. N° 000010 que regula Clausura Definitiva de los Locales que promuevan ó favorezcan la trata de personas, la prostitución clandestina y la explotación de menores de edad.
- En caso de tratarse de restaurantes, Discotecas, bodegas y/o Abarrotes, Video Pub o algún otro giro similar donde se expendan licores, queda prohibido su venta a menores de edad, bajo causal de disponerse la clausura del establecimiento y de imponerse las multas correspondientes.
- En caso de tratarse de bodegas y/o abarroterías u otros giros análogos, la venta de licores (en caso de autorizarse) es únicamente envasados de fábrica para llevar.
- Que, mi establecimiento no está ubicado en área pública ni retro municipal, ni en zonas de estricto uso público, ni causará molestias ni daños a terceros.
- En caso de ser representante legal, declaro que el poder con el que actúo está vigente y es suficiente para asumir todas las responsabilidades y obligaciones que genere este trámite.
- Que adjunto los requisitos exigidos por la ley No. 28976 y el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA y que doy poder Legalizado ó Fedatizado a don(ña):  
Con documento de identidad No. \_\_\_\_\_ Domiciliado en \_\_\_\_\_  
.....Para que realice los trámites correspondientes y recepcione el documento solicitado.

Declaro bajo juramento que los datos consignados expresan la verdad y que tengo conocimiento que cualquier enmendadura o borrón invalida automáticamente el presente documento.

Croquis de Ubicación del predio (indicar Mz., Lote, Calle)  
Avenidas Colindantes del predio

Calle \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

--	--	--



## **CONTRATO DE LOCACION DE SERVICIOS**

Conste Por El Presente Documento El **CONTRATO DE LOCACION DE SERVICIOS** que suscriben de una parte la empresa **NUTRIANDES SAC**, identificada con ruc nro. 20101355270, con domicilio en **AV. ARGENTINA Y ALFREDO PALACIOS S/N - CALLAO**; debidamente representada por su gerente general señor **SEGURA MARZAL ALEXIS ERNEST** identificado con DNI no. 70243834 a quien en adelante se le denominara **EL COMITENTE** y de otra parte el sr. **MIGUEL LOJA ZENIS** identificado con DNI no. 45193473, domiciliado **PSJ. 185 CARLOS CUETO FERNANDINI 2DA ETAPA – LOS OLIVOS – LIMA**, a quien en adelante se le llamará **EL LOCADOR** en los términos y condiciones siguientes:

**PRIMERO:** **EL COMITENTE** es una empresa privada cuyo objeto social es efectuar servicios de mayorista de alimentos y como tal requiere contratar los servicios de personas naturales bajo modalidad de contrato de locación de servicios, a fin de desarrollar y prestar con una mejor efectividad el servicio materia de su objeto social.

**SEGUNDO:** **EL LOCADOR** es una persona natural que cuenta con una adecuada y calificada experiencia como **CONTADOR** la misma que se encuentra debidamente acreditada siendo además que ha prestado sus servicios en otras empresas según curriculum.

En virtud de ello **EL LOCADOR** se obliga frente al **COMITENTE** sin estar subordinado a prestarle sus servicios como **CONTADOR**.

### **CONDICIONES DEL CONTRATO**

**TERCERO:** **EL COMITENTE** por el presente contrato contrata los servicios del **LOCADOR** para que efectúe la labor de **CONTADOR**, por lo tanto el locador es responsable de formular las declaraciones en las contables según el establecido en los procedimientos de Sunat.

### **DURACION DEL CONTRATO**

**CUARTO:** El plazo del presente contrato se inicia el día 05 de Abril del 2018 hasta el 28 de agosto del 2018 y puede ser resuelto por ambas partes con la sola presentación de una carta simple.

## Anexo 3. Proforma de Agencia de Aduana y Transporte

**EMPRESA :** NUTRIANDES SAC  
**CONTACTO DE :** ALEXIS SEGURA M. - GERENTE GENERAL  
**DE :** Euroaduanas S.A.C.  
**PHONE :** 977723106  
**FAX :** -  
**EMAIL :** [LIQUIDACION1@EUROADUANAS.COM.PE](mailto:LIQUIDACION1@EUROADUANAS.COM.PE)  
**FECHA :** 02 de Abril del 2018

PROFORMA 0001501

EUROADUANAS S.A.C. AGENCIA DE  
ADUANA

De nuestra consideración

Tenemos a bien ofrecerle nuestra propuesta para la exportacion de su carga.

### 1.1. DETALLE DE EMBARQUE:

ORIGEN	CALLAO	RECOJO EN:	AV. ARGENTINA Y ALFREDO PALACIOS S/N - CALLAO
DESTINO	VALAPARAISO	ENTREGA EN:	APM TERMINALS CALLAO
PRODUCTO	BARRAS DE CEREAL	VOLUMEN	- M3 PESO 2.500,00 KGS. INCOTERM FOB

FOB USD 29.160,00      EMBARQUE       PARTIDA 1211.90.9099

### 1.2. DETALLE PARA CALCULO DE VALOR EN ADUANAS

VALOR FOB USD 29.160,00      VALOR FLETE -      SEGURO TABLA -      VALOR CIF -

### 1.3. COTIZACION DE ADUANAS

1.3.1. Gravámenes Vigentes	Porcentaje	Valor
Impuesto a la Exportación	0,00%	USD 0,00
Impuesto Adicional al Consumo	0,00%	USD 0,00
Impuesto General a las Ventas	0,00%	USD 0,00
Impuesto de Promoción Municipal	0,00%	USD 0,00
Permisos Especiales	0,00%	USD 0,00
Permisos Antidumping	0,00%	USD 0,00
Permisos	0,00%	USD 0,00
Tasa de Aranceles	0,00%	USD 0,00
<b>Total Derechos de Aduana</b>		<b>USD 0,00</b>

1.3.2. GASTOS ADICIONALES	VALOR
Gastos Operativos	USD 30,00
Inspección Senasa	USD 0,00
Precinto de Aduana (x unidad)	USD 0,00
Transporte	USD 180,00
Aforo físico	USD 0,00
Gastos Administrativos	USD 20,00
Comisión	USD 70,00
Sub Total	USD 300,00
I.G.V. (18%) **	USD 54,00

### OBSERVACIONES:

**Total Gastos Adicionales** USD 354,00

### CUENTAS A DEPOSITAR :

**CUENTA SOLES BBVA:**  
 CODIGO DE CUENTA OFICINA : 011-0193-0100027349-08  
 CODIGO INTERBANCARIO: 011-193-000100027349-08

<b>TOTAL GASTOS ADICIONALES</b>	<b>USD 354,00</b>
<b>TOTAL DERECHOS DE ADUANAS</b>	<b>USD 0,00</b>

**CUENTA DOLARES BBVA:**  
 CODIGO DE CUENTA OFICINA : 0011-0193-0100027357-01  
 CODIGO INTERBANCARIO: 011-193-000100027357-01

**TOTAL A DEPOSITAR** USD 354,00

#### Anexo 4. Intercambio de Correos con cliente en Destino

**De:** Ojeda, Gladys [<mailto:gladys.ojeda@dulcelocura.cl>]  
**Enviado el:** jueves, 10 de Abril de 2018 05:22 p.m.  
**Para:** Alexis Segura;  
**Asunto:** RE: COTIZACION BARRAS DE CEREAL // CALLAO-VALPARAISO

Hola Alexis,

Me parece muy interesante tu propuesta comercial. Agardecere puedas enviar una muestra del producto con el fin de verificar la calidad el mismo, así mismo, podrias enviar una cotizacion por 18, 000 Cajas de 6 unidades de Barra. Para poder estimar costos de aduana aqui en Chile.

Considerar embarque seria en contenedor 20' DC.

Por ultimo, confirmar tiempo estimado de produccion del pedido. ASAP.

Gracias!  
Saludos Cordiales/Best Regards,

Gladys Ojeda  
Customer Service  
IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DULCE LOCURA LTDA  
Avenida Pedro De Valdivia 5691 Of210 -Macul - Santiago  
Santiago - Chile  
[gladys.ojeda@dulcelocura.cl](mailto:gladys.ojeda@dulcelocura.cl)  
<http://www.dulcelocura.cl/>



**De:** Alexis Segura [<mailto:alexis.segura@gmail.com>]  
**Enviado el:** Miércoles, 09 de abril de 2018 01:42 p.m.  
**Para:** Ojeda, Gladys  
**Asunto:** COTIZACION BARRAS DE CEREAL // CALLAO-VALPARAISO

Estimada Gladys  
Buenas tardes

Me llamo Alexis Segura Marzal, soy Gerente general de la empresa NUTRIANDES SAC.  
Actualmente nos estamos dedicando a la produccion y comercializacion de barras de Quinoa, Chia y Aguaymanto. Enesta oportunidad me presento para ofertarte y ver si te interesaria contar con estos productos que estamos proyectando en vender.

Con el fin que tenas mas informacion y puedas considerar la propuesta, te adjunto mi carta de presentacion y la ficha tecnico de la mercancia a exportar para que puedas revisarla y considerar tu interes por este producto.

Quedo atento a cualquier consulta adicional.  
Saludos cordiales  
Alexis Segura Marzal

## Anexo 5. Cotizacion de Insumos

**De:** Ronald Espinoza [mailto:sales@andeangrains.com]  
**Enviado el:** miércoles, 13 de Enero de 2018 12:36 p.m.  
**Para:** 'Alexis Segura M.'  
**Asunto:** Cotización de Insumos // Chia - Quinua  
**Importancia:** Alta

ESTIMADO,  
DISPONEMOS DE:

### **CHIA ORGANICA**

**PRECIO : S/. 7.10 + IGV**  
TIEMPO DE ENTREGA 17 DÍAS APROX  
**50% ADELANTO 50% EL DIA DE LA ENTREGA**  
ENTREGA : LIMA

### **CHIA CERO PESTICIDAS**

**PRECIO : S/. 6.50 + IGV**  
TIEMPO DE ENTREGA 17 DÍAS APROX  
**50% ADELANTO 50% EL DIA DE LA ENTREGA**  
ENTREGA : LIMA

### **QUINOA BLANCA ORGÁNICA**

**PRECIO : S/. 6.80 + IGV**  
TIEMPO DE ENTREGA 10 DÍAS APROX  
**50% ADELANTO 50% EL DIA DE LA ENTREGA**  
ENTREGA : LIMA

### **QUINOA BLANCA CERO PESTICIDAS**

**PRECIO : S/. 6.60 + IGV**  
TIEMPO DE ENTREGA 10 DÍAS APROX  
**50% ADELANTO 50% EL DIA DE LA ENTREGA**  
ENTREGA : LIMA

#### **ENTREGAMOS :**

ANÁLISIS PESTICIDAS,  
CERTIFICADO TRANSACCIÓN, (ORGANIC)

FACTURA.

---

Best Regards,

**GRANOS ANDINOS DEL PERU S.A.**

**Walter Camargo Diaz**

**Lima, Perú**

**Telf: +51 (1) 676-2867**

**Movil: +51-999-026-185**

**Skype: andeangrains**

**[sales@andeangrains.com](mailto:sales@andeangrains.com)**

**[www.andeangrains.com](http://www.andeangrains.com)**

**De:** Ronald Espinoza [mailto:sales@andeangrains.com]  
**Enviado el:** miércoles, 13 de Enero de 2018 12:36 p.m.  
**Para:** 'Alexis Segura M.'  
**Asunto:** Cotización de Insumos // Aguaymanto  
**Importancia:** Alta

Estimado:

Tenemos oferta disponible de aguaymanto fresco y deshidratado, orgánico (Control Union NOP, EU, RPTO) y convencional, de la zona de Huánuco.

- **Aguaymanto Fresco Orgánico (Entero con capullo):** S/.5.10 + IGV x Kg (Puesto en Lima) + IG. En base a un pedido mínimo de 4 TM. Abastecimiento semanal en jabas de 10 Kg.

- **Aguaymanto Deshidratado Orgánico:** US\$13.55 FOB + IGV x KG en bolsas de 10 Kg. y cajas de 20 Kg. 10 pallets / contenedor de 20" y 20 pallets /contenedor de 40" (Se adjunta ficha técnica).

- **Aguaymanto fresco convencional de segunda:** S/.4.10 + IGV x Kg (Puesto en Lima). En base a un pedido mínimo de 1 TM. Abastecimiento semanal en cajas de 10 Kg o jabas de 20 Kg.

**ENTREGAMOS :**

ANÁLISIS PESTICIDAS,  
CERTIFICADO TRANSACCIÓN, (ORGANIC)

FACTURA.

**GRANOS ANDINOS DEL PERU S.A.**

**Walter Camargo Diaz**

**Lima, Perú**

**Telf: +51 (1) 676-2867**

**Movil: +51-999-026-185**

**Skype: andeangrains**

[sales@andeangrains.com](mailto:sales@andeangrains.com)

[www.andeangrains.com](http://www.andeangrains.com)