



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

**EXPORTACIÓN DE CAIGUA AL MERCADO DE  
NEW YORK – ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR  
CAROLYN GERALDINE ALARCÓN MURGA**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

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

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

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 ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“EXPORTACIÓN DE CAIGUA AL MERCADO DE NEW YORK – ESTADOS  
UNIDOS”**

**PARA OPTAR**

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

**PRESENTADO POR**

**CAROLYN GERALDINE ALARCÓN MURGA**

**LIMA-PERÚ**

**2018**

## **DEDICATORIA**

El presente plan de negocio se lo dedico en primer lugar a Dios, que siempre está acompañándome en cada paso que doy, a mis padres María Murga Chávez y Rulfo Alarcón Díaz y mis hermanos que siempre me apoyan y confían en mí, a mi tía Luisa Murga, a la que una vez prometí que llegaría este día y sé que desde el cielo me apoyó en todo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por todo el apoyo que siempre me brinda y cada señal que recibo en cada paso que doy, a mis padres que siempre me alentaron a seguir mejorando cada día y por toda la confianza brindada en mi y a los profesores que contribuyeron a mi formación profesional a lo largo de toda mi carrera.

## TABLA DE CONTENIDO

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	16
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	17
2.1 Nombre o razón social .....	17
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU) .....	20
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	21
2.3.1 Ubicación: .....	21
2.3.2. Factibilidad Municipal y Sectorial: .....	23
2.4 Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha.....	25
2.4.1 Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas - FODA.....	25
Fuente: Elaboración propia .....	27
2.4.2 Misión.....	28
2.4.3 Visión .....	28
2.4.4 Valores .....	28
2.4.5 Principios de la empresa.....	30
2.4.6 Objetivos de la empresa .....	31
2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña, Características .....	31
2.6 Estructura Orgánica .....	32
2.7 Cuadro de Asignación de personal .....	33
2.8 Forma Jurídica Empresarial .....	34
2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	35
2.10 Requisitos y Trámites Municipales.....	36
2.11 Régimen Tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades ...	38
2.11.2 Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades .....	39
2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME) .....	39
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral .....	40
2.14 Modalidades de Contratos Laborales.....	41
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas .....	43
2.15.1 Contratos Comerciales .....	43

2.15.2 Responsabilidad Civil de los Accionistas .....	44
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	46
3.1 Descripción del producto .....	46
3.1.1 Clasificación arancelaria .....	48
3.1.2 Propuesta de Valor .....	50
3.1.3 Ficha Técnica Comercial.....	54
3.2 Investigación del mercado objetivo .....	56
3.2.1 Segmentación del mercado objetivo .....	60
3.2.2 Tendencias de consumo .....	71
3.3 Análisis de la Oferta y la Demanda .....	73
3.3.1 Análisis de la oferta.....	73
3.3.2 Análisis de la Demanda.....	79
3.4 Estrategias de Ventas y Distribución .....	83
3.4.1 Estrategias de Segmentación.....	83
3.4.2 Estrategias de Posicionamiento.....	84
3.4.3 Estrategias de Distribución.....	87
3.5 Estrategias de Promoción.....	88
3.6 Estrategia de ingreso al mercado objetivo .....	91
4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	92
4.1 Envases, empaques y embalajes .....	92
4.1.1 Envases.....	92
4.1.2 Empaque.....	93
4.1.3 Embalaje.....	94
4.2 Diseño del Rotulado y marcado.....	97
4.2.1. Diseño del rotulado .....	97
4.2.2 Diseño del Mercado .....	99
4.3 Unitarización y cubicaje de la carga .....	102
4.4 Cadena de DFI de exportación.....	103
4.4.1 Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura .....	103

b) La Infraestructura .....	104
4.4.2 Establecer estrategias de suministro.....	106
4.4.3. Requisitos de acceso al mercado objetivo.....	112
4.4.4. Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones.....	117
4.4.5 Determinación de operadores logísticos a intervenir .....	122
4.4.6 Técnicas de cuantificación de demora .....	124
4.5 Seguro de la mercancía .....	126
4.6 Determinación de la vía de embarque.....	130
5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	131
5.1 Fijación de precios .....	131
5.1.1 Costos y precios .....	131
5.1.2 Cotización Internacional .....	137
5.2 Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	138
5.2.1 Contrato de compra venta internacional.....	138
5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta .....	139
5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios.....	140
5.3 Elección y aplicación del Incoterm.....	140
5.4 Determinación del medio de pago y cobro .....	140
5.4.1 Elección de medios de pago .....	140
5.5 Elección del régimen de exportación.....	143
5.6 Gestión aduanera del comercio internacional .....	143
5.7 Gestión de las operaciones de exportación. Flujograma.....	145
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO .....	147
6.1 Inversión Fija .....	147
6.1.1 Activos Tangibles.....	147
6.1.2. Activos Intangibles.....	147
6.2 Capital de Trabajo.....	148
6.3 Inversión Total .....	150
6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento .....	151



6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito .....	153
6.6 Presupuesto de Costos .....	154
6.7 Punto de Equilibrio .....	157
6.8 Presupuesto de Ingresos.....	160
6.9 Presupuesto de egresos .....	161
6.10 Flujo de caja proyectado .....	162
6.10.1 Flujo de caja económico.....	163
6.10.2 Flujo de caja financiero .....	163
6.11 Estado de Ganancias y Pérdidas .....	164
6.12 Evaluación de la Inversión.....	166
6.12.1 Evaluación Económica.....	166
6.12.2 Evaluación Financiera .....	167
6.12.3 Evaluación Social.....	168
6.12.4 Impacto Ambiental.....	168
6.13 Evaluación de Costo oportunidad del capital de trabajo.....	169
6.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio .....	171
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	173
7.1 Conclusiones.....	173
7.2 Recomendaciones .....	175

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo de Negocio Canvas .....	16
Tabla 2 Costos para constituir una empresa .....	20
Tabla 3 Código CIIU de la empresa Calmur S.A.C. ....	21
Tabla 4 Método de factores ponderados para la locación de distritos.....	22
Tabla 5 Matriz EFI .....	25
Tabla 6 Matriz EFE .....	26
Tabla 7 Matriz FODA .....	27
Tabla 8 Clasificación de la micro y pequeña empresa .....	31
Tabla 9 Asignación de personal de la empresa Calmur S.A.C.....	34
Tabla 10 Servicio de Contabilidad .....	34
Tabla 11 Servicio del Ingeniero de Industrias alimentarias .....	34
Tabla 12 Características de una Sociedad Anónima Cerrada (Sin directorio) .....	35
Tabla 13 Aporte de capital de los socios de la empresa Calmur S.A.C. ....	35
Tabla 14 Los costos para obtener la licencia de Funcionamiento según la Municipalidad de Puente Piedra .....	37
Tabla 15 Características del Régimen Laboral General y Régimen Laboral Especial.....	40
Tabla 16 Clasificación arancelaria de la caigua congelada en el Perú .....	48
Tabla 17 Clasificación arancelaria de la caigua en destino .....	48
Tabla 18 Exportaciones de la partida 0709999000 por descripción comercial .....	49
Tabla 19: Actividades Primarias de la empresa Calmur S.A.C.....	51
Tabla 20: Actividades de Apoyo de la empresa Calmur S.A.C .....	52
Tabla 21: Importación internacional a nivel mundial de la partida 070999.....	56
Tabla 22: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 0709999000 .....	57
Tabla 23: Exportaciones peruanas del año 2017 para la partida 0709999000 .....	58
Tabla 24 Criterios para la selección del mercado.....	59
Tabla 25 Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2016 Ene-Dic .....	62
Tabla 26 Relación Comercial Perú – Estados Unidos.....	63
Tabla 27 Principales Estados y número de habitantes de Estados Unidos.....	63

Tabla 28 Importaciones de las ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 07099990 por aduanas .....	64
Tabla 29 Importaciones de ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 07099990 por aduanas .....	65
Tabla 30 Información de las 3 principales ciudades.....	66
Tabla 31 Criterios de selección del mercado.....	66
Tabla 32 Medición de mercado objetivo .....	69
Tabla 33 Demanda potencial del producto .....	70
Tabla 34 Demanda potencial de caigua congelada en la ciudad de New York.....	70
Tabla 35 Empresas distribuidoras de alimentos naturales.....	71
Tabla 36 Principales países exportadores de la partida 070999 a nivel mundial .....	73
Tabla 37 Principales países exportadores de la partida 070999 a nivel mundial .....	74
Tabla 38 Total de exportaciones peruanas de la partida 070999 a nivel mundial.....	75
Tabla 39 Empresas peruanas que comercializan la partida 070999 a nivel mundial .....	75
Tabla 40 Principales empresas peruanas que exportan a Estados Unidos la partida 070999 .....	76
Tabla 41 Producción de Caigua (TN).....	76
Tabla 42 Superficie cosechada (Ha).....	77
Tabla 43 Rendimiento de Caigua (Kg/Ha).....	77
Tabla 44 Precio de la Caigua en chacra (S/. /Kg).....	78
Tabla 45 Principales importaciones de Estados Unidos de la partida 0709999000 .....	80
Tabla 46 Principales importaciones de Estados Unidos d la partida 0709999000.....	80
Tabla 47 Demanda de New York del 2013 - 2017 de la partida 0709999000 .....	81
Tabla 48 Métodos de mínimos cuadrados .....	81
Tabla 49 Demanda proyectada del mercado.....	82
Tabla 50 Proyección de las exportaciones de la empresa Calmur S.A.C.....	83
Tabla 51 Lista de distribuidores de alimentos naturales en New York-Estados Unidos.....	88
Tabla 52 Presupuesto de participación en la Feria Fancy Food Show .....	89
Tabla 53: Medidas del empaque del producto.....	93
Tabla 54: Información del etiquetado.....	97

Tabla 55: Unitarización de la Carga - Medidas del envase y empaque.....	102
Tabla 56: Unitarización de la Carga - Medidas de la paleta y N° de embarques al año ....	102
Tabla 57: Proveedores de Calmur S.A.C.....	104
Tabla 58 Criterios para la selección de la empresa proveedora de materia prima .....	106
Tabla 59 Ponderación para la selección de la empresa proveedora de materia prima .....	107
Tabla 60 Criterios para la selección de la empresa maquiladora .....	107
Tabla 61: Ponderación para la selección de la empresa maquiladora .....	108
Tabla 62 Criterios de selección para Operador Logístico .....	122
Tabla 63 Criterios de selección para Operador Logístico .....	123
Tabla 64: Cuantificación de la demora.....	124
Tabla 65 Elementos del Contrato del seguro.....	126
Tabla 66 Criterios de elección para la vía de embarque.....	130
Tabla 67 Principales precios a nivel mundial de la partida 070999 .....	131
Tabla 68 Principales precios de las exportaciones peruanas a Estados Unidos de la partida 0709999000 .....	132
Tabla 69 Principales precios de empresas peruanas que exportan con la partida 0709999000 al 2017 .....	132
Tabla 70 Costos de Fabricación.....	133
Tabla 71 Costo de exportación .....	133
Tabla 72 Gasto de personal .....	134
Tabla 73 Gastos fijos .....	134
Tabla 74 Gastos administrativos.....	135
Tabla 75 Gastos de ventas .....	135
Tabla 76 Costos fijos .....	136
Tabla 77 Costos variables.....	136
Tabla 78 Estructura de Precios .....	137
Tabla 79 Activos tangibles .....	147
Tabla 80 Activos intangibles .....	147
Tabla 81 Capital de trabajo.....	148
Tabla 82 Inversión total.....	150

Tabla 83 Estructura de financiamiento de la inversión .....	151
Tabla 84 Flujo de caja de deuda .....	151
Tabla 85 Créditos - Capital de trabajo para microempresas.....	153
Tabla 86 Condiciones de crédito .....	154
Tabla 87 Costos de producto tercerizado .....	154
Tabla 88: Costos de exportación .....	155
Tabla 89: Materiales indirectos .....	155
Tabla 90: Gastos de personal.....	156
Tabla 91: Gastos fijos .....	156
Tabla 92: Gastos administrativos .....	156
Tabla 93: Gastos de ventas .....	157
Tabla 94: Costos fijos .....	157
Tabla 95: Costos variables.....	158
Tabla 96: Costos totales.....	158
Tabla 97 Estructura de precio.....	158
Tabla 98: Ventas en los próximos años .....	160
Tabla 99: Saldo a favor del exportador .....	161
Tabla 100: Tasa de inflación de los años 2013 al 2017 .....	161
Tabla 101: Tasa de Inflación .....	161
Tabla 102: Presupuesto proyectado de costos variables.....	162
Tabla 103 Presupuesto proyectado de costos fijos .....	162
Tabla 104: Flujo de caja económico.....	163
Tabla 105 Flujo de caja financiero .....	163
Tabla 106: Depreciación de activos tangibles .....	164
Tabla 107 : Amortización de activos intangibles .....	164
Tabla 108 Depreciación y amortización.....	165
Tabla 109: Estado de ganancias y pérdidas .....	165
Tabla 110: Resultados económicos .....	166
Tabla 111: Periodo de recuperación económica.....	167

Tabla 112: Resultados financieros.....	167
Tabla 113 Periodo de recuperación financiera .....	168
Tabla 114: Aporte Propio .....	169
Tabla 115 Indicadores utilizados para el cálculo del Beta Apalancado .....	169
Tabla 116 Cálculo del Costo de Oportunidad por el método capm .....	170
Tabla 117: Cálculo del CPPC.....	170
Tabla 118: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio .....	171

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la empresa Calmur S.A.C. ....	23
Figura 2 Marco normativo relacionado a la licencia de funcionamiento .....	24
Figura 3 Valores de la empresa Calmur S.A.C.....	29
Figura 4 Principios de la empresa.....	30
Figura 5 Estructura Orgánica de Calmur S.A.C. ....	32
Figura 6 Envase del producto .....	47
Figura 7 Cadena de Valor de Michael Porter .....	50
Figura 8 Valor agregado del Producto.....	54
Figura 9 Coeficiente de Correlación.....	82
Figura 10 Posibles propuestas de valor .....	86
Figura 11 Estrategia de distribución de la empresa Calmur S.A.C. ....	87
Figura 12 Envase de la caigua congelada.....	92
Figura 13 Medidas de la caja.....	94
Figura 14 Medidas del pallet .....	94
Figura 15 Paletización con Strech Film.....	96
Figura 16 Marcas de Manipuleo (Pictogramas) .....	101
Figura 17 Distribución de las aéreas de la Empresa Calmur S.A.C. ....	105
Figura 18 Proceso productivo de la caigua.....	110
Figura 19 Elección de la cadena logística .....	125
Figura 20 Cobertura del Incoterm FOB.....	129
Figura 21 Modelo de cotización.....	138
Figura 22 Flujograma de Crédito Documentario.....	142
Figura 23 Documentos exigidos por SUNAT .....	145
Figura 24 Flujograma de Exportación .....	146

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este Plan de Negocios, tiene como finalidad exportar caigua congelada al mercado de New York - Estados Unidos, Para ello se constituye la Microempresa Calmur S.A.C, cuyo capital social lo componen 3 socios. Para poner en marcha el negocio de “Exportación de Caigua al mercado de New York – Estados Unidos”, esta microempresa va a calificarse bajo la Ley MYPE definida por el régimen laboral especial de microempresa.

De acuerdo al análisis del mercado que se realizó, Estados Unidos es uno de los principales importadores de vegetales y hortalizas, cabe resaltar que Perú cuenta con un Acuerdo de Promoción Comercial con Estados Unidos, tomando como ventaja y como una gran oportunidad de negocio. Por otro lado, resaltar la tendencia del mercado por el consumo de verduras y alimentos naturales que mejoren su estilo de vida y sobre todo su salud.

El presente plan de negocios está dividido en cinco aspectos: Organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio internacional y por último plan económico financiero.

En el punto número 1, se encuentra la información sobre la empresa Calmur S.A.C., donde se detalla acerca de su constitución, los recursos y el personal que requiere la empresa para la realización del proyecto, entre otros. Por ende, se mencionan datos como el nombre o razón social, la actividad económica, la ubicación y factibilidad municipal, los objetivos y principios de la empresa, ley de MYPE, estructura orgánica y todos los requisitos necesarios.

En el punto número 2, se detalla todo acerca del plan de marketing internacional, donde se evalúa la tendencia del consumidor en el mercado de Estados Unidos, ya que es imprescindible conocer sobre ello para la internacionalización del producto, Se muestra información sobre la descripción del producto, la investigación del mercado objetivo, el análisis de la oferta y la demanda; y las estrategias de venta y distribución como la de promoción.

En el punto número 3, se encuentra el plan de logística internacional donde se detalla todo el proceso de la exportación, como la cantidad a exportar, el material de envase, empaque y



embalaje para el producto, ya que para el ingreso al mercado americano se tiene que cumplir con varios requisitos establecidos. Por otro lado, el diseño del rotulado y marcado, la unitarización, la cadena de DFI de exportación y, por último, el seguro de mercancía a utilizar.

En el punto número 4, se detalla el plan de comercio internacional, donde se especifica cómo se realiza la fijación de precios; los contratos de compra-venta internacional y los documentos requeridos para el mismo; elección del Incoterm y el medio de pago a utilizar; y por último las gestiones aduaneras y todo lo referido a las operaciones de exportación.

Por último, en el punto número 5, se muestra el plan económico financiero, donde se detalla toda la parte financiera del plan de negocios. Demostrándose mediante ello que el plan es viable para su ejecución, analizado previamente las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias. Para que el proyecto sea viable, se tuvo que cumplir con tres criterios de rentabilidad, que el  $VAN > 0$ ,  $TIR > COK$  y el  $B/C > 1$ . Los resultados económicos muestra un VAN de S/. 108,812.25, una TIR de 51.71% y un B/C de 1.89. En este punto se puede observar que la inversión total es de S/. 149,036.24, el capital de trabajo S/. 131,933.32 por tres meses, la inversión tangible es de S/. 9,525.00 y la inversión intangible S/. 7,577.92, como también la estructura de inversión y el financiamiento, las fuentes financieras y condiciones de crédito, presupuesto de costos, punto de equilibrio, presupuesto de ingresos y egresos, flujo de caja proyectado, estado de ganancias y pérdidas, evaluación de la inversión, evaluación de costo de oportunidad y riesgo del tipo de cambio.

En conclusión, cabe resaltar que el presente plan de negocios contiene información válida y de fuentes confiables, y sobre todo actualizada.

## 1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

A continuación se presenta el modelo de negocio de la empresa Calmur S.A.C. sobre el proyecto de exportación de caigua congelada al mercado de New York - Estados Unidos.

**Tabla 1 Modelo de Negocio Canvas**

<p><b>Socio Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con un comisionista.</li> <li>• Proveedores de Insumos (SEPAR).</li> <li>• Agregados comerciales en New York.</li> <li>• Operador logístico Palacios &amp; Asoc.</li> <li>• Empresa de Transporte Yarina S.A.C.</li> <li>• Empresa de maquila ArtPack Perú S.A.C.</li> </ul>	<p><b>Actividad Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena Gestión de suministro.</li> <li>• Gestión de proyecto.</li> <li>• Marketing</li> <li>• Definición del envase y embalaje comercial.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto natural que beneficia la salud del consumidor.</li> <li>• Precio por debajo de la competencia.</li> </ul>	<p><b>Relación de Clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Página web</li> <li>• Muestras</li> <li>• Redes sociales</li> </ul>	<p><b>Segmento de Mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El producto está dirigido a hombres y mujeres de 20-54 años de clase media y alta, que viven en la ciudad de New York.</li> </ul>
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos del producto tercerizado.</li> <li>• Costo de exportación</li> <li>• Gasto de materiales indirectos</li> <li>• Gastos de personal</li> <li>• Gastos administrativos</li> <li>• Gastos de ventas</li> <li>• Gastos fijos</li> </ul>			<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisionista</li> <li>• Representante Comercial</li> <li>• Ferias Internacionales</li> <li>• Rueda de negocio</li> </ul>	
		<p><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento a través del aporte propio de los accionistas.</li> <li>• Financiamiento a través de un préstamo con aval financiero.</li> </ul>		

**Fuente:** Elaboración Propia

## 2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 2.1 Nombre o razón social

El nombre de la empresa tendrá como razón social CALMUR SAC por las iniciales de los nombres y apellidos de los accionistas de la empresa.

El rubro de la empresa estará dirigido a la venta de caigua congelada al mercado norteamericano de New York, inicialmente con marca blanca, pero se irá trabajando con respecto a la introducción de la marca del producto como “Calmur Vegetable”.

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

- **Búsqueda de nombre:** Se realiza la búsqueda del nombre de la empresa en el Índice en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP a través del Servicio de Publicidad Registral en Línea – SPRL para verificar que no exista uno igual o similar. El costo por la solicitud de búsqueda de nombre comercial es de S/. 5.00. Este paso es imprescindible ya que permitirá conocer si el nombre que se eligió está disponible para su inscripción. (SUNARP, 2017)
- **Reserva de nombre:** La Reserva de Nombre es un paso previo para la constitución de alguna empresa. No es obligatoria, pero sí es recomendable para facilitar la inscripción en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Esta se puede realizar por la vía física (atención en ventanillas) o mediante el Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL), y el plazo para su calificación es de 24 horas.

A través de la Reserva de Nombre se garantiza que durante los próximos 30 días nadie pueda utilizar dicho nombre en reserva. El costo es de S/.20.00 para la reserva. (SUNARP, 2017)

- **Elaborar minuta de la empresa:** La minuta es un documento en el cual el miembro o los miembros de la empresa manifiestan la voluntad de constituirla, y donde se señalan todos los acuerdos previos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta

Los requisitos para elaborar la minuta son los siguientes (SUNAT, s.f.):

1. Reserva de nombre en Registro Públicos
2. Presentación de los documentos personales:
  - Copia simple del DNI vigente del titular y/o de los socios,
  - Las personas casadas deben adjuntar la copia del documento de identidad del cónyuge.
3. Descripción de la actividad económica:  
Se debe presentar en una hoja suelta redactada y firmada por los interesados.
4. Capital de la empresa:  
Se debe indicar el aporte del titular y/o de los socios que se realiza para la constitución de la empresa. Los aportes deberán ser detallados en
  - Bienes Dinerarios (aporte del capital en efectivo) con copia de la minuta se debe efectuar el depósito bancario a nombre de la empresa. Adjuntar la constancia de depósito en original y copia
  - Bienes no Dinerarios (máquinas, equipos, muebles, enseres). Presentar en una declaración jurada la lista detallada del aporte de bienes.
5. Estatuto:  
Adjuntar el estatuto que regirá a la empresa (régimen del directorio, la gerencia, la junta general, los deberes y derechos de los socios o accionistas, entre otros, según corresponda).

- **Presentar ante el notario para elevar la minuta a escritura pública:** Una vez que ya se tiene la minuta de la empresa Calmur S.A.C. se procede a acudir a la notaría CABRERA ZALDIVAR ubicado en la Av. Alfredo Mendiola, 3693, 2. ° y 3. er piso Frente a Megaplaza, Panamericana Norte

Los Olivos, Lima para tramitar la elaboración de su Escritura Pública para posteriormente presentarla ante las oficinas registrales de la SUNARP para proceder con su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas.

La escritura pública es todo documento matriz incorporado al protocolo notarial, autorizado por el notario. Sirve para darle formalidad a la minuta y, posteriormente, presentarla en Registros Públicos para su inscripción. Para su elaboración, el notario requiere de los siguientes documentos: Minuta de constitución de la empresa (incluyendo una copia simple) y pago de los derechos notariales. (SUNAT, Elaboración de la Escritura Pública, s.f.)

- **Elevar la escritura pública en la Sunarp:** Una vez obtenida la escritura pública de constitución se procederá a la inscripción a la empresa Calmur S.A.C. en el Registro de Personas Jurídicas – SUNARP.

Según SUNAT, para la inscripción en los registros públicos de sociedades se debe contar con lo siguiente:

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

**Tabla 2 Costos para constituir una empresa**

(Expresado en soles)

Concepto	Costo en S/.
1. Búsqueda de nombre	5
2. Reserva de nombre	20
3. Elaboración minuta con un abogado	300
4. Pago a la notaría CABRERA ZALDIVAR por trámite de Escritura Pública	350
5. Derechos registrales – Tasas	
1.08% UIT* por derechos de calificación	44.82
3/1000 del valor del capital por derechos de inscripción: 3 soles por cada 1000 soles	227.45
<b>Total</b>	<b>947.27</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a SUNAT

**\*Valor de la UIT 2018: S/. 4,150**

## 2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC). El propósito principal de la CIIU es ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades. Como lo que se pretende con muchas estadísticas es estudiar el comportamiento de las entidades económicas, es preciso que los datos necesarios para dichas estadísticas se recopilen respecto de los distintos agentes de la economía. (INEI, 2010)

Calmur S.A.C. tendrá como principal actividad económica la exportación de caigua congelada al mercado de New York - Estados Unidos.

El Código CIU que le corresponde a la Actividad Económica es:

- Sección: G - Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- División: 46 - Comercio al por mayor, excepto de los vehículos automotores y motocicletas
- Grupo: 463 - Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
- Clase: 4630 – Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

**Tabla 3 Código CIU de la empresa Calmur S.A.C.**

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

**Fuente:** Elaboración propia en base a (INEI, 2010)

## **2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial**

### **2.3.1 Ubicación:**

Para que la empresa Calmur S.A.C. inicie las operaciones deberá seleccionar su ubicación, para poder elegir la ubicación se deberá evaluar ciertos factores como seguridad, costo de alquiler, entre otros.

La selección adecuada del distrito se realizará a través del método de los factores ponderados para lo cual se evaluará 3 opciones de distritos. En siguiente tabla se evaluó según método de ponderación.

**Tabla 4 Método de factores ponderados para la locación de distritos**

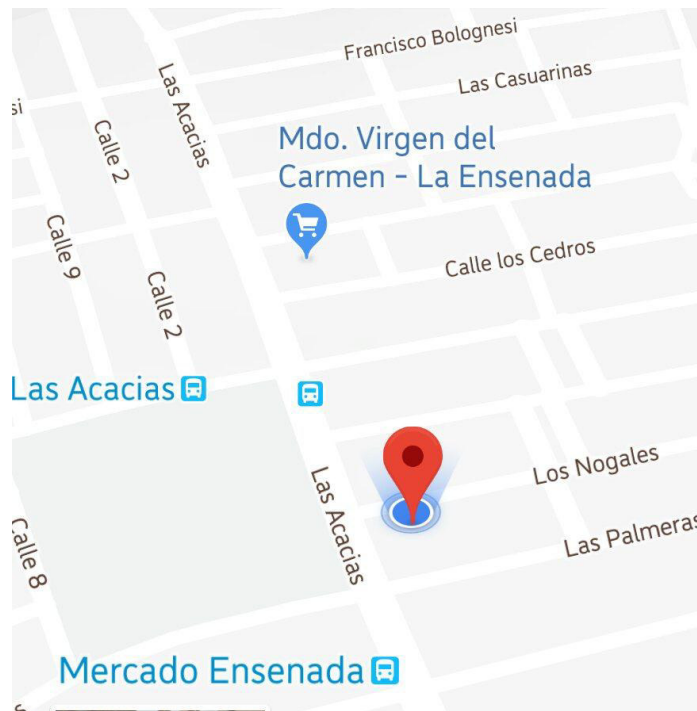
**Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno**

	Peso Relativo	Calificación			Calificación Puente Piedra	Calificación Callao	Calificación Santa Anita
		Puente Piedra	Callao	Santa Anita			
<b>Cercanía al Puerto</b>	20%	1	5	2	<b>0.2</b>	<b>1</b>	<b>0.4</b>
<b>Cercanía a Proveedores</b>	20%	4	2	2	<b>0.8</b>	<b>0.4</b>	<b>0.4</b>
<b>Costo Alquiler</b>	25%	5	4	3	<b>1.3</b>	<b>1</b>	<b>0.8</b>
<b>Disponibilidad y costo de fuente de energía</b>	15%	4	4	3	<b>0.6</b>	<b>0.6</b>	<b>0.45</b>
<b>Seguridad</b>	20%	4	2	3	<b>0.8</b>	<b>0.4</b>	<b>0.6</b>
<b>TOTAL</b>					<b>3.65</b>	<b>3.4</b>	<b>2.6</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Según los distritos evaluados, se evaluó según proximidad al puerto, proximidad a proveedores y uno de los criterios más importantes es el costo, entre otros, donde se obtuvo una puntuación alta en el Distrito de Puente Piedra con 3.65, por lo tanto, la oficina principal se ubicará en dicho distrito.





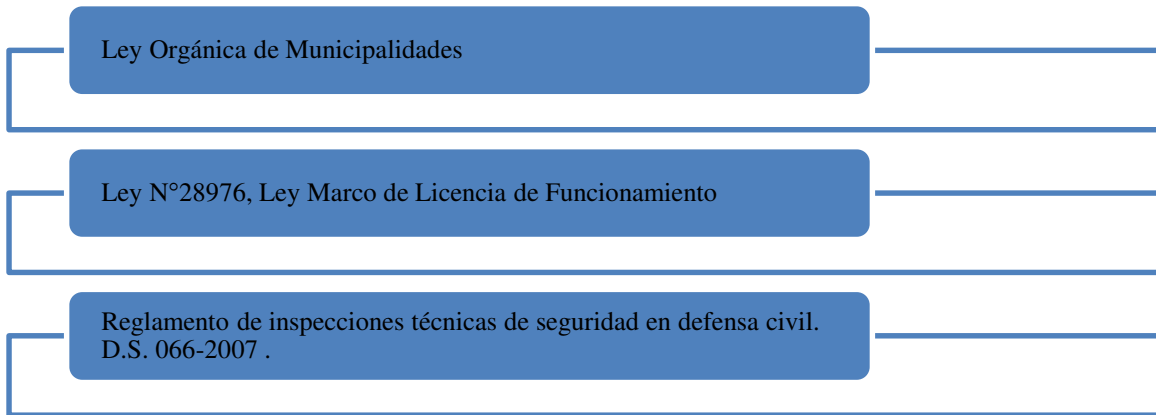
**Figura 1 Ubicación de la empresa Calmur S.A.C.**

**Fuente:** Google Maps

### **2.3.2. Factibilidad Municipal y Sectorial:**

LEY N° 28976. Menciona la autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, en favor del titular de las mismas. Ley marco de licencia de funcionamiento. (INDECOPI, 2007).

El marco normativo relacionado a la licencia de funcionamiento es el siguiente:



**Figura 2 Marco normativo relacionado a la licencia de funcionamiento**

**Fuente:** Elaboración propia

Para poder iniciar con las operaciones es necesario el trámite de licencia de funcionamiento ante la Municipalidad de Puente Piedra.

## 2.4 Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha

### 2.4.1 Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas - FODA

#### 2.4.1.1 Factores internos

**Tabla 5 Matriz EFI**

**Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno**

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Conocimiento de los precios de venta de la competencia	0.04	4	0.16
2	Disponibilidad del producto todo el año	0.07	4	0.28
3	Tendencia de consumo de productos naturales	0.07	5	0.35
4	Personal capacitado	0.03	3	0.09
5	Conocimiento del mercado	0.06	3	0.18
6	Adaptación al cambio	0.03	4	0.12
7	Competitividad en precio	0.08	4	0.32
8	Diversificación de proveedores	0.06	3	0.18
9	Producto con oferta exportable	0.02	4	0.08
10	Estrategias de Marketing	0.07	5	0.35
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.53</b>		<b>2.11</b>
<b>DEBILIDADES</b>				
1	Sin experiencia en el mercado	0.05	4	0.20
2	Empresa nueva	0.06	3	0.18
3	Sin historial crediticio como empresa	0.05	3	0.15
4	No se cuenta con infraestructura adecuada	0.02	1	0.02
5	Baja inversión	0.07	3	0.21
6	No contamos con diversificación de productos	0.06	3	0.18
7	Exportación limitada en los primeros meses	0.03	3	0.09
8	Alta rotación del personal	0.02	3	0.06
9	Poco personal	0.03	3	0.09
10	Posicionamiento de la marca	0.08	3	0.24
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.47</b>		<b>1.42</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3.53</b>

En la tabla anterior, se realizó la ponderación de las fortalezas y debilidades, indicando con ello la capacidad de la empresa Calmur S.A.C. para hacer frente a posibles problemas.

### 2.4.1.2 Factores externos

**Tabla 6 Matriz EFE**

**Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno**

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	País de destino con economía estable y favorable	0.05	3	0.15
2	Preferencia arancelaria por el Acuerdo	0.08	5	0.40
3	Consumidores dispuestos a probar nuevos productos	0.05	4	0.20
4	Amplio mercado	0.04	4	0.16
5	Uso del E-commerce	0.06	3	0.18
6	PBI per cápita del mercado objetivo	0.03	4	0.12
7	Agregados comerciales en New York	0.04	4	0.16
8	Beneficios como microempresa	0.03	4	0.12
9	Tipo de cambio al alza	0.02	3	0.06
10	Mercado no explotado	0.08	4	0.32
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.48</b>		<b>1.87</b>
<b>AMENAZAS</b>				
1	Variedad de productos sustitutos	0.05	3	0.15
2	Experiencia de otras empresas en el mercado	0.06	3	0.18
3	Competencia con infraestructura instalada	0.06	3	0.18
4	Escaso conocimiento del producto en el mercado	0.07	3	0.21
5	Cambios políticos del gobierno	0.04	1	0.04
6	Ingreso de plagas en las cosechas	0.05	3	0.15
7	Alza de costos en el transporte internacional	0.05	2	0.10
8	Ingreso de futuros competidores con precios más bajos	0.08	4	0.32
9	Desconfianza por ser empresa nueva	0.04	2	0.08
10	Inflación	0.02	1	0.02
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.52</b>		<b>1.43</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3.3</b>

En la tabla anterior, se llevó a cabo la ponderación de las oportunidades y amenazas, donde se muestran algunos posibles escenarios que se encuentran fuera del alcance de la empresa.

**Tabla 7 Matriz FODA**

Fuente: Elaboración propia

<p><b>Factores Internos</b></p>       <p><b>Factores Externos</b></p>	<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>		
	<b>1</b>	Disponibilidad del producto todo el año	<b>1</b>	Sin experiencia en el mercado	
	<b>2</b>	Tendencia de consumo de productos naturales	<b>2</b>	Empresa nueva.	
	<b>3</b>	Conocimiento del mercado	<b>3</b>	Sin historial crediticio como empresa	
	<b>4</b>	Competitividad en precio	<b>4</b>	Baja inversión	
	<b>5</b>	Diversificación de proveedores	<b>5</b>	No contamos con diversificación de productos	
	<b>6</b>	Estrategias de Marketing	<b>6</b>	Posicionamiento de la marca	
<b>Oportunidades</b>		<b>Estrategias FO</b>		<b>Estrategias DO</b>	
<b>1</b>	Preferencia arancelaria por el Acuerdo	<p>1. Buscar promover más el producto a través del marketing para exportar más veces al año aprovechando el amplio mercado y la producción de todo el año. F1, O3.</p> <p>2. Lograr captar la atención del público objetivo ya que se conoce sus necesidades a través de la página web y redes sociales. F5, O5.</p> <p>3. Ingresar al mercado estadounidense aprovechando el perfil de consumidor hacia productos naturales. F2, O2.</p>	<p>1. Exportar el producto aprovechando las preferencias arancelarias del acuerdo comercial y posicionar la marca a través de estrategias de promoción. D2, O1.</p> <p>2. Aprovechar a los agregados comerciales en New York ya que cuentan con todo el conocimiento acerca del comercio ya que la empresa no cuenta con experiencia. D1, O5.</p> <p>3. Lograr posicionar la marca de la empresa utilizando estrategias de promoción como ferias internacionales, merchandising, ruedas de negocios, página web, Linkendin empresarial y un comisionista. D10, O4.</p>		
<b>2</b>	Consumidores dispuestos a probar nuevos productos				
<b>3</b>	Amplio mercado				
<b>4</b>	Uso del E-commerce				
<b>5</b>	Agregados comerciales en New York				
<b>6</b>	Mercado no explotado				
<b>Amenazas</b>		<b>Estrategias FA</b>		<b>Estrategias DA</b>	
<b>1</b>	Variedad de productos sustitutos	<p>1. Lograr obtener mayores clientes bajo la estrategia de reducción de costos para lograr precios competitivos y competir con las principales empresas. F4, A2</p> <p>2. Contar con planes de contingencia y realizar una homologación de proveedores en forma constante para asegurar la oferta exportable. F5, A5.</p> <p>3. Lograr vencer a los productos sustitutos a través de una buena estrategia de marketing. F6, A1.</p>	<p>1. Buscar nuevos aportes de capital social, exportar en mayor cantidad e implementar estrategias de reducción de costos para ser más competitivos. D4, A6.</p> <p>2. Realizar la maquila del proceso productivo para reducir costos y financiarse a través de un aval. D3, A3.</p> <p>3. Realizar un análisis de mercado para la correcta segmentación, posicionar el producto y en el futuro diversificar el producto. D5, A4.</p>		
<b>2</b>	Experiencia de otras empresas en el mercado				
<b>3</b>	Competencia con infraestructura instalada				
<b>4</b>	Escaso conocimiento del producto en el mercado				
<b>5</b>	Ingreso de plagas en las cosechas				
<b>6</b>	Ingreso de futuros competidores con precios más bajos				

### **2.4.2 Misión**

La misión de una empresa es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de una empresa. Sirve como punto de referencia o base para la toma de decisiones y las acciones de todos miembros de la empresa, pero además de ello, sirve como fuente de inspiración y motivación, le da identidad a la empresa, y permite informar qué es lo que hace la empresa y qué es lo que la diferencia de las demás. (Peru.com, 2014)

“Somos una empresa dedicada a la exportación de caigua congelada al mercado estadounidense, buscando brindar un producto de calidad y satisfaciendo los estándares que el mercado americano requiere a través de una excelencia operativa, innovación constante, promoviendo la actividad generadora de competitividad para nuestro país y nuestros colaboradores”.

### **2.4.3 Visión**

La visión de una empresa es una declaración que indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo. Sirve como guía para la toma de decisiones y las acciones de todos los miembros de la empresa, pero además de ello, sirve como fuente de inspiración y motivación, le da identidad a la empresa, y ayuda a proyectar una imagen positiva. (Peru.com, 2014).

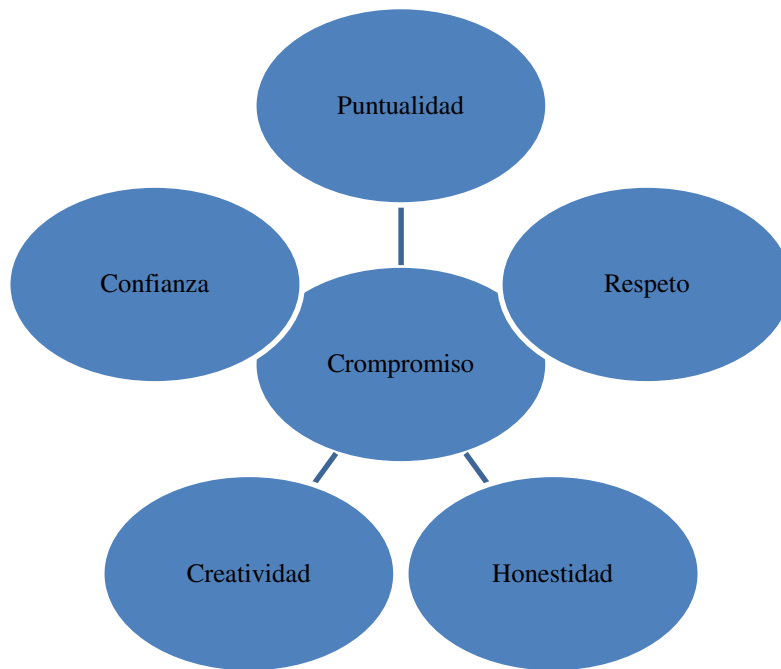
“Ser una empresa reconocida en nuestro rubro a nivel internacional, a través de la exportación de caigua congelada al 2023”.

### **2.4.4 Valores**

Los valores de la empresa Calmur S.A.C. son:

- Compromiso: La empresa se compromete a brindar un producto excelente, llenando las expectativas del cliente.
- Creatividad: Buscar permanentemente nuevas formas de hacer las cosas.

- Puntualidad: Uno de los principales valores para una empresa es la puntualidad de todos los que la conforman.
- Confianza: Se buscará que el producto ofrecido a los clientes lleguen siempre en las condiciones pactadas para de esa manera lograr obtener la confianza de los mismos.
- Respeto: Otro de los principales valores en una empresa es el respeto, es por ello que se buscará siempre recalcar el respeto entre cada uno de los colaboradores.
- Honestidad: La empresa trabajará de una forma transparente brindando toda la información necesaria para que se conozca a cerca de nuestra empresa y sus procesos operacionales.



**Figura 3 Valores de la empresa Calmur S.A.C.**

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.4.5 Principios de la empresa

Los principios de la empresa Calmur S.A.C. son:

- Trabajo en equipo
- Bienestar del Recurso Humano
- Calidad total
- Mejora continua
- Eficiencia y Eficacia
- Compromiso con los clientes
- Desarrollo
- Cuidado del medio ambiente



**Figura 4 Principios de la empresa**

**Fuente:** Elaboración propia



## 2.4.6 Objetivos de la empresa

- **Objetivo General**

- ✓ Generar valor económico sostenible a través del tiempo mediante la exportación de caigua congelada al mercado de Estados Unidos.

- **Objetivos Específicos**

- ✓ Determinar la rentabilidad económica y financiera del proyecto.
- ✓ Lograr un crecimiento del 6% en las ventas para el año 2023
- ✓ Reducir la rotación de personal a través de aumento de sueldos del año 2020 al 2023 en un 5% anual.
- ✓ Optimizar continuamente la cadena logística a fin de obtener mejoras en los costos.
- ✓ Determinar el punto de equilibrio en el primer año.

## 2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña, Características

El Decreto Legislativo N° 30056 tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía. (SUNAT, REMYPE, s.f.)

Entre sus cambios importantes destacan:

Se modifican los criterios de clasificación empresarial: Las empresas se clasifican de acuerdo a sus ventas anuales.

**Tabla 8 Clasificación de la micro y pequeña empresa**

Categoría	Ventas anuales	Ventas anuales (S/.)
Microempresa	Hasta 150 UIT* (4150)	622,500
Pequeña empresa	Más de 150 y hasta 1,700 UIT	622,500 – 7'055,000

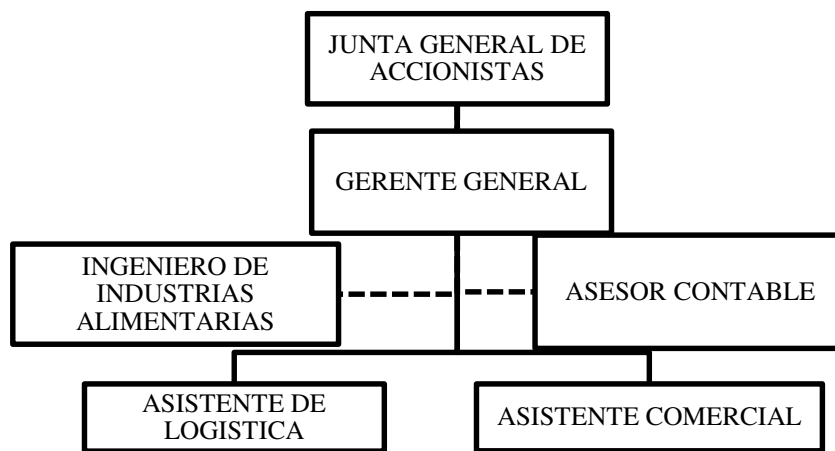
**Fuente:** Elaboración propia en base a (SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA, 2013)

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

Calmur S.A.C. será una microempresa ya que las ventas no superarán los 150 UIT (S/. 622,500) en el primer año de funcionamiento.

## 2.6 Estructura Orgánica

El organigrama de Calmur S.A.C. es lineal, ya que contiene información representativa hasta determinado nivel jerárquico y presenta las áreas en niveles unidos por líneas que indican la autoridad y comunicación correspondiente. El representante legal de la empresa será el Gerente General.



**Figura 5 Estructura Orgánica de Calmur S.A.C.**

**Fuente:** Elaboración propia

- **Junta General de Accionistas:** Serán los responsables del aumento o disminución del capital e inversión y cualquier modificación en cuanto a los estatutos de la empresa.

La Junta General de Accionistas está conformada por:

- Carolyn Alarcón Murga – 70% de las acciones
- María Murga Chávez – 20 % de las acciones
- Néstor Rulfo Alarcón Díaz – 10 % de las acciones

- **Gerente General:** Es el encargado de definir las políticas de la empresa, y velar por el cumplimiento de las mismas, ligadas a los objetivos de la empresa.
- **Asistente de Logística:** Encargado de velar por la buena distribución de los productos y el correcto almacenamiento previniendo faltas en el stock y verificando a su vez el control de calidad, a su vez, encargado de realizar las compras con los proveedores.
- **Asistente Comercial:** Encargado de promocionar el producto a través de los canales de marketing, innovando y buscando nuevas opciones para que se expanda cada vez más el consumo del mismo mediante su difusión y también será encargado de el cierre de las ventas con los clientes en el extranjero.
- **Ingeniero de Industrias Alimentarias:** Será el encargado de supervisar la calidad del producto y la producción de la misma, que se desarrolle bajo los estándares requeridos por el mercado americano.
- **Asesor Contable:** Se encargará de llevar la contabilidad de la empresa, los libros contables, pagos de impuestos correspondientes y declaraciones anuales.

La empresa no contará con un directorio, ya que será un número reducido de personas las que participaran activamente de forma directa en la gestión y administración de la misma, dándole esas funciones directamente al Gerente General.

## **2.7 Cuadro de Asignación de personal**

A continuación, se detalla la cantidad de personal para cada puesto de trabajo y sus beneficios laborales de acuerdo a ley, considerando que Calmur S.A.C. es una microempresa.

**Tabla 9 Asignación de personal de la empresa Calmur S.A.C.**

Descripción	Nº de empleados	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	2,000.00	2,000.00	23,000.00	1,000	24,000.00	2,160.00	26,160.00
Asistente de logística	1	1,200.00	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
Asistente Comercial	1	1,200.00	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>							<b>57,552.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 10 Servicio de Contabilidad**

Cargo	Cantidad de Personal	Sueldo Mensual (S/.)	Sueldo Anual (S/.)	Total anual (S/.)
Asesor Contable	1	250.00	3,000.00	3,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>3,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 11 Servicio del Ingeniero de Industrias alimentarias**

Cargo	Cantidad de Personal	Sueldo Mensual (S/.)	Sueldo Anual (S/.)	Total anual (S/.)
Ingeniero de Industrias Alimentarias	1	750.00	6000.00	6,000.00
<b>Total</b>				<b>6,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## 2.8 Forma Jurídica Empresarial

La modalidad escogida para la empresa será Sociedad Anónima Cerrada (SAC), con las características detalladas en el siguiente cuadro.

**Tabla 12 Características de una Sociedad Anónima Cerrada (Sin directorio)**

Tipo de Empresa	Número mínimo y máximo de socios/ accionistas	Órganos societarios	Capital
<b>Sociedad Anónima Cerrada (Sin directorio)</b>	Mínimo 2 y máximo 20	- Junta General de Accionistas - Gerencia - Sub Gerencia	Aporte en efectivo o en bienes. Se divide en acciones.

**Fuente:** Elaboración propia en base a (SUNARP, Información sobre Tipos de Personas Jurídicas, s.f.)

Calmur S.A.C. es una sociedad anónima cerrada sin directorio, ya que esta forma jurídica empresarial es más dinámica y recomendable para una microempresa ya que se protege la transferencia de acciones debido a que las acciones no son inscritas en el Registro Público, por lo tanto es más privada.

**Tabla 13 Aporte de capital de los socios de la empresa Calmur S.A.C.**

Nombre del Accionista	Capital	Valor	Acciones	%
<b>Primer accionista</b>	51,119	10	5,112	70%
<b>Segundo accionista</b>	14,606	10	1,461	20%
<b>Tercer accionista</b>	7,303	10	730	10%
<b>Total aporte propio</b>	<b>73,028</b>		<b>7,303</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Calmur S.A.C. estará compuesta por tres socios, quienes tendrán acciones divididas en partes proporcionales. El capital social de la empresa es de S/. 73,028.00 el cual representa el 49% de la inversión inicial, este monto se hará en efectivo, el aporte restante de S/. 76,008.00 será financiado por la Caja Trujillo.

## 2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El producto ingresará con marca blanca y posteriormente se exportará con su propia marca. Para poder patentar la marca se debe realizar la búsqueda de antecedentes y luego clasificar el producto o servicio.

Para ello se realiza el siguiente procedimiento en INDECOPI.

- Completar 3 ejemplares del formato de solicitud que corresponde y presentarlo, dos para la autoridad y uno para el administrado.
- Indicar todos los datos personales que identifica al solicitante.
- Número de RUC
- Domicilio para el envío de las notificaciones
- Indicar el logotipo que se desea registrar enviando al correo [logosdsd@indecopi.gob.pe](mailto:logosdsd@indecopi.gob.pe) (en formato sugerido JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)
- Firmar la solicitud por el solicitante o el representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de UIT que equivale a S/. 576.85 que deberá ser cancelado en el Banco de la Nación ubicado en Indecopi Sede Sur, Calle de la Prosa N° 104 San Borja.

Una vez que se presenta la solicitud, INDECOPI tiene el plazo de 15 días hábiles para la evaluación de la misma, en caso de no cumplir con todos los requisitos se otorgará un plazo adicional de 60 días hábiles para subsanar las omisiones si fuera el caso. Con todos los documentos conforme se podrá publicar el registro de la marca en el diario El Peruano.

## **2.10 Requisitos y Trámites Municipales**

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, la municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

- Zonificación y compatibilidad de uso: En la Municipalidad de Puente Piedra se solicita el referido de parámetro y zonificación, o también a través de la página web del mismo.
- Defensa Civil (Condiciones de seguridad): El informe de inspección consiste en la verificación ocular de lo indicado en la “Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad” la cual es realizada conjuntamente al solicitar la licencia

de funcionamiento, y es totalmente gratis para el caso de la empresa Calmur S.A.C. por la zona en la que se ubica, y por el tamaño del local.

Los costos para obtener la licencia de Funcionamiento según la Municipalidad de Puente Piedra es la siguiente:

**Tabla 14 Los costos para obtener la licencia de Funcionamiento según la Municipalidad de Puente Piedra**

<b>EX – POST:</b>	<b>COSTO</b>	<b>PLAZO MÁXIMO</b>
<b>Hasta 100 mt<sup>2</sup>.</b>	<b>S./ 51.30</b>	<b>15 DÍAS HÁBILES</b>
<b>EX – ANTE:</b>	<b>COSTO</b>	<b>PLAZO MÁXIMO</b>
<b>Más de 100 hasta 500 mt<sup>2</sup></b>	<b>S./ 53.80</b>	<b>15 DÍAS HÁBILES</b>
<b>MULTIDISCIPLINARIA:</b>	<b>COSTO</b>	<b>PLAZO MÁXIMO</b>
<b>Mayor a 500 mt<sup>2</sup></b>	<b>S./ 17.40</b>	<b>15 DÍAS HÁBILES</b>

**Fuente:** (Municipalidad de Puente Piedra, s.f.)

Para ello se debe de llenar 3 solicitudes que se descargará de la página web de la Municipalidad:

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento
2. Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad
3. Solicitud de ITSE

#### **Posterior a esto se realiza los siguientes procedimientos**

- Se ingresa el expediente generado por Sub gerencia de Atención al Ciudadano y Archivo Central – SGACAC, con los requisitos solicitados. Se procede a derivar a la Sub gerencia de Inspecciones Técnicas de Seguridad y Gestión de Riesgo de Desastres (SGITSGRD).
- SGITSGRD realizará la inspección al establecimiento, de la cual se deriva a SGDEC con un memorándum y copia de la resolución (procedente o improcedente el certificado ITSE).

- La SGDEC emite la Licencia de Funcionamiento y su resolución, en el caso que proceda, y en el caso contrario, se emite una resolución con la misma respuesta. Se finaliza el expediente según sea su resultado.

Para el caso de la empresa Calmur S.A.C. el costo por la licencia es de S/. 53.80 por ser el local mayor a 100m<sup>2</sup> y el plazo para el otorgamiento de la misma es de 15 días hábiles.

## **2.11 Régimen Tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades**

### **2.11.1 Régimen Especial del Impuesto a la Renta RER**

Está dirigido a personas naturales o jurídicas que realicen actividades de comercio e industria, venta de bienes que procedan de la compra, producción, manufactura o extracción de recursos naturales (incluido cría y cultivo) y también actividades de servicios.

#### **Requisitos:**

- Ingresos netos menor a S/. 525, 000.00 en transcurso de cada ejercicio gravable.
- Valor de los activos fijos afectos a la actividad menor a S/. 126,000.00
- Monto de adquisiciones afectas menor a S/. 525,000.00 (Sin contar con activos fijos).

#### **Procedimiento para acogerse a este régimen**

Al iniciar las actividades, declaración y pago de la cuota que corresponde al periodo tributario de inicio del ejercicio de las actividades declarado en el RUC.

#### **Obligaciones tributarias**

Comprobantes de pago a emitir:

- Facturas
- Boletas de Venta
- Liquidaciones de compra
- Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras



- Notas de crédito y de débito
- Guías de remisión

La empresa Calmur S.A.C. se constituirá como persona jurídica y se acogerá al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER).

### **2.11.2 Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades**

El RUC es el registro informático a cargo de la SUNAT donde se encuentran inscritos los contribuyentes de todo el país, así como otros obligados a inscribirse en él por mandato legal.

Contiene información como el nombre, denominación o razón social, el domicilio fiscal, la actividad económica principal y las secundarias de cada contribuyente. Asimismo, recoge la relación de tributos afectos, teléfonos, correo electrónico, la fecha de inicio de actividades y los responsables del cumplimiento de obligaciones tributarias.

Cada contribuyente es identificado con un número de 11 dígitos denominado número RUC. Este número es de carácter único y permanente y debe utilizarse en todo trámite que se realiza ante la SUNAT. (SUNAT, s.f.)

El RUC se tramita de manera gratuita acudiendo a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano y presentar los siguientes documentos:

- DNI del Representante Legal
- Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con antigüedad no mayor a 30 días calendarios.

### **2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)**

El PLAME es la Planilla mensual de pagos, que corresponde a la planilla electrónica, donde se informa mensualmente los ingresos de los colaboradores de la empresa, así como los que prestan servicios que obtengan rentas de 4ta categoría, descuentos, días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo realizado por el trabajador.

Se elaborará obligatoriamente a partir de la información que se ha consignado en el T-REGISTRO.

Dicho programa se descargará de la página web de la institución [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe), donde se elaborará una declaración jurada y se envía mediante las operaciones en Línea (SOL).

## 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

En la siguiente tabla se muestra una comparación entre el Régimen Laboral Especial y General Laboral identificando las diferencias entre ellas.

**Tabla 15 Características del Régimen Laboral General y Régimen Laboral Especial**

Beneficios de los trabajadores	Régimen Laboral General o Común	Régimen Laboral Especial	
		Microempresa	Pequeña empresa
<b>Remuneración mínima vital (RMV)</b>	S/930.00 mensual	S/930.00 mensual	S/930.00 mensual
<b>Jornada máxima de trabajo</b>	Jornada de trabajo de 8 horas.	Jornada de trabajo de 8 horas.	Jornada de trabajo de 8 horas.
<b>Vacaciones</b>	Descanso vacacional de 30 días.	Descanso vacacional de 15 días calendarios.	Descanso vacacional de 15 días calendarios.
<b>Compensación por tiempo de servicios (CTS)</b>	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No aplica	Medio sueldo.
<b>Gratificaciones</b>	Dos gratificaciones al año equivalente a un sueldo cada uno.	No aplica	Dos gratificaciones al año equivalente a medio sueldo cada uno.
<b>Seguro de salud</b>	ESSALUD, lo aporta en su integridad el empleador el 9% de la remuneración.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador cubre el 50% del costo, y el otro 50% lo hace el Estado. ESSALUD (opcional).	ESSALUD, lo aporta en su integridad el empleador, 9% de la remuneración.
<b>Indemnización por despido arbitrario</b>	Una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará	Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un

	una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado (en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones).	tope de 90 días de remuneración).	tope de 120 días de remuneración).
<b>Asignación familiar</b>	10% de la remuneración mínima vital.	No aplica	No aplica

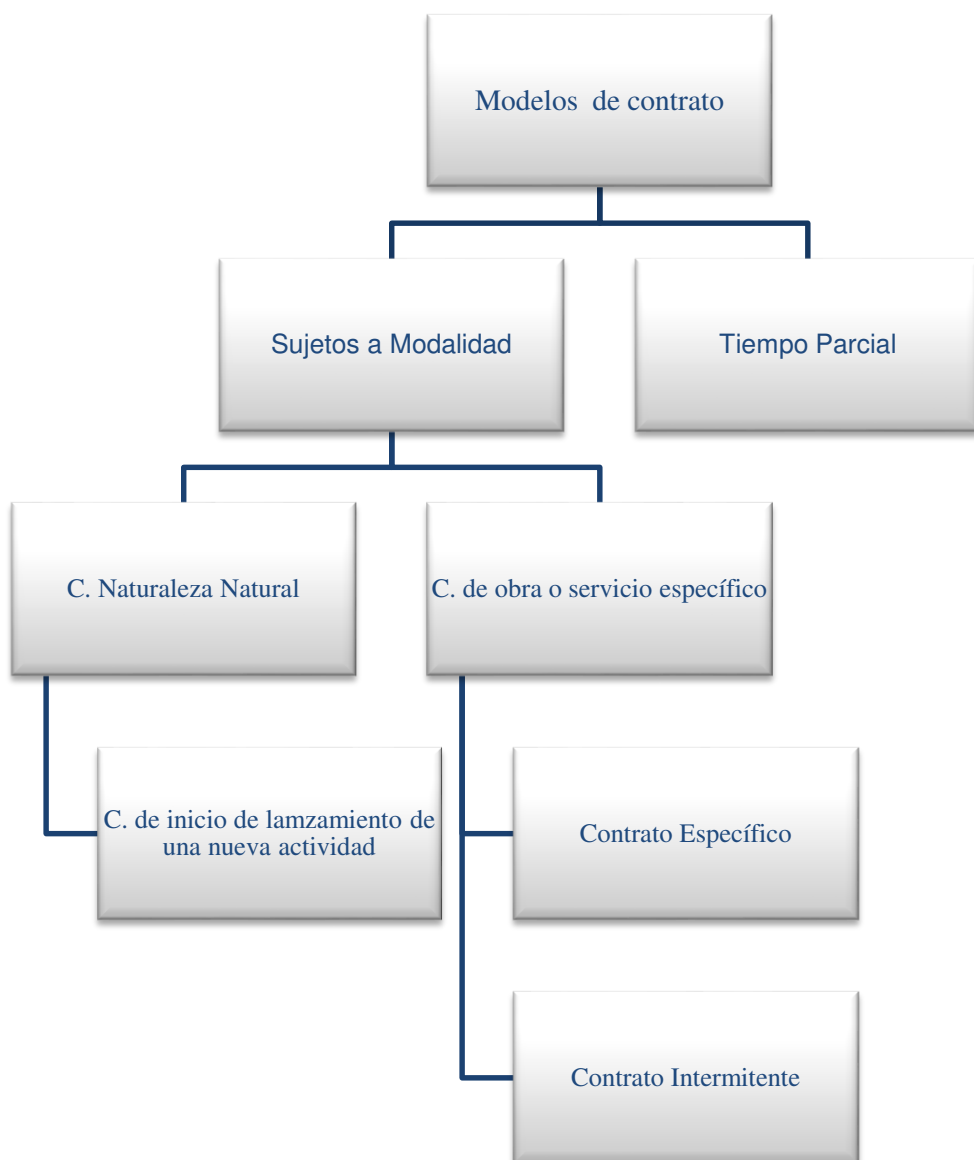
**Fuente:** (SUNAT, Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa, s.f.)

Calmur S.A.C. se acoge al Régimen Laboral Especial de la microempresa, ya que sus ventas anuales no superan los 150 UIT que equivale a S/. 622,500.00.

## 2.14 Modalidades de Contratos Laborales

Un contrato de trabajo es un acuerdo entre empleado y empleador que da inicio al vínculo laboral. Está determinado por obligaciones y derechos entre ambas partes. (República, 2017).

A continuación, se muestran algunos tipos de contratos con los que Calmur S.A.C. trabajará:



**Fuente:** (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, actualizado el 2014)

Entre los contratos sujetos a modalidad, Calmur S.A.C. adoptará la modalidad de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad. Inicialmente por un periodo de 6 meses donde los primeros 3 meses serán de prueba, que se pueden prolongar de acuerdo a la capacidad del trabajador y el rendimiento en el puesto.

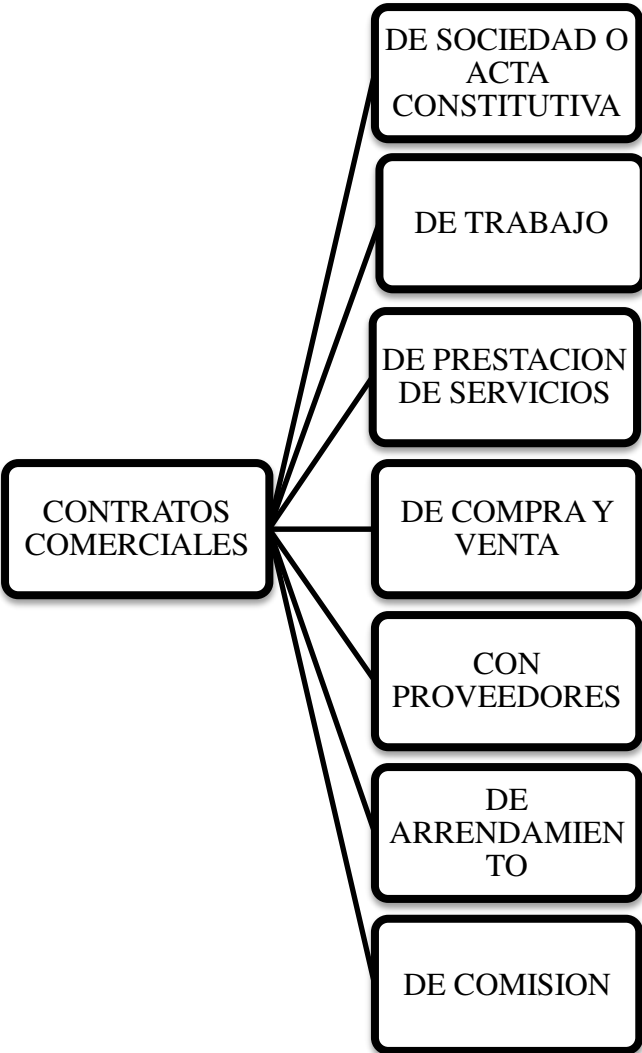
En la empresa Calmur S.A.C. cada colaborador tendrá un contrato particular.

Adicionalmente, Calmur S.A.C. contará con un contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, para los temas contables (asesor contable) y el control de calidad (ingeniero de industrias alimentarias).

**2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas**

**2.15.1 Contratos Comerciales**

Calmur S.A.C. celebrará los siguientes contratos comerciales:



**Fuente:** Elaboración propia

- Contrato de sociedad o acta constitutiva: En el cual se registran los datos con referencia a la formación de una sociedad.
- Contrato de prestación de servicios: Este contrato es con referencia para solicitar los servicios de asesoría como la del asesor contable y del ingeniero de Industrias Alimentarias.
- Contrato de trabajo: Se llevará a cabo con los colaboradores de la empresa Calmur S.A.C.
- Contrato de compra y venta: Se llevará a cabo entre la empresa Calmur S.A.C. y los compradores del producto (caigua congelada), en la misma se colocarán las cláusulas respectivas.
- Contrato con proveedores: En el cual se determinará el precio de venta del producto.
- Contratos de comisión: Este tipo de contrato se usará con el Agente Comercial Internacional o también llamado comisionista.
- Contrato de arrendamiento: Se celebrará para el alquiler del local en donde operará la empresa Calmur S.A.C.

### **2.15.2 Responsabilidad Civil de los Accionistas**

A continuación se detalla algunos artículos de La Ley General de Sociedades N° 26887: (Ley General de Sociedades, s.f.).

#### **Artículo 234.- Requisitos**

La sociedad anónima puede sujetarse al régimen de la sociedad anónima cerrada cuando tiene no más de veinte accionistas y no tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.

No se puede solicitar la inscripción en dicho registro de las acciones de una sociedad anónima cerrada.

### **Artículo 237.- Derecho de adquisición preferente**

El accionista que se proponga transferir total o parcialmente sus acciones a otro accionista o a terceros debe comunicarlo a la sociedad mediante carta dirigida al gerente general, quien lo pondrá en conocimiento de los demás accionistas dentro de los diez días siguientes, para que dentro del plazo de treinta días puedan ejercer el derecho de adquisición preferente a prorrata de su participación en el capital. En la comunicación del accionista deberá constar el nombre del posible comprador y, si es persona jurídica, el de sus principales socios o accionistas, el número y clase de las acciones que desea transferir, el precio y demás condiciones de la transferencia. El precio de las acciones, la forma de pago y las demás condiciones de la operación, serán los que le fueron comunicados a la sociedad por el accionista interesado en transferir. En caso de que la transferencia de las acciones fuera a título oneroso distinto a la compra-venta, o a título gratuito, el precio de adquisición será fijado por acuerdo entre las partes o por el mecanismo de valorización que establezca el estatuto. En su defecto, el importe a pagar lo fija el juez por el proceso sumarísimo. El accionista podrá transferir a terceros no accionistas las acciones en las condiciones comunicadas a la sociedad cuando hayan transcurrido sesenta días de haber puesto en conocimiento de ésta su propósito de transferir, sin que la sociedad y/o los demás accionistas hubieran comunicado su voluntad de compra. El estatuto podrá establecer otros pactos, plazos y condiciones para la transmisión de las acciones y su valuación, inclusive suprimiendo el derecho de preferencia para la adquisición de acciones.

### **Artículo 243.- Representación en la junta general**

El accionista sólo podrá hacerse representar en las reuniones de junta general por medio de otro accionista, su cónyuge o ascendiente o descendiente en primer grado. El estatuto puede extender la representación a otras personas.

### **3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

#### **3.1 Descripción del producto**

El producto que exportará Calmur S.A.C. será caigua congelada, un producto saludable, totalmente natural, libre de preservantes y/o conservantes.

El envase del producto será de 453gr (1 lb), en bolsa de polietileno de alta barrera, con una película coextruida de siete capas compuesta por pigmentos, polímeros de barrera, PEBD + PELBD y resinas adhesivas que cumplen con las regulaciones FDA.

Entre los beneficios en los diversos estudios, el más avalado es su capacidad para reducir el colesterol LDL (comúnmente llamado colesterol malo) e incrementar el HDL (colesterol bueno). Otros estudios mencionan su capacidad para controlar la presión elevada y reducción de peso.

Nutricionalmente, la caigua es muy baja en calorías (15 calorías por 100gramos) sólo contiene 3,3 gramos de carbohidratos, 0,2 gramos de grasa y 0,5 gramos de proteína. Suele estar incluida en las dietas para reducir peso, aporta fibra a la dieta (1,6 gramos por 100 gramos de alimento) de tal manera que ayuda a prevenir el estreñimiento. (RPP Noticias, 2011).





**Figura 6 Envase del producto**

**Fuente:** Elaboración propia

El producto ingresará al mercado con marca blanca, podrá ser consumido por personas de cualquier edad, especialmente adultos, ya que sus beneficios principales son: la reducción del colesterol, bajar de peso y controlar la presión como ya se mencionó anteriormente, puede ser consumido en jugos, comidas y/o ensaladas.

Cabe resaltar que el Perú es considerado privilegiado en cuanto a la producción de la caigua por la ubicación geográfica y diversidad de climas, ya que se puede encontrar en más de 10 departamentos todos los meses del año, entre los principales son Lima (Huaral, Cañete, Chincha), Lambayeque, entre otros.

### 3.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria del producto caigua congelada, es la siguiente:

**Tabla 16 Clasificación arancelaria de la caigua congelada en el Perú**

CLASIFICACION ARANCELARIA	
<b>Partida Arancelaria</b>	0709.99.90.00
<b>SECCIÓN II</b>	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>CAPITULO 7</b>	HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS
<b>07.09</b>	LAS DEMÁS HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES), FRESCAS O REFRIGERADAS.
<b>0709.99.90.00</b>	- Las demás

**Fuente:** (SUNAT, Tratamiento arancelario por subpartida, s.f.)

El producto cuenta con liberación al 100% de los impuestos debido al acuerdo al Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos, el cual deja con arancel 0% al ingresar al país de destino.

**Tabla 17 Clasificación arancelaria de la caigua en destino**

Tariff regime	Applied tariff (as reported)	Applied tariff (converted)	Total ad valorem equivalent tariff
MFN duties (Applied)	20.00%	20.00%	20.00%
Preferential tariff for Peru	0%	0%	0%

**Fuente:** (MACMAP, s.f.)

En la tabla anterior se muestra la tarifa con respecto a los impuestos de la partida de la caigua congelada en el mercado de destino, es decir en el país de Estados Unidos.

**Tabla 18 Exportaciones de la partida 0709999000 por descripción comercial**

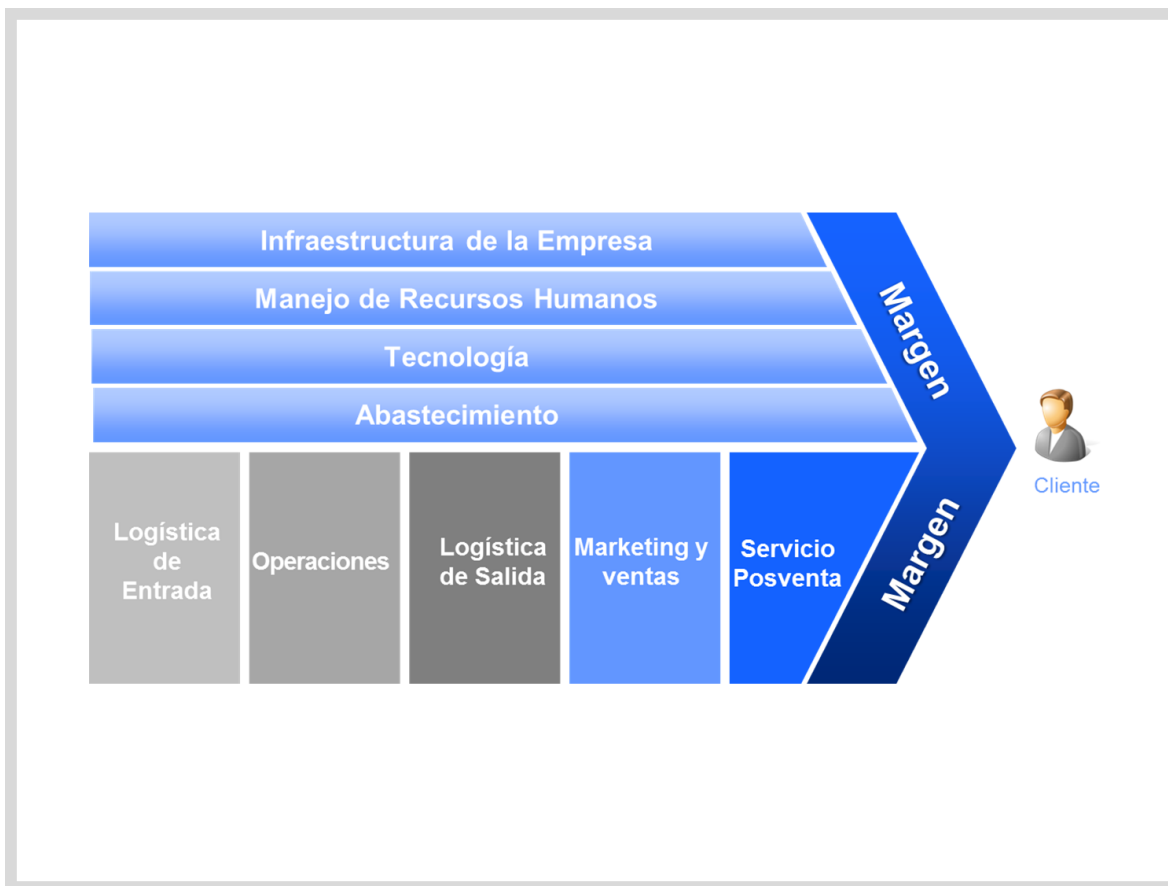
<b>Razón Social</b>	<b>Descripción Arancelaria</b>	<b>Descripción Comercial 1</b>
<b>IMPORTADORA Y EXPORTADORA EL PICAFLOR E.I.R.L.</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA
<b>AGROMANIA SAC</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA
<b>INTERNATIONAL MACRI S.R.L.</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA (2 CAJAS)
<b>HANALEI S.A.C</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAYHUA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB.
<b>VARILLAS BALTAZAR CINTHIA PAOLA</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA
<b>HANALEI S.A.C</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAYHUA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB. PERU FOOD
<b>NATURAL HEALTH FOODS S.A.C.</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	HARINA DE CAIGUA (1 CAJA)
<b>INTERNATIONAL MACRI S.R.L.</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA
<b>VARILLAS BALTAZAR CINTHIA PAOLA</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA FRESCA
<b>MAREMI S.A.C.</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA
<b>INTERNATIONAL MACRI S.R.L.</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA
<b>EXPORTADORA IMPORTADORA PECHAMA S.A.C.</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA
<b>LLERENA MACHADO ROSA ANGELICA</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA CHILENA
<b>VARILLAS BALTAZAR CINTHIA PAOLA</b>	LAS DEMAS HORTALIZAS, FRESCAS O REFRIGERADAS	CAIGUA

**Fuente:** (Adex Data Trade, 2017)

Como se puede observar en la tabla anterior, en el mercado de destino se tiene como competencia directa varias empresas que exportan el mismo producto, como Importadora Y Exportadora El Picaflor E.I.R.L., Agromania S.A.C., International Macri S.R.L., Hanalei S.A.C., Varillas Baltazar Cinthia Paola, entre otros.

### 3.1.2 Propuesta de Valor

Para detallar la propuesta de valor de Calmur S.A.C. se analizará cada una de las actividades de la empresa en cuanto al desarrollo de cada uno, para ello se tomará como referencia la “Cadena de Valor” según Porter:



**Figura 7 Cadena de Valor de Michael Porter**

**Fuente:** Google Imágenes

- **Actividades Primarias**

**Tabla 19: Actividades Primarias de la empresa Calmur S.A.C**

<b>LOGÍSTICA INTERNA</b>
<p>La empresa Calmur S.A.C tendrá como proveedor principal a la empresa SEPAR E.I.R.L., quien abastecerá de la materia prima conforme a los requerimientos de la empresa en base al mercado exterior. Dentro del área de Logística se contará con un asistente, quien se encargara de mantener un control adecuado de todo lo relacionado a ello, del inventario, el proceso de traslado de la mercancía hacia el almacén de la maquila y a su vez estará al tanto de todo el proceso aduanero.</p>
<b>OPERACIONES</b>
<p>La caigua se recepcionará, se hará todo el proceso de selección, envasado y embalaje en la empresa ArtPack Perú S.A.C. Terminado este proceso, se procederá a la entrega del producto en su presentación de 5 unidades por envase, en bolsas de polietileno de 453gr. (1lb), en la cantidad y plazo estipulado en el contrato previo.</p>
<b>LOGÍSTICA EXTERNA</b>
<p>La empresa Calmur S.A.C. contará con un asistente de Logística con conocimientos de logística internacional, quien se encargará de coordinar todo el proceso desde la compra de la materia prima, hasta el levantamiento de la carga y de las coordinaciones respectivas a lo largo de todo el proceso logístico.</p>
<b>MARKETING Y VENTAS</b>
<p>La empresa realizará estrategias de promoción como por ejemplo la participación en las ferias realizadas en New York, en las ruedas de negocios, merchandising, se coordinará la creación de la pagina web, también se aprovechará trabajar con los agregados comerciales, entre muchas otras estrategias más con el objetivo de lograr las ventas proyectadas.</p>
<b>SERVICIO POST VENTA</b>
<p>El asistente comercial se encargará de coordinar con el comprador cualquier contingencia que podría ocurrir y darle la solución del caso a través del correo corporativo y también por la página web de la empresa. Se buscará con ello un trato más personalizado para lograr conseguir que los clientes se sientan con mayor confianza.</p>

**Fuente:** Elaboración Propia

- **Actividades de apoyo**

**Tabla 20: Actividades de Apoyo de la empresa Calmur S.A.C**

<b>INFRAESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN</b>
<p>La organización estará conformada por la Junta General de Accionistas, Gerente General, Asistente de Logística y Asistente Comercial, estará ubicado en el distrito de Puente Piedra, cada área se encontrará adecuada correctamente con respecto a la iluminación, equipos mobiliarios, útiles de oficina y todo lo que se necesita para llevar a cabo las actividades de la empresa.</p>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>
<p>La empresa no contará con un área específica de Recursos Humanos, pero a pesar de ello, esta función se encontrará a cargo del Gerente General, quien se encargará de realizar la selección del personal, su respectiva capacitación y crear un adecuado clima laboral en la empresa, cumpliendo con todo lo que respecta a las obligaciones del régimen laboral en la que se encuentra la organización.</p>
<b>COMPRAS</b>
<p>La materia prima que requiere la empresa es la caigua fresca, la cual se va a adquirir de la empresa SEPAR E.I.R.L., quien tiene sus instalaciones ubicadas en Av. Francisco Solano 290, San Carlos, Huancayo, Junín., La maquila estará a cargo de Art Pack Perú S.A.C., ubicado en Av. Marisca Eloy Ureta N° 475 San Luis, Lima. Adicionalmente la empresa tomará en cuenta dos opciones más como plan de contingencia para estas dos empresas en caso se requiera ampliar el requerimiento y las mismas no puedan cumplir con el abastecimiento, a continuación se detallan:</p> <p style="text-align: center;"><b>Proveedores de materia prima:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luz Alfa E.I.R.L, con RUC 20600444337, ubicado en Cl. Emilio Althaus 163 Alt 15 Arequipa, Lince – Lima.</li> <li>• Unión Farmacéutica Nacional UNIFARM, con RUC 20600444337, ubicado en Jirón Napo 15082, Breña, Lima</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Proveedores de maquila:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peruvian nature S&amp;S S.A.C., con RUC 20502203461, ubicado en Las Gardenias Mz A. I Lote. 12 Urb. Praderas De Lurín (Alt. Km. 40 Antigua Panamericana Sur) Lima- Lurín Clara.</li> <li>• A&amp;b S.A., con RUC 20109851371, ubicado en Prolongación Cangallo Nro. 1230 Lima - Lima - La Victoria.</li> </ul> <p>Finalmente se menciona que la empresa Calmur S.A.C. se encargará de realizar una continua inspección al producto antes de ser trasladada a la empresa que realizará la maquila, esto se llevará a cabo por el asistente de control de calidad que viene a ser el Ingeniero de Industrias Alimentarias.</p>

**Fuente:** Elaboración propia

- **Valor agregado**

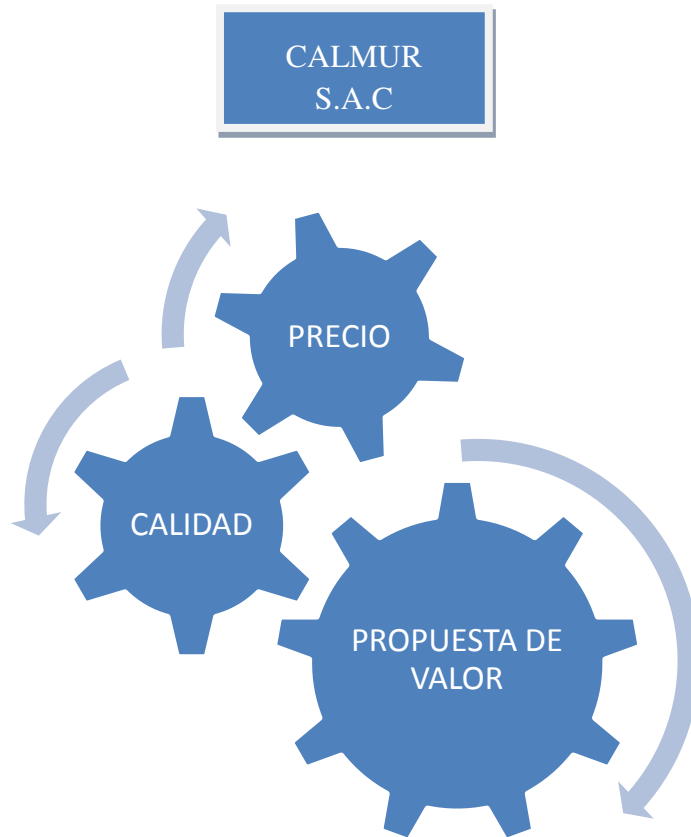
Posterior al análisis realizado durante el proceso de la cadena de valor, la empresa Calmur S.A.C. presenta como valor agregado lo siguiente:

- ✓ **Calidad:**

Este es un punto importante para todas las partes vinculadas al plan, desde la empresa exportadora, la empresa importadora hasta el cliente final. La empresa Calmur S.A.C. se encargará que el producto llegue en óptimas condiciones por toda esa cadena de distribución, manteniendo su valor nutricional, hidratado, con un buen PH balanceado y un continuo control de calidad.

- ✓ **Precio:**

De acuerdo al análisis de mercado que se ha realizado la caigua es un producto existente en un mercado existente y la estrategia que se utilizara es la penetración de mercado, que significa ingresar al mercado con precios bajos. El método de fijación de precios que se va a utilizar es en base a los costos y en base a la competencia. Por lo tanto, la empresa trabajará con un margen de ganancia para obtener un precio por debajo de la competencia.



**Figura 8 Valor agregado del Producto**

**Fuente:** Elaboración Propia

### **3.1.3 Ficha Técnica Comercial**

Según SIICEX, s.f., la ficha técnica es el documento que permite medir costos, rentabilidad, factibilidad, sostenibilidad, datos suficientes para tomar decisiones de desarrollo de actividades de exportación hacia mercados nuevos y ya formados.



A continuación se muestra la ficha técnica comercial para la caigua congelada:

<b>CALMUR VEGETABLE</b>											
											
<b>Partida Arancelaria</b>	<b>0709.99.90.00 LAS DEMÁS HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES), FRESCAS O REFRIGERADAS.</b>										
<b>Nombre Comercial</b>	Calmur Vegetable										
<b>Materia prima</b>	Caigua										
<b>Género</b>	Cucuritaceae										
<b>Zonas de producción</b>	Lima (Lurín), Huaral, Chancay, Cañete, Lambayeque, Ancash, Cajamarca, Arequipa, entre otros.										
<b>Presentación</b>	Contiene 5 unidades de caigua congelada de 453gr (1lb) por cada bolsa.										
<b>Envase</b>	El envase del producto será de 453gr (1 lb), en bolsa de polietileno de alta barrera, biodegradable, con una película coextruida de siete capas compuesta por pigmentos, polímeros de barrera, PEBD + PELBD y resinas adhesivas.										
<b>Composición</b>	COMPONENTES MAYORES ( grs ): Energía 15.00 ( cal ) Agua 95.00 Proteínas 0.50 Grasas 0.20 Carbohidratos 3.30 Fibra 1.60 Cenizas 1.00 MINERALES ( mgs ): Calcio ( Ca ) 34.00 Fósforo ( P ) 43.00 Hierro ( Fe ) 0.90 VITAMINAS ( mgs ): Retinol ( mcg ) 9.00 Tiamina 0.02 Riboflavina 0.02 Niacina 0.17 Acido Ascórbico reducido 11.40										
<b>Beneficios</b>	Suplemento alimenticio Antidiabético y diurético, reduce el colesterol.										
<b>Modo de envío</b>	Transporte marítimo Unidades por caja: 16 Peso por unidad: 453gr (1lb) Contenedor: Reefer 20"										
<b>Tiempo de duración</b>	2 años (-24°C)										
<b>Principales mercados</b>	Estados Unidos, Canadá y Chile.										
<b>Ventana comercial:</b>											
<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Investigación del mercado objetivo

Para la elección del mercado objetivo, se realizó una búsqueda en portales web como SUNAT, SIICEX, TRADE MAP, de donde se obtuvo información nacional e internacional de la partida 0709999000.

**Tabla 21: Importación internacional a nivel mundial de la partida 070999**

**(Expresado en miles de dólares)**

<b>Importadores</b>	<b>Valor importada en 2013</b>	<b>Valor importada en 2014</b>	<b>Valor importada en 2015</b>	<b>Valor importada en 2016</b>	<b>Valor importada en 2017</b>
<b>Alemania</b>	217527	233914	240076	255471	287795
<b>Estados Unidos de América</b>	206131	226454	238637	227827	276209
<b>Reino Unido</b>	203156	224757	219581	209017	217073
<b>Francia</b>	211258	196421	189961	184410	201937
<b>Somalia</b>	73	216475	200278	197843	183368
<b>Países Bajos</b>	92756	76595	83890	101372	163522
<b>Canadá</b>	145679	138718	136372	135495	149780
<b>Bélgica</b>	71189	61933	60523	75477	95169
<b>Austria</b>	66431	75215	63594	69253	87379
<b>Emiratos Árabes Unidos</b>	87622	105174	116338	110513	83351
<b>Suiza</b>	73969	66699	65669	64342	69612

**Fuente:** (TradeMap, 2017)

Como se observa en la tabla anterior, Alemania es el país que registra mayor importación de la partida 070999 desde el año 2013 USD \$ 217,527.00 y para finalizar el año 2017 con USD \$ 287,795.00. También se observan países importadores como Estados Unidos, Reino Unido y Francia que el nivel de importación en términos monetarios no varía mucho a comparación de Alemania. Esto significa que hay varios mercados atractivos para el producto, estos son países tienen una economía estable y desarrollada.

**Tabla 22: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 0709999000****(Expresado en miles de dólares)**

<b>Importadores</b>	<b>Valor exportada en 2012</b>	<b>Valor exportada en 2013</b>	<b>Valor exportada en 2014</b>	<b>Valor exportada en 2015</b>	<b>Valor exportada en 2016</b>
<b>Estados Unidos de América</b>	528	613	451	541	406
<b>Países Bajos</b>	0	0	0	0	8
<b>Italia</b>	0	3	1	1	2
<b>España</b>	16	1	9	0	2
<b>Canadá</b>	44	0	46	0	1
<b>Chile</b>	5	8	2	0	1
<b>República Checa</b>	1	0	0	2	0
<b>Ecuador</b>	0	0	0	20	0
<b>Francia</b>	0	0	3	0	0
<b>Japón</b>	1	0	0	0	0
<b>Panamá</b>	32	52	50	21	0
<b>Reino Unido</b>	0	3	0	0	0

**Fuente:** (TradeMap, Exportaciones peruanas , 2017)

En la tabla anterior, se puede visualizar que el principal mercado al que se exporta la partida 0709999000 es a Estados Unidos, con una gran diferencia en comparación de los siguientes países, el que le sigue es Países Bajos, donde se puede observar que a partir del 2016 se empezó a exportar, posteriormente se encuentra Italia y España. Con respecto al mercado principal que es Estados Unidos, como se visualiza si bien es cierto hubo una baja, los montos exportados siguen siendo de volumen monetario muy significativo en los 5 años, siendo así una oportunidad de negocio para la exportación de caigua congelada.

**Tabla 23: Exportaciones peruanas del año 2017 para la partida 0709999000**

(Expresado en miles de dólares)

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto(Kilos)	Porcentaje FOB
US - UNITED STATES	309,595.41	90,250.108	106,473.583	45.68
CA - CANADA	303,154.80	62,429.541	74,960.180	44.73
CL - CHILE	32,823.02	63,820.467	66,103.189	4.84
NL - NETHERLANDS	23,215.52	4,510.014	5,539.323	3.43
IT - ITALY	2,983.91	1,435.062	1,604.488	0.44
ES - SPAIN	2,620.34	1,075.630	1,162.960	0.39
TW - TAIWAN, PROVINCE OF CHINA	2,090.00	452.685	532.369	0.31
CH - SWITZERLAND	778.22	413.503	436.277	0.11
AE - UNITED ARAB EMIRATES	164.40	44.583	47.405	0.02
HK - HONG KONG	125.00	5.000	5.315	0.02
FR - FRANCE	100.05	20.000	23.648	0.01
GR - GREECE	81.50	14.500	18.305	0.01
AW - ARUBA	9.45	4.500	4.975	0.00
DE - GERMANY	1.00	22.000	25.000	0.00
LOS DEMAS - LOS DEMAS	0.00	0.000	0.000	0.00
<b>TOTAL - TOTAL</b>	<b>677,742.62</b>	<b>224,497.593</b>	<b>256,937.017</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** (TradeMap, Exportaciones peruanas , 2017)

Como se muestra en la tabla anterior, las exportaciones peruanas para el año 2017 de la partida 0709999000 siguen teniendo a Estados Unidos como principal mercado de destino, pero a diferencia de los años anteriores, se exportó en mayor cantidad para los mercados de Canadá y Chile, siendo también mercados muy atractivos para el producto de la empresa Calmur S.A.C.

Es por ello que en base a la información extraída de CIA, SUNAT, CESCE, SIICEX y MACMAP, se evaluará estas tres alternativas para seleccionar el mercado de destino según evaluación de criterios mostrados en la siguiente tabla.

**Tabla 24 Criterios para la selección del mercado**

<b>Criterios</b>	<b>Peso relativo</b>	<b>Estados Unidos</b>	<b>Valor</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Canadá</b>	<b>Valor</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Chile</b>	<b>Valor</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Población 2017</b>	9%	326,625,791	5	0.45	35,623,680	4	0.36	17,789,267	3	0.27
<b>PBI - per cápita 2017</b>	16%	\$59,500	4	0.64	\$48,100	3	0.48	\$24,600	2	0.32
<b>Demanda - Importación valor 2017</b>	17%	309,595.41	5	0.85	303,154.80	4	0.68	32,823.02	2	0.34
<b>Riesgo país (confianza)</b>	17%	Economía interna: Favorable/ Situación política: Muy estable / Economía Externa: Favorable	4	0.68	Economía interna: Favorable / Situación política: Muy estable / Economía Externa: Favorable	4	0.68	Economía interna: Favorable / Situación política: Muy estable / Situación Externa: Favorable	4	0.68
<b>Inflación 2017</b>	8%	2.10%	3	0.24	1.60%	4	0.32	2.30%	2	0.16
<b>Acuerdos comerciales</b>	9%	Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ- EE.UU.	3	0.27	Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá	3	0.27	Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Chile	3	0.27
<b>Barreras arancelarias</b>	8%	20.00%	2	0.16	0%	5	0.4	6%	3	0.24
<b>Preferencias arancelarias</b>	8%	0%	5	0.4	no existe	5	0.4	0%	5	0.4
<b>Barreras no arancelarias</b>	8%	alta exigencia	3	0.24	exigencia regular	4	0.32	alta exigencia	3	0.24
<b>Total</b>	100%			<b>3.93</b>			<b>3.91</b>			<b>2.92</b>

**Fuente:** Elaboración en base a CIA, SUNAT, CESCE, SIICEX, MACMAP

De acuerdo a la evaluación realizada en la tabla anterior, donde se analizó en base a algunos criterios, la mejor opción como mercado de destino para el producto de la empresa Calmur S.A.C. fue el país de Estados Unidos. En primero lugar porque es un país con bastante demanda en comparación con los demás, también tiene una gran población a donde la empresa Calmur S.A.C. puede dirigirse, tiene una economía estable, un alto ingreso per cápita, y por último se resalta el acuerdo comercial entre el Perú y dicho país.

En conclusión, se obtiene como resultado final que el macro mercado objetivo es el país de Estados Unidos con un puntaje de 3.93.

### **3.2.1 Segmentación del mercado objetivo**

#### **3.2.1.1 Segmentación de mercado objetivo macro**

##### **Estados Unidos**

Actualmente, este país se encuentra con un crecimiento económico moderado y se encuentra atravesando por algunas reformas fiscales que beneficia a su economía, por ende, sigue siendo uno de los países más atractivos para la inversión extranjera.

##### **Estructura política**

Estados Unidos es una república presidencial, ya que tiene un presidente ejecutivo el cuál es elegido por un sufragio universal en dicho país. También tiene un Congreso y un Senado. Este país tiene una sólida estructura federal.

##### **Finanzas del gobierno**

Actualmente, Estados Unidos tiene una deuda por 20 900 millones de dólares, que pertenece al 2017, siendo invertidos en gastos de salud con 25% del total del gasto público, seguido del gasto de seguridad social y bienestar con 20,6%. El déficit presupuestario para el 2016 aumentó a 5% del PBI después de que los legisladores hicieran permanentes algunos créditos fiscales.

## **ECONOMÍA**

### **Estructura económica y principales industrias**

Estados Unidos es un país que exporta alimentos procesados en su mayoría. La agricultura en este país representa solo un pequeño porcentaje del PBI y la productividad es lo principal para el crecimiento de este sector.

Por otro lado, se tiene al sector manufactura que contribuye con el 11.6% del PBI.

Las industrias con mayor contribución son las de telecomunicaciones, aeroespacial, productos químicos, eléctrico y computadoras.

Se espera un crecimiento de 2% a 2.5% para el sector en general en al menos un par de años.

### **Visión general de la economía**

Actualmente, se está atravesando por un cambio político donde beneficia a las grandes empresas del país, recortando la tasa de impuesto de sociedades de 35% a 21%. Pero la durabilidad de esta reducción no está clara, ya que puede perjudicar a mediano plazo obteniendo un déficit fiscal.

Por lo tanto, los beneficios de la reforma tributaria podrían desaparecer en solo unos pocos años.

### **Comercio Exterior**

Actualmente, el mercado no depende de las exportaciones, ya que representa solo un 8% del PBI en el 2017. Las exportaciones fueron de 6,3% y se pronostica un crecimiento al 2018.

Los principales destinos en el 2017 fueron América Latina (25,4%), Asia Pacífico (27,4%), Canadá (18,3%) y la Unión Europea (18,4%). Estos mercados representaron el

89,5% de las exportaciones totales en 2017. Las máquinas y los equipos eléctricos representaron el 23,9% de todas las exportaciones en 2017.

### **Perspectivas Económicas**

Se espera que la economía de Estado Unidos se expanda más este año, aumentando el PBI real a 2,5%, siendo impulsores las exportaciones y la inversión empresarial.

Se tiene un sólido mercado de trabajo y los salarios se encuentran en constante aumento.

El desempleo se está reduciendo ya que el aumento de empleos está aumentando cada vez más por algunas reformas establecidas en el país.

### **Población**

La población al año 2017 se encontró en 326 millones, con una edad media de 38 años. La sociedad estadounidense está envejeciendo a un ritmo moderado, pero se ve amortiguado por el flujo constante de inmigrantes. (Euromonitor, 2018)

### **Intercambio Comercial Perú Estados Unidos**

**Tabla 25 Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2016 Ene-Dic**

**(Expresado en miles de dólares)**

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Exportaciones Totales</b>	6,258	7,774	6,173	5,026	6,186
<b>Importaciones Totales</b>	7,531	8,347	8,330	7,373	6,6673
<b>Balanza Comercial</b>	-1,273	-573	-2,158	-2,347	-487

**Fuente:** (Adex Data Trade, 2017)

Como vemos en el cuadro anterior, durante los años 2012 hasta el 2016 el Perú ha tenido un constante intercambio comercial con Estados Unidos, tanto en importación como en exportación en montos variables cada año.



**Tabla 26 Relación Comercial Perú – Estados Unidos**

(Expresado en miles de dólares)

	Exportación			Importación		
	Total	Tradicional	No Tradicional	Total	Tradicional	No Tradicional
<b>Posición</b>	2°	2°	1°	2°	1°	2°
<b>Principales Sectores</b>	-	Minería Tradicional	Agropecuario y agroindustrias	-	Petróleo y gas natural	Metal-mecánico Químico

Fuente: (Adex Data Trade, 2017)

En el cuadro anterior se puede observar que en exportaciones se tiene en primer lugar el sector Agropecuario y agroindustrial con productos no tradicionales y en segundo lugar la minería tradicional. Por otro lado, en las importaciones a Perú de los Estados Unidos tenemos en primer lugar como producto tradicional el Petróleo y el gas natural y en segundo lugar a productos no tradicionales del sector Metal-mecánico y químico.

### 3.2.1.2 Segmentación de mercado objetivo micro

Luego de la evaluación en base a criterios específicos y obteniendo a Estados Unidos como país de destino del producto de caigua congelada, a continuación se evaluará de manera detallada los estados de dicho país, identificando el más resaltante para seleccionar el mercado objetivo.

**Tabla 27 Principales Estados y número de habitantes de Estados Unidos**

Nombre	Población
Los Ángeles	17.718.858
Nueva York	16.713.992
Chicago	9.655.015
San Francisco	6.989.419
Houston	6.519.358
Miami	5.805.883
Washington DC	6.022.391
Atlanta	4.762.159
Dallas	4.547.218
Filadelfia	4.066.064
Phoenix	4.163.445
Detroit	3.801.161
Boston	3.684.250
Minneapolis	3.496.061

Fuente: (OCDE, 2014)

Como se puede observar en la tabla anterior entre los 3 principales Estados se encuentra Los Ángeles con más de 17 millones de habitantes, seguido de New York con más de 16 millones y Chicago con 9.6 millones. Estas 3 ciudades son las que poseen un mayor número de habitantes entre todas las demás.

**Tabla 28 Importaciones de las ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 0709999000 por aduanas**

(Expresado en dólares)

HTS Number	District	2013	2014	2015	2016	2017	Percent Change 2016 – 2017
		In 1,000 Dollars					
709999000	Laredo, TX	40,010	41,140	42,241	45,288	57,801	27.60%
709999000	San Diego, CA	23,079	29,317	32,327	29,918	39,657	32.60%
709999000	Nogales, AZ	25,998	25,131	28,869	30,567	30,173	-1.30%
709999000	New York, NY	3,451	2,964	3,330	3,606	4,309	19.50%
709999000	Ogdensburg, NY	3,769	2,950	3,851	4,194	4,151	-1.00%
709999000	Miami, FL	3,674	3,574	3,471	3,727	4,004	7.40%
709999000	Los Angeles, CA	1,418	1,551	2,053	2,055	2,875	39.90%
709999000	Buffalo, NY	1,890	1,872	2,714	2,056	2,360	14.80%
709999000	St. Albans, VT	2	61	201	141	560	297.90%
709999000	Washington, DC	262	250	270	423	519	22.70%
709999000	Detroit, MI	26	51	104	344	414	20.40%

Fuente: (USITC, 2018)

Como se puede observar en la tabla anterior, las ciudades con mayor importación de la partida 07099990 son las ciudades de Laredo, TX; San Diego, CA.; Nogales, AZ. y New York, NY.; donde se puede observar que de los 4 a excepción de Nogales, AZ., se ha incrementado de manera anual el monto de las importaciones de dicha partida.

**Tabla 29 Importaciones de ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 07099990 por aduanas**

**(Expresado en Kilogramos)**

HTS Number	Quantity Description	District	2013	2014	2015	2016	2017	Percent Change 2016 - 2017
			In 1,000 Units of Quantity					
709999000	kilograms	Laredo, TX	65,227	66,725	68,519	70,413	81,815	16.20%
709999000	kilograms	San Diego, CA	32,630	36,849	33,997	31,064	39,633	27.60%
709999000	kilograms	Nogales, AZ	19,553	16,073	20,189	19,612	21,407	9.20%
709999000	kilograms	Los Angeles, CA	3,224	3,112	3,527	3,435	4,641	35.10%
709999000	kilograms	Miami, FL	3,791	3,603	2,839	3,274	2,963	-9.50%
709999000	kilograms	Ogdensburg, NY	1,745	1,600	1,943	2,273	2,384	4.90%
709999000	kilograms	New York, NY	1,058	1,084	1,117	1,144	1,865	21.20%
709999000	kilograms	Buffalo, NY	495	483	695	579	696	20.20%
709999000	kilograms	Detroit, MI	23	38	57	260	301	15.80%
709999000	kilograms	St. Albans, VT	1	28	91	85	273	223.00%
709999000	kilograms	El Paso, TX	154	207	206	203	259	27.60%
709999000	kilograms	Washington, DC	26	21	29	49	56	14.00%

**Fuente:** (USITC, 2018)

En la tabla anterior, se puede resaltar que entre las principales ciudades a considerar como posibles mercados objetivos son Los Ángeles, Laredo y New York con un aumento en las importaciones de 35.10%, 16.20% y 21.20% respectivamente.

Es por ello que a continuación se realizará una evaluación de las tres ciudades para determinar en base a criterios objetivos la selección del destino final de las exportaciones de la empresa Calmur S.A.C.

**Tabla 30 Información de las 3 principales ciudades**

Indicadores	New york, NY	Laredo, TX	Los Ángeles
<b>Población</b>	8,461,961	251,671	3,918,872
<b>Edades (20- 54 años)</b>	4,404,988	115,588	2,090,737
<b>Población empleada de (16 - a más)</b>	6,859,795	175,048	3,168,540
<b>Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000) anual</b>	719,603	22,869	319,286
<b>Ingreso Per cápita</b>	34,099	15,956	29,878
<b>Demanda (Kg) partida 0709999000</b>	1,865	81,815	4,641

**Fuente:** (Census Bureau, 2017)

**Tabla 31 Criterios de selección del mercado**

**Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno**

INDICADOR ES	NIVEL DE IMPORTANCIA	NEW YORK	PUNT AJE	Laredo, TX	PUNT AJE	Los Ángeles	PUNT AJE
<b>Población</b>	12%	4	0.48	2	0.24	3	0.36
<b>Edades (20- 54 años)</b>	13%	5	0.65	3	0.39	4	0.52
<b>Población empleada de (16 a más)</b>	15%	4	0.60	2	0.30	3	0.45
<b>Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000) anual</b>	20%	5	1.00	2	0.40	3	0.60
<b>Ingreso Per cápita</b>	20%	5	1.00	2	0.40	3	0.60
<b>Demanda</b>	20%	2	0.40	5	1.00	3	0.60
<b>Total</b>	100%		4.13		2.73		3.13

**Fuente:** (Census Bureau, 2017)

En la tabla anterior se analizó de una manera más específica 3 mercados particulares de Estados Unidos, de los cuales New York obtuvo un mayor puntaje por variables como población, Ingreso por hogares de (35,000-\$1000,000) anual e ingreso per cápita.

## **New York**

### **Introducción**

El Estado de New York está ubicado al noreste de Estados Unidos, las ciudades consideradas más importantes son New York, Búfalo, Rochester, Yonkers, Siracusa y su capital Albany.

El área metropolitana de la ciudad de New York (New York, Newark, Jersey City) es la primera por PBI en los Estados Unidos, lo que convierte a esta ciudad en un gran atractivo de comercio.

Por otro lado, el Estado de New York cuenta con el 18,5% la de población de origen latino, y en la ciudad de New York se encuentran 28.8% de este total. (Census Bureau, 2017)

### **Geografía**

El Estado de New York tiene una dimensión de 141,299 Km<sup>2</sup>. Se encuentra dividida en 62 condados. Con respecto a los límites, se encuentra a New Jersey y Pensilvania por el sur; los lagos Erie y Ontario por el oeste; Connecticut, Vermont, Massachusetts y el Océano Atlántico por el este y con Canadá por el norte.

### **Clima**

El clima en este Estado registra un ambiente húmedo, a su vez, es un clima cambiante debido a las grandes masas de agua que lo rodean por parte del Océano Atlántico y los lagos Erie y Ontario.

La temperatura varía en cada parte de dicho Estado, en lo que respecta a la ciudad de New York la temperatura oscila en unos 21 a 27°C como temperaturas máximas y hasta los -12°C como temperatura mínima aproximadamente.

## **Infraestructura (puertos y aeropuertos)**

- **Aeropuertos**

Con respecto a los aeropuertos, el Estado de New York cuenta con 129 aeropuertos públicos y 267 privados.

Entre el que destaca más encontramos al John F. Kennedy International Airport en la ciudad de New York.

- **Puertos**

Con respecto a la infraestructura marítima, el principal puerto del Estado es el de New York, Los Ángeles y el de New Jersey.

## **Estructura económica**

De acuerdo a los datos publicados por el Departamento de Comercio de Estados Unidos (Bureau of Economic Analysis) en el año 2015 el PBI real del Estado de New York fue de 1.280.165 millones de dólares, un 7,8% del PBI nacional.

Con respecto al crecimiento económico del Estado fue de 1.2% del total de 2,4% a nivel nacional. Siendo este Estado el 3ero por orden de PBI en los Estados Unidos.

**Tabla 32 Medición de mercado objetivo**

Descripción	2018
Población de Estados Unidos	326,625,791
% poblacional	6.03%
Estado de New York	19,697,457
% Ciudad de New York	42.96%
Ciudad de New York	8,461,961
% Población de edades de 20 a 54 años	22.36%
Mercado disponible de 20-54 años (n)	4,404,988
Consumo per cápita anual ( Kg)	0.2
Demanda potencial (Kg) (Q)	880,997.60
Importación (Kg)	1,865,000
Exportación (Kg)	680,243
Demanda Insatisfecha	2,065,755
Cuota de mercado %	2.05%
Cantidad a exportar (Kg)	42270.34

**Fuente:** Census Bureau, USITC, USDA, 2017

Como se visualiza en la tabla anterior, la población del Estado New York representa el 6.03% del total de la población Estados Unidos lo cual es muy favorable para la venta del producto, asimismo la ciudad de New York representa el 42.96% del Estado de New York, además el 22.36% de esta población son personas entre los 20 a 54 años de edad en los cuales estaría enfocado el público objetivo de la empresa Calmur S.A.C.

Se analizará a la demanda potencial para conocer a cerca del perfil de dicho mercado y poder desarrollar de una manera más específica las estrategias para su acceso.

Con la información de la tabla anterior se puede obtener la demanda potencial del mercado que se muestra a continuación:

$$Q = n * q$$

**Dónde:**

**Q:** Demanda potencial del mercado

**n:** Mercado disponible

q: Consumo per cápita

**Tabla 33 Demanda potencial del producto**

Mercado disponible de 20-54 años (n)	4,404,988
Consumo per cápita anual (Kg) (q)	0.2
Demanda potencial (Kg) (Q)	880,997.60

**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede visualizar en la tabla anterior, se muestra el total de mercado disponible que viene a ser las personas entre 20 a 54 años que son las que se encuentran generalmente en busca del cuidado de su salud ya sea por alguna enfermedad o por motivos estéticos. Se muestra, a su vez, el consumo per cápita que viene a ser cuánto consume cada persona, en este caso es 0.20 Kg de caigua congelada por año y se obtiene como resultado que la demanda potencial es de 880,997.60 Kg.

En teoría, ésta sería la cantidad estimada de la demanda potencial de la caigua congelada en la ciudad de New York, es decir con ello se puede indicar un aproximado del crecimiento del mercado para la empresa Calmur S.A.C.

En resumen, a continuación se muestra datos específicos sobre el mercado y la demanda desde un punto de vista micro de la ciudad de New York.

**Tabla 34 Demanda potencial de caigua congelada en la ciudad de New York**

Mercado disponible de 20-54 años (n)	<b>4,404,988</b>
Consumo per cápita anual ( Kg)	0.2
Demanda potencial (Kg) (Q)	880,997.60
Importación (Kg)	1,865,000
Exportación (Kg)	680,243
Demanda Insatisfecha	2,065,755
Cuota de mercado %	2.05%
Cantidad a exportar (Kg)	42270.34

**Fuente:** Census Bureau, USITC, USDA, 2017



En la tabla anterior se muestra que la demanda insatisfecha es de 2, 065,755 Kg, para hallar dicho monto se suma a la demanda potencial las importaciones de la partida del producto y se le resta las exportaciones. Calculada la demanda insatisfecha se calculará la cantidad a exportar de la empresa Calmur S.A.C. y para el primer año tendrá una cuota de mercado del 2.05% en base a la capacidad económica de la empresa, la capacidad económica y financiera y por la capacidad de abastecimiento del proveedor.

### **Distribuidores**

En New York se encuentran distribuidores de alimentos naturales, entre los más representativos están:

**Tabla 35 Empresas distribuidoras de alimentos naturales**

<b>Compañías</b>	<b>Dirección</b>
Houston Village Farm	61 1st Ave Nueva York, NY 10003
Spice Corner	135 Lexington Ave, Nueva York, NY 10016

**Fuente:** (YellowPages, 2018)

En el cuadro anterior se muestra a otros distribuidores de alimentos naturales en la ciudad de New York que podrían ser alternativas adicionales para la empresa Calmur S.A.C. con respecto a la distribución de su producto.

### **3.2.2 Tendencias de consumo**

#### **Perfil del Consumidor**

Lo que se conoce a cerca de los estadounidenses, es que son personas dispuestas a experimentar el consumo de productos novedosos que le aporten algún beneficio, sobre todo a su salud. A su vez, son personas exigentes, ya que se informan muy bien a cerca de todo lo que consumen y también acerca de sus derechos como consumidores, es por ello que dicho país tienen unas exigencias muy rigurosas para la entrada de alimentos a su mercado. Por otro lado, tienen una gran preocupación con respecto al cuidado del medio ambiente.

Al ingreso de un producto novedoso y/o exclusivo, lo que en su mayoría valoran, es la calidad antes que el precio y también el servicio post venta que se le pueda brindar por ejemplo una atención y solución de forma rápida a algún reclamo presentado por algún defecto del producto y/o servicio. También la presentación del producto es una pieza fundamental para llamar la atención del consumidor estadounidense. (PROMPERU, Guía de Mercado de Estados Unidos, 2015)

### **Mercado de Verduras - Hortalizas**

Se ha validado una creciente tendencia con respecto a la salud y bienestar de los estadounidenses, priorizando los alimentos saludables con beneficios a su calidad de vida, como son las verduras y hortalizas.

Una encuesta reciente, realizada por Pew Research Center en Estados Unidos, confirmó que el 54% de las personas que fueron encuestadas prestan más atención ahora a la ingesta de alimentos saludables que hace 20 años.

Por otro lado, la Organic Trade Association dio a conocer que los mayores consumidores de verduras y hortalizas que representarían el 52% se encuentran entre las edades de 23 a 37 años.

En cuanto a la compra de dichos productos, actualmente son más las parejas que comparten la responsabilidad de adquirir los alimentos para el hogar; es decir, ya no solamente son las mujeres quienes asumen automáticamente el papel de compradoras principales de dichos productos.

### 3.3 Análisis de la Oferta y la Demanda

#### 3.3.1 Análisis de la oferta

En este punto se evaluará toda la oferta exportable de la partida 070999 a nivel mundial, para ello se evaluará específicamente los países que exportan dicha partida que se muestra a continuación:

**Tabla 36 Principales países exportadores de la partida 070999 a nivel mundial**

(En miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
China	181517	255441	295160	357984	442887
Países Bajos	226750	202649	230552	295979	375474
Italia	343447	340970	314291	339396	371847
México	163584	177896	192857	201770	249344
Etiopía	0	258842	251483	256801	241298
Estados Unidos de América	160647	150606	151704	147442	163023
Francia	166430	143268	134153	127445	134616
India	65274	88364	101401	110770	90744
España	70206	90577	92881	94680	89449
Tailandia	63264	69223	71759	78507	72537
Perú	844	670	1208	434	1056

**Fuente:** (TradeMap, Exportaciones, 2018)

En la tabla anterior, se puede observar la oferta que tiene la partida 070999 a nivel mundial. Entre los principales países están China, Países Bajos e Italia con su tendencia de exportación de forma creciente.

Por otro lado, el mercado Norteamericano también ha tenido un alza en el 2017 a comparación de otros años anteriores.

Para los dos primeros países el incremento en los 5 años ha sido más que el 50%, lo que avala el aumento del consumo de dicha partida en varios países del mundo.

A continuación, se muestra los principales países que exportan a nivel mundial la partida 070999 en toneladas.

**Tabla 37 Principales países exportadores de la partida 070999 a nivel mundial**

(En toneladas)

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada
<b>China</b>	450671	437646	422910	414243	441135
<b>México</b>	256183	282502	279308	288881	360535
<b>Italia</b>	160072	167821	165940	180764	161997
<b>Países Bajos</b>	74001	82250	83939	113432	143123
<b>Estados Unidos de América</b>	132045	122065	122777	119198	131586
<b>India</b>	71160	101609	112528	138334	115518
<b>España</b>	48181	57492	73971	72224	68141
<b>Bélgica</b>	13682	24822	33289	34352	59189
<b>Francia</b>	59234	51229	58973	56781	53540
<b>Perú</b>	389	332	997	147	733

**Fuente:** (TradeMap, Exportaciones, 2018)

En la tabla anterior se muestra los principales países exportadores, entre los que se encuentran China en primer lugar, México e Italia. El Perú a comparación de los demás países exporta en pequeñas cantidades.

### **Oferta nacional Perú a nivel mundial**

En la siguiente tabla se resume las exportaciones del Perú de la partida 0709999000 a nivel mundial, donde se puede visualizar que en primer lugar se tiene al país de Estados Unidos, seguido de Chile con una gran diferencia en cantidad exportada.

**Tabla 38 Total de exportaciones peruanas de la partida 070999 a nivel mundial**

(En Kilogramos)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada
Estados Unidos de América	131263	188705	148755	165469	125698
Chile	48217	80931	12095		3158
Países Bajos					1783
Italia		733	510	672	1678
España	7968	402	3763		711
Canadá	30162		22880		120
Japón	346				
República Checa	40			123	
Ecuador				26200	
Francia			1029		
Reino Unido		870			
Panamá	6035	8846	7503	3320	

**Fuente:** (TradeMap, Exportaciones, 2018)

Posteriormente, a la evaluación de los principales exportadores a nivel mundial de la partida 070999 y las exportaciones peruanas a nivel mundial de la misma partida, se procederá a detallar las empresas nacionales que exportan dicha partida.

**Tabla 39 Empresas peruanas que comercializan la partida 070999 a nivel mundial**

Empresa	% Var 17-16	% Part. 17
COUNTRY HOME SA	171%	66%
GREEN VEGETABLES & FLOWERS S.A.C.	-30%	23%
FUNDO LA NORIA SOCIEDAD ANONIMA C...	--	4%
INCA INVEST SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	197%	3%
HANALEI S.A.C	15%	2%
BIO FRUTOS S.A.C.	--	1%
NATURAL HEALTH FOODS S.A.C.	440%	0%
NATURAL VALLE S.A.C.	--	0%
MECAINNOVA SOCIEDAD ANONIMA CERRA...	--	0%
Otras Empresas (14)	--	0%

**Fuente:** (Superintendencia Nacional de Administracion Tributaria y Aduanera, 2017)

En la tabla anterior se muestra las principales empresas exportadoras de la partida 070999, donde se tiene con el 66% de participación a Country Home S.A. seguido a Green Vegetables & Flowers S.A.C. con apenas el 23%.

A continuación, se especifica a las principales empresas del Perú que exportan específicamente a país de Estados Unidos.

**Tabla 40 Principales empresas peruanas que exportan a Estados Unidos la partida 070999**

Razón Social	Suma de US\$ FOB	Suma de Peso Neto (Kg.)	Participación
GREEN VEGETABLES & FLOWERS S.A.C.	157,060.20	52,129.70	49%
COUNTRY HOME SA	147,936.50	34,892.86	46%
HANALEI S.A.C	14,614.01	5,978.46	5%
AMAZONIA MARAVILLA NATURAL DEL PERU S.A.C.	82.00	10.38	0%
<b>Total general</b>	<b>319,692.71</b>	<b>93,011.39</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Adex Data Trade, 2018)

Como se muestra en la tabla anterior, entre las principales empresas que exportan la partida 070999 a los Estados Unidos están Green Vegetables & Flowers S.A.C. con el 49% de participación y Country Home S.A. con el 46%.

### Producción Nacional de la Caigua en toneladas

A continuación, se detalla la cantidad de Caigua producida en el Perú hasta el año 2016

**Tabla 41 Producción de Caigua (TN)**

AÑOS	AMAZONAS	AYACUCHO	CAJAMARCA	HUANUCO	JUNIN	LA LIBERTAD	LAMBAYEQUE	LIMA	LIMA METROPOLITANA	LORETO	PASCO
2014	447	113	481	205	121	433	463	1182	43	680	1743
2015	413	147	495	215	131	403	364	1477	126	775	3429
2016	423	92	486	173	195	232	476	825	129	977	3048

Fuente: (Minagri, 2017)

Como se muestra en la tabla anterior, según la información brindada por el Minagri, la provincia que produce mayor cantidad de caigua es Pasco con 3048 toneladas, seguido Loreto con 977 toneladas y Lima con 825 toneladas. En total en el 2016 se tuvo una oferta nacional de 7053 TN.

**Tabla 42 Superficie cosechada (Ha)**

AÑOS	AMAZONAS	AYACUCHO	CAJAMARCA	HUANUCO	JUNIN	LA LIBERTAD	LAMBAYEQUE	LIMA	LIMA METROPOLITANA	LORETO	PASCO
2014	106	26	253	22	8	38	49	277	6	400	170
2015	97	35	263	23	8	33	44	282	14	438	317
2016	101	22	250	20	12	19	59	154	7	552	278

**Fuente:** (Minagri, 2017)

Como se muestra en la tabla anterior, según la información brindada por el Minagri, la provincia que tiene mayor cantidad de hectáreas cosechadas por la caigua es Loreto con 552 hectáreas, seguido Pasco con 278 hectáreas y Lima.

**Tabla 43 Rendimiento de Caigua (Kg/Ha)**

AÑOS	AMAZONAS	AYACUCHO	CAJAMARCA	HUANUCO	JUNIN	LA LIBERTAD	LAMBAYEQUE	LIMA	LIMA METROPOLITANA	LORETO	PASCO
2014	4201	4346	1905	9213	15125	11391	9449	4267	7167	1699	10254
2015	4234	4200	1884	9451	16375	12405	8273	5238	8979	1768	10816
2016	4180	4182	1945	8872	16250	12562	8068	5357	18457	1770	10963

**Fuente:** (Minagri, 2017)

Como se muestra en la tabla anterior, según la información brindada por el Minagri, la provincia que tiene mayor rendimiento de Kilogramos por Hectáreas cosechadas es Lima metropolitana con 18,457 Kg/Ha., seguido se tiene a Junín con 16,250 Kg/Ha y a Lambayeque con 8,068 Kg/Ha.

**Tabla 44 Precio de la Caigua en chacra (S/. /Kg)**

AÑOS	AMAZONAS	AYACUCHO	CAJAMARCA	HUANUCO	JUNIN	LA LIBERTAD	LAMBAYEQUE	LIMA	LIMA METROPOLITANA	LORETO	PASCO
2014	0.84	0.9	0.79	0.37	1.10	1.44	2.39	0.54	1.4	0.49	0.63
2015	0.86	0.98	0.83	0.38	0.95	1.28	2.35	0.57	1.15	0.51	0.54
2016	0.92	0.79	0.87	0.43	0.90	1.28	2.05	0.53	1.12	0.5	0.61

**Fuente:** (Minagri, 2017)

Como se muestra en la tabla anterior, según la información brindada por el Minagri, la provincia que tiene el precio más alto por Kilogramo de Caigua es Lambayeque con S/. 2.05 seguido se encuentra Junín, con S/. 0.90 y La Libertad con S/. 1.28.

### **Análisis benchmarking**

A continuación, se hará un breve análisis de las empresas peruanas que exportan hacia el mercado de Estados Unidos con la partida 070999, que vendrían a ser los competidores directos de la empresa Calmur S.A.C.

- **Green Vegetables & Flowers S.A.C**

Esta empresa tiene como principal destino a Estados Unidos, con una participación de mercado de 49%.

Entre los principales productos que exporta son cebollín fresco (cebolla china), chervil (perejil), lechugas, entre otros, mediante vía aérea por el aeropuerto de Miami.

- **Country Home S.A.**

Esta empresa tiene una participación de mercado hacia Estados Unidos de 46%, entre sus principales destinos se encuentra Canadá y Estados Unidos.

Entre los principales productos que exporta a Canadá son albahaca, menta, salvia, romero, entre otros, mediante vía aérea por el aeropuerto de Toronto y Vancouver.



Estos mismos productos exportan a Estados Unidos mediante vía aérea por el aeropuerto de Miami.

- **Hanalei S.A.C.**

Esta empresa tiene como principal destino a Estados Unidos, con una participación de mercado de 5%.

El principal producto que exporta a Estados Unidos es la caigua congelada mediante vía marítima por el puerto de New York.

- **Amazonía Maravilla Natural del Perú S.A.C.**

Esta empresa tiene como principal destino a Estados Unidos, con una participación de mercado muy mínima.

El principal producto que exporta es el maíz morado, mediante vía aérea por el aeropuerto de Miami.

### **3.3.2 Análisis de la Demanda**

Para analizar la demanda primero se debe determinar cuál fue la demanda de la partida 0709999000 hacia Estados Unidos en los últimos 5 años. Una vez determinado el histórico, se analiza la tendencia y se obtiene un promedio para luego realizar una proyección en base a dicha tendencia.

#### **Importaciones mundiales**

A continuación, se analizará en la tabla siguiente las importaciones que realiza el mercado norteamericano de la partida 0709999000 donde se encuentra el producto de la caigua congelada, durante los últimos 5 años.

**Tabla 45 Principales importaciones de Estados Unidos de la partida 0709999000**

(En miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017
México	92730	99848	107499	109576	131724
Canadá	5791	5260	7100	7025	7693
Colombia	2466	2698	3709	4200	5510
Costa Rica	2018	2090	2952	3385	4545
China	1656	1559	1553	1293	2194
Honduras	1813	1726	1296	1663	1524
El Salvador	456	507	713	978	1124
República Dominicana	1637	1783	1859	1454	719
Guatemala	870	538	28	204	349
Perú	23	20	3	7	5

Fuente: (TradeMap, 2017)

Como se observa en la tabla anterior México es el primer exportador de la partida 0709999000 en términos monetarios hacia los Estados Unidos con exportaciones ascendentes durante los 5 años, seguido se tiene a Canadá y Colombia también con exportaciones cada vez mayor en cada año.

**Tabla 46 Principales importaciones de Estados Unidos de la partida 0709999000**

(En Kilogramos)

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad importada	Cantidad importada	Cantidad importada	Cantidad importada	Cantidad importada
México	117576973	119635084	122939160	121298020	143201192
China	3427966	3333137	3449324	2969616	4363520
Canadá	2340926	2483671	3014322	3336190	3594692
Honduras	1997289	1951967	1603603	2063729	1838156
Colombia	482738	530580	719897	794142	1024677
Costa Rica	429317	452286	663502	970031	992434
República Dominicana	869552	1021021	937966	771021	436016
El Salvador	64881	56298	70565	124676	102946
Guatemala	767126	456726	6240	44893	55844
Perú	7207	7667	898	4878	1862

Fuente: (TradeMap, 2017)

Como se observa en la tabla anterior México es el primer exportador en términos de cantidad de la partida hacia los Estados Unidos con exportaciones ascendentes durante los 5 años, seguido se tiene a China y Canadá también con exportaciones cada vez mayor en términos de cantidad para cada año.

### Proyección de la demanda

**Tabla 47 Demanda de New York del 2013 - 2017 de la partida 0709999000**

(En Toneladas)

Años	2013	2014	2015	2016	2017
Toneladas	1,058	1,084	1,117	1,144	1,865

Fuente: (USITC , 2017)

**Tabla 48 Métodos de mínimos cuadrados**

X	X	Y	XY	X^2
2013	1	1,058	1058	1
2014	2	1,084	2168	4
2015	3	1,117	3351	9
2016	4	1,144	4576	16
2017	5	1,865	9325	25
Total	15	6268	20478	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal:

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

Variable independiente A y variable dependiente B

B =	167.4
A =	751.4

**Fórmula para proyectar linealmente**

$$Y = a + bx$$

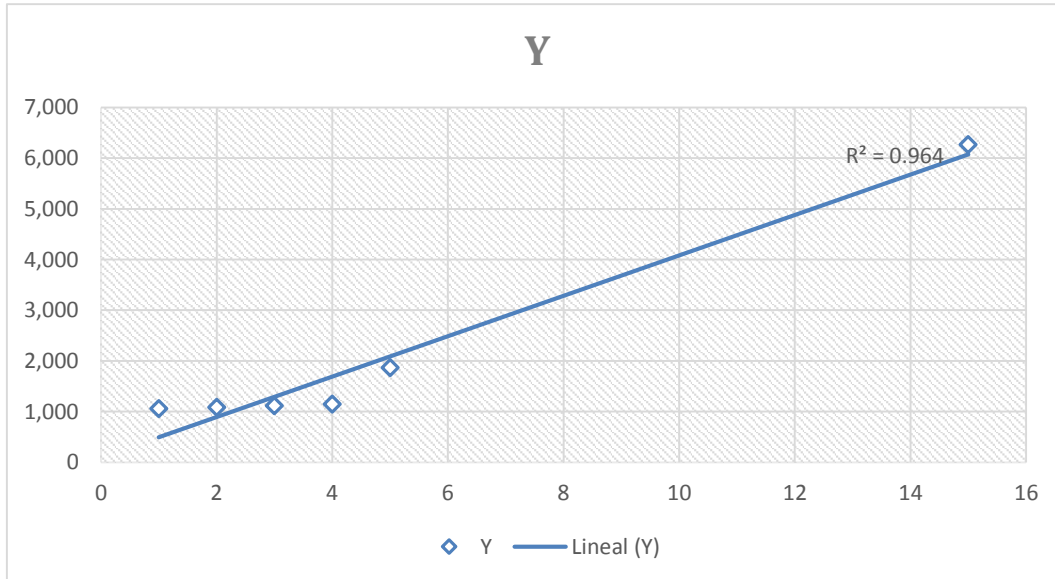
$$Y = 751.4 + 167.4 * x$$

**Tabla 49 Demanda proyectada del mercado**

(En Kilogramos)

2018	2019	2020	2021	2022
1,923	2,091	2,258	2,425	2,593
	8.70%	8.01%	7.41%	6.90%

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 9 Coeficiente de Correlación**

**Fuente:** Elaboración propia

Como se observa en la figura anterior, el  $R^2 = 0.96$ , siendo el monto mayor a 0.85 por lo tanto, dicha regresión es aceptada.

**Tabla 50 Proyección de las exportaciones de la empresa Calmur S.A.C.**

(En Kilogramos)

Años	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Cantidades proyectadas Kg</b>	42,270	43,538	45,280	47,544	50,397
<b>cantidades en cajas</b>	5,832	6,007	6,247	6,560	6,953
<b>cantidades en unidades</b>	93,312	96,111	99,956	104,954	111,251
<b>Tasa de crecimiento</b>		3.00%	4.00%	5.00%	6.00%

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se puede visualizar las proyecciones de la empresa Calmur S.A.C. para los próximos 5 años a una tasa de crecimiento conservadora de 3%, 4%, 5% y 6% respectivamente ya que la demanda de los años anteriores han sido de manera ascendente.

### 3.4 Estrategias de Ventas y Distribución

#### 3.4.1 Estrategias de Segmentación

Cuando se habla de segmentación se basa en variables o criterios específicos de un grupo de personas, en el caso de la empresa Calmur S.A.C. segmentará de la siguiente manera:

- **Geográficamente:** El criterio que se utiliza está relacionado con la ubicación geográfica donde se encuentran los consumidores, como el barrio, si residen en una zona urbana o rural, la provincia, comunidad autónoma, el país o el continente en el que habitan o factores relacionados con esta ubicación, como el clima o la densidad de población. En este caso el producto de la caigua congelada estará dirigido al consumidor de la región de Estados Unidos – New York.
- **Demográficamente:** Se centra en aspectos más específicos que influyan en el consumo del producto como la edad, el sexo, la raza, la religión, el estado civil, la estructura familiar, los ingresos, la ocupación, la educación o la generación a la que pertenecen los posibles consumidores. En el caso de Calmur S.A.C. para el consumo

de la caigua congelada influye únicamente los aspectos de sexo y edad, y para ese caso se encontrará dirigido a personas de ambos sexos entre las edades de 20 a 54 años.

- **Psicográficamente:** Se divide el mercado en función de la clase social, estilo de vida o los rasgos de personalidad más característicos del grupo. En el presente caso se buscará comercializar el producto a personas de clase media y alta.
- **Conductualmente:** Se hará referencia según sus hábitos de consumo, sus actitudes o el uso que hacen de los artículos. En este caso son personas que consumen y compran en supermercados y tiendas cercanas a sus hogares, trabajos y/o universidades, entre otros. El cliente busca el consumo de productos naturales que aporten valor nutricional y al cuidado de su salud.
- **Segmentación concentrada:** Esta estrategia consiste en abarcar un pequeño segmento específico del mercado, la segmentación concentrada en este caso está dirigido a un nicho específico como es la ciudad de New York.

En conclusión, se determina la segmentación al mercado específicamente a hombres y mujeres, entre los 20 a 54 años, de clase media y alta de la ciudad de New York.

### **3.4.2 Estrategias de Posicionamiento**

En marketing se le llama posicionamiento a la imagen que ocupa una marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

Es necesario que la empresa posicione el producto en el mercado para que las personas confíen en lo que van a consumir y logren diferenciarlo del resto, ya que en este mercado existen muchos competidores y productos sustitutos.

A continuación, se detalla las variables que harán la diferencia del producto:

- Estrategia basada en las características del producto

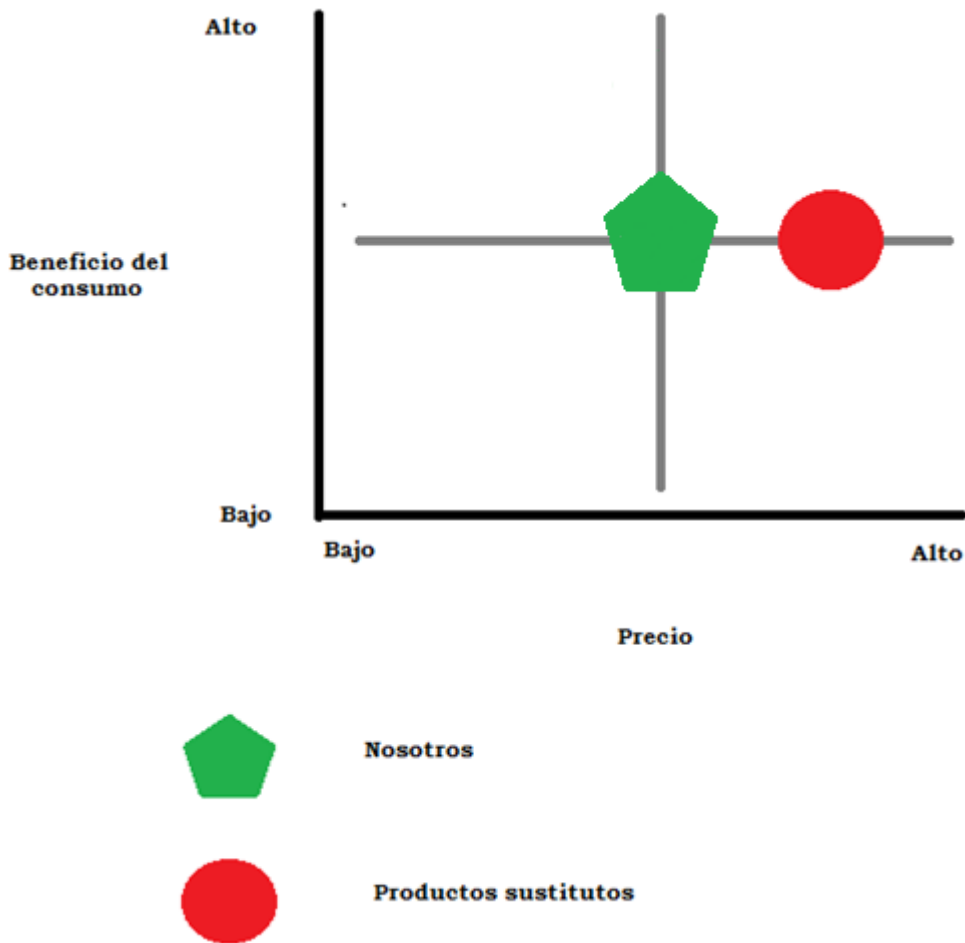
En este caso la caigua congelada es un producto totalmente natural sin saborizantes ni preservantes artificiales, y se puede consumir crudo o cocido de diferentes maneras como por ejemplo en jugos, ensaladas, comidas, entre otros.

- Estrategia basada en los beneficios

El consumo de la caigua contribuye a regular el metabolismo de las grasas logrando reducir el colesterol malo de la sangre, a su vez, es excelente coadyuvante de las dietas de adelgazamiento y es rica en fibra, ayuda en caso de varices, celulitis e hipertensión, es antiinflamatorio y analgésico, entre muchos otros beneficios más.

- Estrategia en base a precios

Es por estas variables que se utilizará la estrategia de penetración de mercado que significa precios bajos, ya que se está ingresando en un mercado existente con el producto también existente, por ende, la diferenciación a utilizar es ofrecer un precio por debajo de la competencia y lograr con ello posicionar a la empresa y al producto en el mercado de New York.



**Figura 10 Posibles propuestas de valor**

**Fuente:** Elaboración propia en base a “Fundamentos del marketing de Philip Kotler”

Como se muestra en la imagen anterior, se tiene la posición del producto de la caigua congelada con respecto a la competencia como un producto con un precio menor y con los mismos beneficios ofrecidos por los productos similares, por ende se estará dando lo mismo por menos.

Esta estrategia de posicionamiento se dará apenas el producto se encuentre listo para la comercialización, ya que mediante ello se logrará realizar las ventas con una mejor propuesta que la del competidor directo y lograr con ello mayor participación en el mercado.



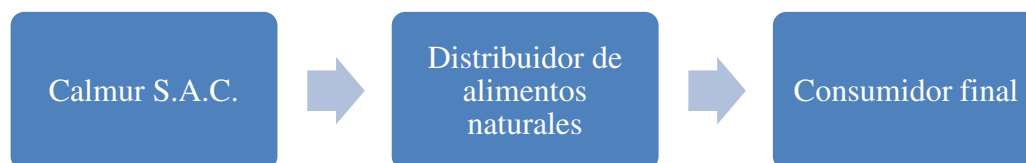
### 3.4.3 Estrategias de Distribución

Existe en el mercado muchos distribuidores, dependiendo del tipo de producto que se va a comercializar y para seleccionarlo va a depender del alcance del mercado al que se quiere conquistar.

#### 3.4.3.1 Ventas

La empresa Calmur S.A.C. tomará en cuenta ciertos factores al momento de la venta del producto que son la de ofrecer un producto totalmente natural con muchos beneficios que aporten a la salud del consumidor, por otro lado se resaltaré el precio, ya que se encuentra por debajo de la competencia, esto ofrece a los distribuidores una gran herramienta para incrementar la venta del producto reduciendo el precio o en todo caso generar más ganancias por el margen generado.

Por último, la empresa buscará realizar una eficiente homologación de proveedores, realizando una minuciosa investigación y evaluación en los diferentes aspectos de cada uno.






**Figura 11 Estrategia de distribución de la empresa Calmur S.A.C.**

**Fuente:** Elaboración Propia

Como se muestra en la figura anterior, la empresa Calmur S.A.C. buscará comercializar a través de un distribuidor de alimentos naturales en el mercado de New York – Estados Unidos, que se encargará de vender a los consumidores finales.

A continuación, se detalla el nombre del distribuidor con el que la empresa trabajará al ingresar al mercado norteamericano, seguido de 2 posibles distribuidores con el cual trabajará la empresa en caso la demanda del producto aumente, las cuales son:

**Tabla 51 Lista de distribuidores de alimentos naturales en New York-Estados Unidos**

NOMBRES DE DISTRIBUIDORES	DIRECCIÓN	TELÉFONO	LOGO
HealthSmart of Ny	550 3rd Ave, Nueva York, NY 10016	(212) 532-9300	
Houston Village Farm	61 1st Ave Nueva York, NY 10003	(212) 475-8048	
Spice Corner	135 Lexington Ave, Nueva York, NY 10016	(212) 689-5182	

**Fuente:** Elaboración propia en base a (Yellowpages)

Como se visualiza en la tabla anterior, la empresa Calmur S.A.C. trabajará con el distribuidor HealthSmart of NY., adicionalmente se tiene a dos distribuidores por si la demanda del producto aumenta y la distribución se realizará mediante estos dos canales adicionales.

### 3.5 Estrategias de Promoción

Este punto se enfoca en uno de los aspectos más importantes de un producto, y nos referimos a la promoción, que pertenece a uno de las 4p del marketing.

La empresa Calmur S.A.C. se enfocará en resaltar todas las cualidades del producto a través de ferias.

- **Ferías:**

Las ferias son exhibiciones de empresas y productos mediante stands ubicados en un salón grande específico en algún centro de convención en las principales ciudades de un país,

con la finalidad de que haya una comunicación entre las empresas y los potenciales clientes y/o consumidores de las mismas.

Entre los principales beneficios que se obtiene de las ferias es como se mencionó anteriormente, dar a conocer a la empresa y el producto al público y con esto lograr obtener clientes, por otro lado, también se puede buscar contactar proveedores, conocer a la competencia y lo más importante, visualizar de cerca la tendencia del mercado, los gustos y la preferencia, entre otros.

Por lo anterior, la empresa Calmur S.A.C. visitará ferias realizadas en la ciudad de New York para dar a conocer su producto estrella, la caigua congelada.

Entre las principales ferias que se realizan en esta ciudad se encuentra Fancy Food Show, donde se encuentra empresas que comercializan todo lo referido a los sectores de agricultura, como también alimentos y bebidas, carne, comida gourmet y panadería. Esta feria se realiza en el mes de julio. También se tiene la feria Sabor Latino Show, realizada en los meses de marzo de cada año.

**Tabla 52 Presupuesto de participación en la Feria Fancy Food Show**

**(01 persona)**

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Espacio en la feria (Stand)	10000.00
Decoración del Stand	3500.00
Pasaje Aéreo	2700.00
Hospedaje	1000.00
Movilidad	600.00
Alimentación	350.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalos) + Muestras	6000.00
<b>TOTAL</b>	<b>24150.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a PromPerú, Adex

Como se visualiza en la tabla anterior, se muestra el presupuesto para la participación en ferias en la ciudad de New York con la finalidad de que el mercado conozca el producto de la empresa Calmur S.A.C. y con ello buscar nuevas ventas.

- **Envío de muestras:**

El envío de muestras es imprescindible para que los compradores conozcan el producto y tengan la confianza necesaria al momento de adquirirlo.

- **Visitas comerciales:**

En este punto la empresa realizará visitas a los posibles clientes para mostrar el producto y que conozcan los beneficios del mismo, una vez que se logra consolidar la venta, las visitas serán para realizar un seguimiento y unir lazos comerciales.

- **Agregados comerciales:**

Los agregados comerciales u OCEX son funcionarios expertos en temas económicos-comerciales en un país extranjero, se encuentra bajo la responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). Uno de sus atributos es que brinda ayuda a los exportadores peruanos a que conozcan el país de destino, ya que estos tienen amplio conocimiento del mercado y todo lo relacionado a como introducir un producto o servicio nuevo.

El agregado comercial de New York está representado por

**José Falco Scheuch**

- ✓ **Dirección** : 850 7th Ave, Suite 301, New York NY 1009,
- ✓ **Teléfono**: 646-455 0676/1-917-937-6184
- ✓ **Correo electrónico**: CFALCO@MINCETUR.GOB.PE

- **Rueda de Negocios**

Con respecto a la rueda de negocio, la empresa Calmur S.A.C. realizará una vez al año conjuntamente con las ferias internacionales antes mencionada. La importancia de esta rueda es la de relacionarnos directamente con potenciales clientes interesados en nuestro producto, como también proveedores.

- **El E-commerce:**

Debido a la globalización que ha generado grandes cambios en la cultura de muchos países y sobre todo en la forma de hacer negocio, el e-commerce es uno de ellos, es una herramienta fundamental e indispensable que toda empresa debe utilizar para poder tener presencia en un mercado y a su vez tener un contacto más directo con sus clientes y proveedores.

Por lo tanto, la empresa Calmur S.A.C. tendrá una página web con la que podrá relacionarse las 24 horas del día y poder interactuar con sus clientes a través de ella, a su vez generará mayor confianza ya que de esta forma da una mayor formalidad a la empresa.

Por último otra herramienta a utilizar será el LinkedIn Empresarial, ya que a nivel de empresas, en el extranjero es más utilizado el perfil en este sitio web, ya que es uno de los primeros lugares donde se realiza la búsqueda de proveedores.

### **3.6 Estrategia de ingreso al mercado objetivo**

La empresa Calmur S.A.C. ingresará al mercado norteamericano con un producto existente en un mercado existente, por ende según el modelo de Ansoff en donde habla acerca de las estrategias de ingreso al mercado, indica que según estas variables, la estrategia más adecuada es la de penetración de mercado, es por ello que se ingresará con esta estrategia.

#### **4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL**

Según Mincetur, (2013) publicado en una guía donde habla a cerca de la logística internacional, indica que abarca todas aquellas actividades que se van a realizar para hacer el traslado de mercancía de un determinado lugar en el país de origen hacia otro, ubicado en un país de destino, donde participan una serie de operadores logísticos que intervienen para brindar servicios ya sea al importador o exportador para la realización del traslado de la mercancía.

#### **4.1 Envases, empaques y embalajes**

##### **4.1.1 Envases**

El envase del producto será de 453gr (1 lb), en bolsa de polietileno de alta barrera, con una película coextruida de siete capas compuesta por pigmentos, polímeros de barrera, PEBD + PELBD y resinas adhesivas que cumplen con las regulaciones FDA.

La presentación será de 453 gr (1 lb).



**Figura 12 Envase de la caigua congelada**

**Fuente:** Elaboración propia

La presentación del producto que es la caigua congelada se realizará en este tipo de envoltura, ya que por ser un producto delicado, es necesario que tenga una buena protección para evitar la salida o el ingreso de aire o agua, asegurando con ello la duración del producto hasta que llegue a manos del consumidor final, este tipo de presentación es usual en verduras u hortalizas comercializadas al país de Estados Unidos.

#### 4.1.2 Empaque

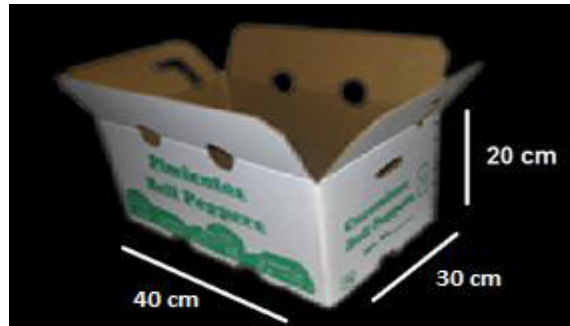
El envase del producto ira dentro de unas cajas de cartón corrugado (caja máster) enceradas de plancha de fibra de cebollinas. El cartón corrugado conformado por la unión de 3 papeles, denominados: externo tapa o cara, intermedio onda y el interno contratapa o también llamado contracara.

La caja máster va a contener 16 unidades del producto, las medidas son las siguientes:

**Tabla 53: Medidas del empaque del producto**

Detalle	Medidas
Largo (cm)	15
Ancho (cm)	5
Altura (cm)	20
Unidades por envase	5
Peso neto (gr)	453

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 13 Medidas de la caja**

**Fuente:** Elaboración propia

#### **4.1.3 Embalaje**

Según Siicex, (2009) define al embalaje como aquel material que envuelve a los productos o mercancías, tiene como fin, proteger y resistir las operaciones de transporte, manejo y distribución y evitar daños en la manipulación y travesía desde el origen, hasta el usuario final.

Para obtener una mayor seguridad del traslado del producto, se utilizará pallets de madera con cuatro entradas, facilitando su manipuleo. La paleta será de tipo americana, sus medidas serán de 12.5 cm X 100 cm X 120 cm.



**Figura 14 Medidas del pallet**

**Fuente:** Elaboración propia



Según Siicex, Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para exportar alimentos a Estados Unidos, (2010) Estados Unidos aplica las directivas de la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF) 15 de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), que establecen las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

En el Perú, SENASA tiene por objetivo reducir el riesgo de introducción y/o diseminación de plagas cuarentenarias relacionadas con embalajes de madera, por lo que especificará los procedimientos fitosanitarios para la autorización de funcionamiento y ejecución de los tratamientos de los embalajes de madera para la exportación, así como los procedimientos para el ingreso al país de mercadería con embalajes de madera.

Según (FAO, 2013) la madera, provenga de árboles vivos o muertos, puede estar infestada de plagas. Con frecuencia se utiliza madera en bruto para el embalaje de madera, y puede ocurrir que dicha madera no sea sometida a procesamiento o tratamiento suficiente para eliminar o matar las plagas, con lo que sigue constituyendo una vía para la introducción y dispersión de plagas cuarentenarias. Se ha demostrado, en particular, que la madera de estiba presenta un riesgo alto de introducción y propagación de plagas cuarentenarias. Además, el embalaje de madera es muy a menudo reutilizado, reparado o reciclado. Resulta difícil establecer el verdadero origen de una pieza de embalaje de madera, de manera que no es fácil determinar su estado fitosanitario. Por ende, el proceso normal de efectuar un análisis de riesgo de plagas con el fin de determinar la necesidad de adoptar medidas y la intensidad con que han de aplicarse es, con frecuencia, imposible para el embalaje de madera. Por tal motivo, la norma describe las medidas aceptadas y aprobadas en el ámbito internacional que todos los países podrán aplicar al embalaje de madera para disminuir considerablemente el riesgo de introducción y dispersión de la mayoría de las plagas cuarentenarias que puedan estar asociadas con dicho material.

En el Perú SENASA es el encargado de verificar el cumplimiento de esta norma, otorgando con ello un sello que certifica el mismo.

La empresa Calmur SAC se encargará de adquirir los pallets con dichos sellos acreditando la seguridad de nuestro producto para su exportación.

La distribución de las cajas en el pallet, será la siguiente.

Teniendo en cuenta que el tamaño del pallet es de 100cm x 120cm x 12.5cm, y la medida de las cajas son de 40cm x 30cm x 20cm, estarán ubicadas de la siguiente manera: 2 cajas por ancho y 2 cajas por largo por 4 niveles, con 16 envases por caja, y en el pallet estarán ubicadas de 3 cajas por ancho y 3 por largo por 9 niveles, lo que hace un total de 81 cajas por pallet.

Para asegurar el apilado de la carga en la paleta, se usará un plástico para paletizar (conocido como Stretch Film) que es una película estirable transparente fabricada en base a polietileno de baja densidad para envolver mercadería, asegundo de cualquier daño durante un traslado del mismo.



**Figura 15 Paletización con Strech Film**

**Fuente:** Google Imágenes

## 4.2 Diseño del Rotulado y marcado

### 4.2.1. Diseño del rotulado

Según la FDA (Food and Drugs Administration) la información que se proporciona en el etiquetado debe estar en inglés, utilizando la medición del sistema de su país (libras, onzas), además de otros puntos que mencionaremos a continuación.

**Tabla 54: Información del etiquetado**

<b>Declaración de identidad, nombre común o usual del alimento.</b>	(naturaleza del producto): <ul style="list-style-type: none"><li>• Caigua.</li></ul>
<b>Marca o logo del producto:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marca Blanca</li></ul>
<b>Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen):</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1 lb.</li></ul>
<b>Nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor, exportador:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Calmur SAC Lima, Perú</li></ul>
<b>País de origen:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perú.</li></ul>

**Fuente:** Elaboración propia

### Etiquetado general

La información del etiquetado general se debe presentar en inglés utilizando las unidades de medición del sistema inglés (libras, onzas). Debe considerarse además:

Declaración de identidad, nombre común o usual del alimento (naturaleza del producto); marca o logo del producto; declaración exacta del contenido neto (peso, volumen); nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador, distribuidor o exportador; país de origen; si fuera elaborado con dos o más ingredientes, se deberá detallar la lista completa de los ingredientes, enumerados por su nombre común o usual y en orden decreciente a la cantidad presente en el producto.

## **Tabla nutricional**

Se refiere a las cantidades de los nutrientes básicos que contiene el alimento y se debe listar en el formato de tabla nutricional. La tabla nutricional se debe ubicar en el panel de información, justo en la parte superior de la lista de ingredientes. La tabla nutricional es requisito obligatorio en todos los alimentos envasados. Puede estar en bilingüe, siempre y cuando la traducción sea la correcta.

## **Lista de ingredientes**

## **Declaración de contenido de nutrientes**

Por la naturaleza de determinados alimentos, los fabricantes que deseen colocar frases alusivas al contenido nutricional del producto deben considerar sólo las frases permitidas por la FDA:

- Free of (libre de...).
- Low in (bajo en...).
- High in (alto en...).
- Good source of (buena fuente de...).
- Reduced (reducido).
- Light (reducido).
- Less (menos).
- More (más).

A su vez, según la FDA La información nutricional que se debe especificar obligatoriamente en el panel nutricional de cada etiqueta de los productos son:

- Calorías totales (total calories)
- Calorías de grasas (calories from fat)
- Calorías de grasas saturadas (calories from saturated fat)

- Grasatotal (total fat).
- Grasas saturadas (saturated fat)
- Grasas polisaturadas (polysaturated fat)
- Grasas monosaturadas (monosaturated fat)
- Azúcares (sugars)

La ley de Estados Unidos exige a que todos los productos que deseen ingresar a su mercado, debe contener un doble etiquetado: el etiquetado general (general food labeling) y el etiquetado nutricional (nutrition facts) y adicionalmente un código de barras con todos los datos del producto.

#### 4.2.2 Diseño del Mercado

El marcado es también una parte importante en la presentación del producto para su exportación, ya que en ello se va a informar acerca de quién importa, dirección y algunos cuidados que se debe tener al momento de su traslado. Este se informa a través de una impresión directa, rótulos adhesivos, stickers o caligrafía manual, en un lado visible del empaque.

Las cajas y paletas se deben enviar debidamente marcadas y rotulas para que se identifique de manera rápida, facilitando el proceso de traslado del mismo.

Existen tres tipos de marcas para el transporte de la mercancía:

##### ✓ **Marcas estándar o de expedición**

Aquí se informa sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, entre otros:

- **Importador:** HealthSmart Of Ny
- **Dirección:** 550 3rd AveNew York, NY 10016.
- **Puerto de descarga:** New York
- **Nº de bultos:** 729 cajas por embarque

### ✓ **Marcas informativas**









Contendrá la información adicional del producto como país de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto dimensiones de las cajas entre otros. Cabe mencionar que deben estar separadas por las marcas de expedición.

- **Exportador:** Calmur SAC.
- **Dirección:** Puente piedra.
- **Puerto de embarque:** Callao - Perú.
- **País de origen:** Perú
- **Nº de bultos:** 1/ 729
- **Peso neto:** 7.25 Kg.
- **Peso bruto:** 8.13 Kg.
- **Dimensiones de la caja:** 40 cm x 30 cm x 20 cm

### ✓ **Marcas de manipuleo**

Estas marcas hacen referencia a cerca de la manipulación al momento de exportación de una carga. Estos son mediante símbolos internacionales también conocidos como pictogramas, que nos informan a cerca del cuidado sobre el manipuleo de los embalajes, ya que dan indicaciones de manera abreviada mediante unas imágenes, algunos detalles importantes que son relevantes para una adecuada manipulación.

A continuación, se muestran las marcas de manipuleo (pictogramas) que se utilizará en las cajas para su correcto traslado:

SÍMBOLOS SIGNIFICADO	APLICACIÓN
 "Frágil" "Fragile"	<b>ISO 7000/No. 0626</b> Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 
 "Hacia arriba" "This side up"	<b>ISO 7000/No.0623</b> Indica la posición correcta del embalaje durante la transportación. 
 "Protéjase del calor" "Keep away from heat"	<b>ISO 7000/No.0624</b> Indica que durante el transporte y en bodega, el embalaje debe resguardarse del calor. 
 "Protéjase de la humedad" "Keep dry"	<b>ISO 7000/No. 0626</b> Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 

**Figura 16 Marcas de Manipuleo (Pictogramas)**

**Fuente:** Google Imágenes

### 4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Para la exportación del producto de caigua congelada, se cotizó un envío de 729 cajas (cada una con 16 unidades de bolsas) en 09 pallets vía transporte marítimo. Con la siguiente información:

**Tabla 55: Unitarización de la Carga - Medidas del envase y empaque**

Medidas Del Envase (unidades)		
Largo	15	Centímetros
Ancho	5	Centímetros
Altura	20	Centímetros
Peso neto por envase	453	Gramos
MEDIDAS DEL EMPAQUE (caja corrugada)		
Medidas de caja	40*30*20	Centímetros
Largo	30	Centímetros
Ancho	40	Centímetros
Altura	20	Centímetros
N° de unidades por Largo de caja	2	Unidades
N° de unidades por Ancho de caja	2	Unidades
Niveles	4	Niveles
Número de unidades por caja	16	Unidades
Peso neto por caja	7.25	Kilogramos
Peso bruto por caja	8.128	Kilogramos

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 56: Unitarización de la Carga - Medidas de la paleta y N° de embarques al año**

PALETA		
Ancho	100	Centímetros
Largo	120	Centímetros
N° de unidades por Ancho de paleta	3	Cajas
N° de unidades por Largo de paleta	3	cajas
Niveles de caja	9	Niveles
Total de cajas por paleta	81	Cajas
Total de unidades por paleta	1296	Unidades
Peso neto por paleta	587.088	Kilogramos
Peso bruto por paletas (incluye peso de paleta 20 kg)	678.368	Kilogramos

Continúa



N° de paletas por embarque	9	Paletas
N° de unidades por embarque	11664	Unidades
N° de cajas por embarque	729	Cajas
Peso neto por embarque	5283.792	Kilogramos
Peso bruto por embarque	6105.312	Kilogramos
N° de embarques/envíos al año	8	Envíos
Nro. de unidades anuales	93312	Unidades
N° de cajas anuales	5832	Cajas
Peso neto anual	42270.34	Kilogramos
Peso bruto anual	48842.50	Kilogramos

**Fuente:** Elaboración Propia

Estas tablas mostradas anteriormente muestran un resumen de la cantidad que se enviará al mercado de New York del producto.

#### **4.4 Cadena de DFI de exportación**

La cadena de distribución física internacional (DFI) tiene como finalidad identificar la opción más eficiente para el envío de la mercadería desde el Puerto del Callao-Perú hasta el estado de New York-Estados Unidos, en el tiempo esperado y al mínimo costo posible.

##### **4.4.1 Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura**

###### **a) Del Insumo**

La empresa Calmur S.A.C. va a tercerizar el proceso de envasado del producto en bolsas de polietileno de 453gr (1lb), se contratara para ello los servicios de ArtPack Perú S.A.C.

Esta empresa procesadora cuenta con cámara frigorífica para el tratamiento en frio, además se consideró elegir esta alternativa de tercerización ya que al iniciar las actividades, se generará ahorro en costos para que la empresa pueda cubrir gastos en compra de maquinarias.

A continuación, se detalla a los proveedores del proceso logístico de Calmur S.A.C.:

**Tabla 57: Proveedores de Calmur S.A.C.**

<b>Empresa</b>	<b>R.U.C.</b>	<b>Servicio</b>
<b>SEPAR EIRL</b>	20146582894	Proveedor de materia prima
<b>ArtPack Perú S.A.C</b>	20512906584	Proveedor de bolsas de polipropileno y cajas de cartón corrugado y maquila
<b>Yarina S.A.C</b>	20509905836	Transporte en furgones frigoríficos.
<b>Palacios y Asoc.</b>	20426107041	Operador Logístico

**Fuente:** Elaboración propia

La empresa Calmur S.A.C. realizará la compra de materia prima (caigua) a la empresa SEPAR E.I.R.L. (con domicilio fiscal en Av. Francisco Solano 290, San Carlos, Huancayo, Junín) el cual entregará toda la materia prima a la empresa maquiladora ArtPack Perú S.A.C. Y por último cuando se encuentre toda la carga lista y unitarizada para el envío, la empresa Yarina S.A.C. se encargará de llevar la carga al puerto del Callao, donde el operador logístico Palacios y Asoc. realizará todos los trámites aduaneros correspondientes.

#### **b) La Infraestructura**

La empresa Calmur S.A.C. está ubicada en:

- ✓ **País:** Perú
- ✓ **Provincia:** Lima
- ✓ **Distrito:** Puente Piedra
- ✓ **Dirección:** Av Las Acacias Mz A Lt 15

Se contará con un área de 120 m<sup>2</sup> para realizar las actividades administrativas de la empresa. El distrito en el que se ubica la empresa es céntrico ya que se encuentra a 25 minutos del puerto del Callao y más que todo se escogió dicho lugar por una estrategia de costos, ya que no se recepcionará la mercancía en nuestras instalaciones.



**Figura 17 Distribución de las áreas de la  
Empresa Calmur S.A.C.**

**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede observar en la figura anterior, se detalla la distribución de cada una de las áreas de la empresa.

#### 4.4.2 Establecer estrategias de suministro

Según Porter (2002) la cadena de suministro es una red de instalaciones y medios de distribución que tiene por función la obtención de materiales, transformación de dichos materiales en productos intermedios y productos terminados y distribución de estos productos terminados a los consumidores.

Una cadena de suministro consta de tres partes: el suministro, la fabricación y la distribución. La parte del suministro se concentra en cómo, dónde y cuándo se consiguen y suministran las materias primas para fabricación.

La fabricación convierte estas materias primas en productos terminados y la distribución se asegura de que dichos productos finales llegan al consumidor a través de una red de distribuidores, almacenes y comercios minoristas. Se dice que la cadena comienza con los proveedores de tus proveedores y termina con los clientes de tus clientes.

En primer lugar para la compra de materia prima se evaluarán 3 empresas proveedoras de ésta, cuya ponderación es la siguiente:

**Tabla 58 Criterios para la selección de la empresa proveedora de materia prima**

<b>Criterios</b>	<b>Luz Alfa EIRL</b>	<b>Servicios Promoción y SEPAR</b>	<b>Educativos, Apoyo Rural - UNIFARM / VidNatur</b>
<b>Precio (kl)</b>	S/.2.05	S/.0.90	S/.1.28
<b>Flete (por KG)</b>	S/.0.10	S/.0.30	S/. 0.30
<b>Distancia</b>	Lejano	Medio	Lejano
<b>Experiencia</b>	18 años	24 años	15 años
<b>Puntualidad</b>	Buena	Muy buena	Buena
<b>Factores Climatológicos</b>	Cálido	Cálido	Cálido
<b>Capacidad suministro</b>	40 TN	30 TN	25 TN

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 59 Ponderación para la selección de la empresa proveedora de materia prima**

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia %	Luz Alfa EIRL	Puntaje1	Servicios Educativos Promoción y Apoyo Rural SEPAR	Puntaje2	Unión Farmacéutica Nacional - UNIFARM / VidNatur	Puntaje3
Precio por Kg.	25%	2	0.5	4	1	3	0.75
Flete	15%	4	0.6	2	0.3	4	0.6
Distancia	20%	2	0.4	3	0.6	2	0.4
Puntualidad	20%	4	0.8	5	1	4	0.8
Factores Climatológicos	10%	5	0.5	5	0.5	5	0.5
Producción	10%	4	0.4	5	0.5	4	0.4
Total	<b>100%</b>		<b>3.2</b>		<b>3.9</b>		<b>3.45</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la ponderación realizada en la tabla anterior, se podrá determinar que la mejor opción como proveedora de materia prima es la SEPAR (Servicios educativos, promoción y apoyo rural), con un puntaje de 3.9 con respecto a sus posibles competidores.

En segundo lugar, se elegirá a la empresa maquiladora por lo que se utilizarán diferentes criterios que señalaremos a continuación:

**Tabla 60 Criterios para la selección de la empresa maquiladora**

Criterios	Artpack Peru S.A.C.	Peruvian nature S&S S.A.C.	A&b S.A.
Precio	Medio	Bajo	Alto
Certificación	Sí	Sí	Sí
Capacidad instalada	35 TM	40 TM	25 TM
Tiempo de entrega	Buena	Buena	Buena
Experiencia	25 años	17 años	25 años
Distancia	Cerca	Lejos	Cerca

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 61: Ponderación para la selección de la empresa maquiladora**

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia %	Artpack Peru S.A.C.	Puntaje 1	Peruvian nature S&S S.A.C.	Puntaje 2	AIB S.A.	Puntaje 3
Precio	25%	4	1	5	1.25	2	0.5
Certificación	15%	5	0.75	5	0.75	5	0.75
Capacidad instalada	20%	4	0.8	5	1	3	0.6
Tiempo de entrega	20%	5	1	5	1	5	1
Experiencia	10%	5	0.5	3	0.3	5	0.5
Distancia	10%	5	0.5	2	0.2	5	0.5
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>4.55</b>		<b>4.5</b>		<b>3.85</b>

**Fuente:** Elaboración propia

De acuerdo con la tabla anterior, podemos deducir que la mejor opción es la empresa Artpack Peru S.A.C. ya que ha obtenido el mayor puntaje ponderado entre las 3 opciones.

Dicha empresa se tiene como domicilio fiscal AV. Mariscal Eloy Ureta NRO. 475 LIMA - LIMA - SAN LUIS, con 25 años de experiencia en el mercado y con las certificaciones que nos garantizan que se cumplirá con las exigencias el mercado norteamericano.

Los acuerdos a realizar con las empresas proveedoras de materia prima y maquila; serán las siguientes:

**Contratos de Bienes y servicios:**

- El contrato inicial con las empresas serán por el periodo de un año, con la opción de renovar por más tiempo posterior a ello.
- Se asegurará el cumplimiento de la entrega del producto de acuerdo a las especificaciones pactadas.

### **Cláusulas Importantes:**

- Precio
- Tiempo de entrega
- Lugar de entrega
- Tipo de envase y embalaje.
- Entre otros
- Cumplimiento con la compra internacional

### **Penalidades**

- Se ejecutará penalidades si en caso haya incumplimiento del contrato por alguna de las dos partes
- Se debe resaltar puntos importantes de la cadena logística como: suministro, fabricación y determinación del proceso productivo.

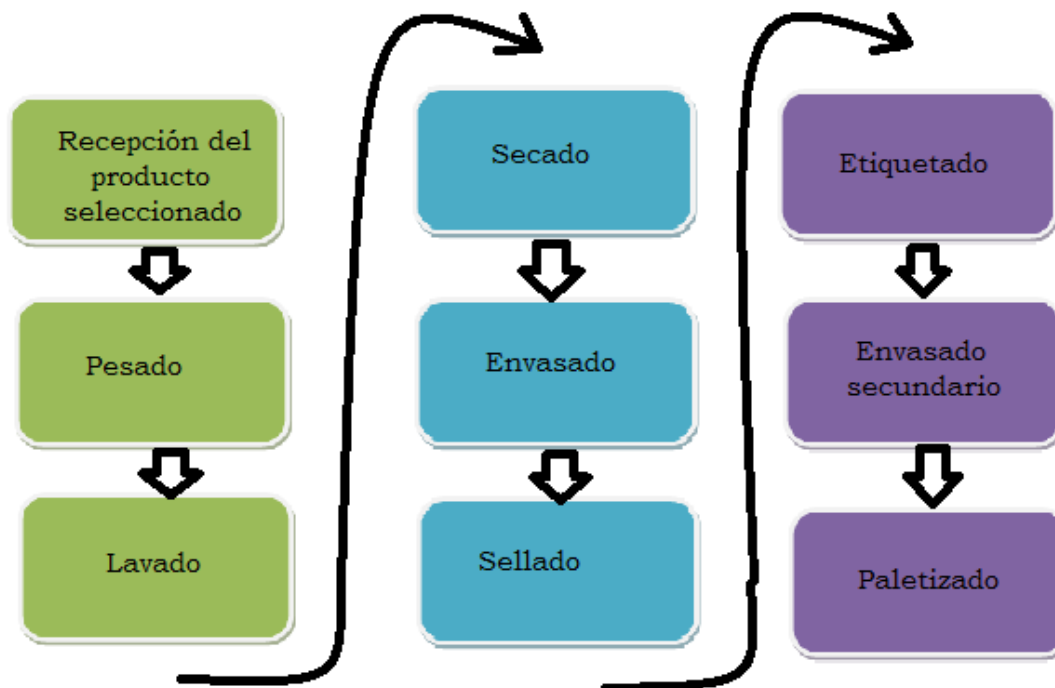
### **Suministro (abastecimiento)**

Se realizará el contrato con SEPAR, la empresa proveedora de la materia prima (caigua), quien proporcionará los insumos por envío (08 envíos/año), y tendrá un contrato vigente durante un año. Las condiciones de pago serán acorde al precio del mercado para la venta al por mayor.

Dicha empresa será responsable de entregar los 6457.97 Kg de caigua anual, de acuerdo a la orden de compra que la empresa recibirá por cada envío. En el pago por la materia prima, no estará incluido el costo del transporte por lo que se contará con la Empresa de Transportes Yarina S.A.C para transportar la materia prima hasta la empresa maquiladora.

## Determinación del proceso productivo de la caigua

El flujo de producción de la caigua se detalla a continuación:



**Figura 18** Proceso productivo de la caigua

**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede visualizar en la figura anterior, se indican las fases del proceso productivo para la elaboración del producto que realizará la empresa encargada de la maquila. A continuación, se explica cada fase:

### **Fase 01: Recepción del producto seleccionado**

La empresa que realizará la maquila, Artpack Perú S.A.C. recibirá las caiguas ya seleccionadas según el acuerdo con el proveedor, posteriormente realizará la verificación de las mismas.



## **Fase 02: Pesado**

Posterior a la verificación de los productos recepcionados, la empresa maquiladora pesará toda la carga para verificar que corresponda a lo solicitado según peso, calidad y tamaño.

## **Fase 03: Lavado**

Una vez verificado absolutamente todos los productos (caiguas) y estando en las condiciones óptimas, se procede al lavado, con mucho cuidado para no dañar la hortaliza, ya que es un producto muy delicado.

## **Fase 04: Secado**

El secado posterior se realizará con una maquinaria especializada que preservará el producto en sus mismas condiciones sin ser dañadas.

## **Fase 05: Envasado**

Una vez que se tiene el producto limpio y seco, se procede al envasado de 5 unidades de caiguas de 453gr (1 lb) por cada presentación.

## **Fase 06: Sellado**

Se procede al sellado de las bolsas de polietileno en perfectas condiciones, verificando que no pueda ingresar ni salir algún tipo de elemento.

## **Fase 07: Etiquetado**

Las etiquetas se colocan en la parte de adelante y posterior del producto, de acuerdo al modelo pactado con el cliente y según las normas que nos brinda la FDA.

## **Fase 08: Envasado Secundario**

Una vez que se hayan etiquetado todos los envases, se procederá con el envasado secundario, que serán en cajas de cartón corrugado.

## **Fase 09: Paletizado**

El producto una vez llenado en las cajas de cartón corrugado, se procede a la paletización de acuerdo a lo pactado, de 81 cajas por pallet.

Posterior a ello, los productos paletizados se procederán a ser almacenados en las instalaciones de la empresa a temperatura de -24C°.

## **Distribución**

Cuando ya haya terminado todo el proceso de producción, envasado y paletizado de acuerdo a lo estipulado en el contrato suscrito por ambas partes, se procederá a recoger la carga en las instalaciones de la empresa maquiladora por el operador logístico para llevarlo al puerto del Callao.

### **4.4.3. Requisitos de acceso al mercado objetivo**

En los Estados Unidos, existen diferentes agencias y departamentos de dicho gobierno que se encargan de hacer cumplir con los requisitos según la naturaleza del producto, como también en el Perú, y son los que se mencionan a continuación.

#### **a) En Perú:**

Estos son las principales instituciones relacionadas con la exportación del producto en el país:

## **SENASA**

Según (Siixcex, 2015) SENASA es el organismo público descentralizado del Ministerio de Agricultura de Perú, con autonomía técnica, administrativa, económica y financiera, es la autoridad nacional y el organismo oficial del Perú en materia de sanidad agraria. El SENASA, se encarga de la protección del país ante el ingreso de plagas y enfermedades que no se encuentran en el Perú. Asimismo, el SENASA implementa normas y recomendaciones de organismos internacionales, para la suscripción de protocolos y convenios con organismos de sanidad agraria de otros países, abriendo mercados para la exportación de productos agropecuarios. Además es el organismo que inspecciona, verifica y otorga la certificación fitosanitaria y zoonosanitaria, diagnostica, identifica y provee controladores biológicos, registra y fiscaliza los plaguicidas, semillas y viveros; de igual manera, los medicamentos veterinarios, alimentos para animales, a los importadores, fabricantes, puntos de venta y profesionales encargados y emite licencias de internamiento de productos agropecuarios.

## **Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)**

Es el Organismo Nacional competente que se encarga de recaudar los impuestos y administrar todo lo relacionado a la actividad aduanera. Una de las responsabilidades principales es la de inspección del cumplimiento de la política aduanera de comercio exterior, garantizando un correcto uso de los tratados y convenios internacionales.

### **Entidad certificadora de emisión de certificados de origen:**

Estas entidades se encargan de verificar bajo previa evaluación que los productos cumplen con las normas establecidas de origen para que se pueda acoger a ciertas preferencias de acuerdo al régimen establecido al momento de la exportación. Dichas preferencias pueden ser exceptuar al país exportador de los pagos totales o parciales de los aranceles establecidos por el país importador.

En el Perú, la entidad que emite los certificados de origen son los siguientes:

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

### **Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP)**

Este sistema se encarga de identificar los procesos específicos de mayor riesgo y demostrar que se tiene medidas para controlar y asegurar que los productos estén inocuos y seguros para su consumo.

En el Perú, el sistema HACCP es obligatorio ya sea para productos dirigidos al mercado nacional o internacional.

#### **b) En Estados Unidos:**

#### **Requisitos no arancelarios:**

Estos requisitos sirven principalmente para proteger la economía de este país, preservar los bienes, el medio ambiente, proteger la salud y para asegurar una buena calidad de las mercancías que se venderán en el mercado norteamericano, dando a conocer las características de las mismas.

### **Departamento de agricultura de los Estados Unidos (USDA)**

Es el encargado de velar por la seguridad de los productos agropecuarios que ingresan al país, contando con el siguiente servicio:

- **APHIS – USDA**

Se encarga de velar por la sanidad agraria, regulando el ingreso de los vegetales, frutas y animales. Dentro de este servicio tenemos a la Oficina de Sanidad Vegetal y Cuarentena (PPQ) encargada de inspeccionar en los puertos el ingreso de las semillas, plantas, bulbos, madera, flores, vegetales, frutas y otros productos agrícolas que son importados, que se encuentren saludables y sin riesgo a la agricultura y a los recursos naturales de dicho país.

## **Ley contra el bioterrorismo**

Los productos que ingresan a los Estados Unidos están obligados a cumplir con esta ley, la cual tiene por objetivo proteger la producción, distribución y venta de alimentos nacionales e importados, en contra de posibles atentados terroristas. El procedimiento para la aplicación de la presente Ley considera las siguientes etapas:

- **Registro de instalaciones alimenticias:** Se deben registrar las instalaciones donde se fabriquen, procesen, envasen o almacenen alimentos para el consumo humano o animal que se vayan a comercializar dentro de los Estados Unidos.

Para su registro deben ser efectuadas por el propietario, operador o agente a cargo de la instalación sin costo a través de la página web [www.access.fda.gov](http://www.access.fda.gov).

- **Notificación previa de alimentos importados (Prior notice):** La ley contra el bioterrorismo exige que se le debe notificar a la FDA antes de que los alimentos arriben a Estados Unidos no más de 15 días antes o como mínimo:

- 2 horas antes del arribo por vía terrestre
- 4 horas antes del arribo por vía aérea o férrea
- 8 horas antes del arribo por vía marítima

**FDA (Food and Drug Administration):** Es la entidad encargada de regular todo lo relacionado a los alimentos, medicamentos, equipos médicos y cosméticos que ingresen a los Estados Unidos para su consumo garantizando la seguridad de las mismas.

La FDA está calificado para suspender inmediatamente aquellos alimentos que no se encuentren conforme a la ley, sujetos a regularización o reexportación voluntaria o si se diera el caso a la destrucción de las mismas si en caso constituye una amenaza para los consumidores.

**Respecto a los documentos que requiere la normatividad aduanera de los ESTADOS UNIDOS son:**

- **Factura comercial:** Es un documento que garantiza la venta de un bien o servicio, en el que se fijan condiciones de las mercancías y sus especificaciones. Se detallan la información del importador y del exportador, el número y la fecha de emisión del documento, descripción completa de los productos, precio unitario y total, país origen, puerto de embarque y descarga, y el INCOTERM.
- **Lista de empaque (Packing List):** Es un documento donde se detalla el número de bultos, cajas, paquetes, pesos, cubicaje y número de contenedores. Además de la información del importador y del exportador.
- **Certificado de origen:** Es el documento que garantiza que el producto cumple con las normas de origen del acuerdo comercial. La emisión de este documento beneficia al importador con las preferencias arancelarias correspondientes.
- **Documento de embarque:** Es el documento que confirma que las mercancías fueron recepcionadas en un respectivo el medio de transporte, este documento está firmado por el transportista y actúa como título valor a la recepción de la carga en el lugar de destino contra la presentación de una copia endosada a favor del importador. En nuestro caso el documento de embarque es el B/L (Bill of lading).
- **Norma Internacional para la Protección Fitosanitaria:** Diseñada y aprobada por la convención Internacional de Protección fitosanitaria (CIPF). Esta norma determina que las tarimas y embalajes de madera están sometidas a tratamientos térmicos para impedir el alojamiento de plagas, obteniendo un sello que indica que han sido tratado de conformidad a las regulaciones establecidas (por ejemplo el NIF15).

#### **4.4.4. Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones**

##### **Calidad**

La materia prima base fundamental para la exportación de caigua, deberán pasar por un proceso de calidad en el cual se verificará su frescura, tipo de hoja, tamaño, color, olor, textura, entre otros aspectos importantes. La empresa, contratará los servicios de la empresa Art pack S.A.C, quien se encargará del proceso de envasado del producto.

La empresa proveedora cuenta con certificación BPM (Buenas prácticas de Manufactura).

##### **Requisitos fitosanitarios**

Todas las instalaciones donde se procesen plantas y productos vegetales deben contar con un permiso y certificado fitosanitario que emite SENASA, que garantice que ha sido inspeccionado y están libres de plagas y/o enfermedades.

En caso de que el producto llegue a Estados Unidos sin ese certificado, se tendrá que reexportar o procederá a la destrucción de la misma.

El APHIS es la autoridad competente que se encarga de inspeccionar físicamente una parte del embarque.

Si en caso el producto requiera un tratamiento específico, requerido por el APHIS, estos son realizado mediante tratamientos cuarentenarios para matar o eliminar las plagas que pudieran afectar la sanidad del país de destino. Algunos de estos tratamientos son:

- Tratamiento hidrotérmico o inmersión en agua caliente
- Tratamiento en frío
- Tratamiento de fumigación con Bromuro de Metilo

## **Límites máximos de residuos**

La EPA (Environmental Protection Agency) ha definido una lista de tolerancias en residuos tóxicos de pesticidas usados en los campos de cosecha de los productos a exportar, La FDA controla y verifica el cumplimiento de esas tolerancias en los embarques, es por ello que los productores deben tener conocimiento del uso racional de los plaguicidas que deben estar registrados en SENASA, ya que en el Perú son ellos los que se encargan de regularlo y por otro lado también implementar las Buenas Prácticas de Manufactura.

## **Buenas prácticas de manufactura**

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) o GMP por sus siglas en inglés “Good Manufacturing Practices” establecen las condiciones básicas y las actividades necesarias para mantener un ambiente higiénico durante el proceso de producción, manipulación y provisión, con el fin de obtener alimentos inocuos para el consumo humano.

FDA es la encargada de verificar que los procesadores que deseen exportar sus productos a EE.UU. apliquen estas buenas prácticas, es por ello que para asegurar su cumplimiento la FDA inspecciona estas instalaciones.

El Código de Regulaciones Federales de EE.UU incluye para implementación de las BPM:

- Edificios e Instalaciones
- Personal
- Maquinarias
- Producción
- Procesos de control
- Almacenaje y distribución



## **Trazabilidad**

Consiste en el seguimiento de un producto desde que se fabrica hasta su punto de venta, es decir desde donde fueron adquiridos los insumos hasta el lugar de destino como producto final.

Este certificado es entregado al importador previa solicitud, ya que no es obligatorio, y es sellado y validado por una empresa externa que cuenta con este sistema.

El objetivo de este procedimiento es establecer una correcta cadena de información de un producto a lo largo de la Cadena de Suministros, otorgando confianza a los clientes y credibilidad en que el producto fue procesado y elaborado de manera segura, por otro lado también permite rastrear el origen de algún problema presentado al finalizar o a lo largo del proceso de producción, transformación y distribución.

Algunas empresas encargadas de realizar este tipo de procedimiento en el Perú son las siguientes:

- GS1Perú
- Bureau Veritas Perú

## **Certificaciones requeridas por EE.UU**

### **Certificación HACCP (Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control)**

Esta certificación permite identificar peligros específicos (biológicos, químicos y físicos) y elaborar medidas para el control con el fin de garantizar que los alimentos sean inocuos.

Este instrumento sirve como método de prevención en lugar de esperar a que se obtenga fallas en el producto final.

El Sistema de HACCP es obligatorio para productos hidrobiológicos y jugos que se comercializan en los EE.UU., y en el Perú es obligatorio para todos los productos destinados al mercado nacional e internacional.

### **Certificación CTPAT y BASC**

Las certificaciones CTPAT y BASC si bien es cierto no son obligatorias, son recomendables para las empresas que deseen ingresar al mercado internacional para una mayor confianza en los clientes.

- **C-TPAT (Customs – TradePartnershipAgainstTerrorism)**

El objetivo principal es construir relaciones de cooperación entre las empresas y el Estado, que fortalezcan la seguridad en toda la cadena de suministro y en las fronteras. C-TPAT reconoce que la Aduana puede proveer el mayor grado de seguridad a través de la cercana cooperación entre los propietarios de la cadena de suministro: importadores, transportistas, agentes aduaneros, almacenes y empresas de manufactura.

- **BASC (Business Alliance for Secure Commerce)**

Alianza Empresarial para un Comercio Seguro, La finalidad de este organismo sin fines de lucro es de asegurar y facilitar el comercio internacional estableciendo estándares y procedimientos globales de seguridad aplicados a la cadena logística, en asociación con administraciones aduaneras y autoridades gubernamentales.

La certificación tiene una validez de un (1) año, en consecuencia, las Empresas serán auditadas anualmente con el objetivo de verificar el mantenimiento y mejoramiento del sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC. (Organization, s.f.)

## **Certificación Global GAP**

Estas normas internacionales aseguran las buenas prácticas agrícolas. Con esta certificación, los ganaderos garantizan que cumplen los requisitos que aseguran el cumplimiento de calidad y seguridad en sus cosechas, logrando que los alimentos sean elaborados siguiendo criterios de sostenibilidad, respetando la seguridad, bienestar, higiene de los trabajadores y del medio ambiente.

La evaluación es de todo el proceso de producción, desde la siembra de las semillas, hasta la finalización del proceso productivo.

¿Es importante la certificación para los productores del Perú? Este país ha ido aumentando las exportaciones de frutas y hortalizas (en sus diversas presentaciones) de una manera sorprendente, siendo la principal causa de crecimiento de las agro-exportaciones (segundo sector más importante en exportaciones después de la minería).

Los principales compradores de productos agrícolas del Perú son países desarrollados, ocupando el primer lugar los países Norteamericanos y en segundo lugar los de Europa.

Estos países son muy exigentes en relación a los procesos productivos y la calidad de los productos que van a consumir, por lo que dicha certificación casi obligatoria para la entrada a dichos mercados.

#### 4.4.5 Determinación de operadores logísticos a intervenir

Un operador logístico es una empresa encargada de diseñar los procesos de una o de varias etapas de la cadena de suministro que incluye el transporte, almacenaje, trámites aduaneros, embarques y traslados al extranjero, entre otros, de forma óptima y eficiente.

La empresa Calmur S.A.C. realizará las exportaciones en INCOTERM FOB, por lo que la responsabilidad será hasta cuando la carga sea trasladada al buque, donde los riesgos serán transmitidos al comprador a partir de ese momento.

El agente de aduanas que será el operador logístico, será el responsable de coordinar el despacho de aduana de la mercancía, entrega de la misma al depósito temporal hasta la regularización de la DAM de exportación.

A continuación, se presenta una matriz de criterios donde se evaluará la elección de 3 operadores logísticos según cotizaciones previas, para escoger la mejor propuesta.

**Tabla 62 Criterios de selección para Operador Logístico**

<b>Criterios</b>	<b>Aduanera Capricornio S.A.</b>	<b>Palacios &amp; Asociados</b>	<b>Aduamerica</b>
<b>Precio</b>	4.5% FOB	5.8% FOB	5%FOB
<b>Tiempo de entrega</b>	No se encontraron quejas sobre retrasos	No se encontraron quejas sobre retrasos	No se encontraron quejas sobre retrasos
<b>Certificaciones</b>	BASC, MTC DGAC	BASC. OEA Perú, Bureau Veritas, ISO 9001.	ISO 9001, BASC, MTC DGAC.
<b>Eficiencia en el transporte</b>	Buena	Excelente	Muy buena
<b>Experiencia</b>	Tiene 23 años de experiencia en el mercado.	Tiene más de 40 años de experiencia en el mercado.	Tiene 20 años de experiencia en el mercado.

**Fuente:** Elaboración propia

Al desarrollar este cuadro de manera descriptiva, según información relevante para la empresa Calmur S.A.C. se pudo visualizar que la mejor opción fue la de Palacios y Asociados, principalmente porque cuenta con una excelente experiencia y conoce el rubro y eso permite contribuir a que se genere una cadena logística óptima.

A continuación, se detalla la elección por puntaje obtenido por cada operador logístico de manera cuantitativa.

**Tabla 63 Criterios de selección para Operador Logístico**

**Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno**

<b>Criterios</b>	<b>Importancia %</b>	<b>Aduanera Capricornio S.A.</b>	<b>Puntaje1</b>	<b>Palacios &amp; Asociados</b>	<b>Puntaje2</b>	<b>Aduamerica</b>	<b>Puntaje3</b>
<b>Precio</b>	30%	4	1.2	3	0.9	4	1.2
<b>Tiempo de entrega</b>	30%	5	1.5	5	1.5	5	1.5
<b>Certificaciones</b>	10%	3	0.3	5	0.5	3	0.3
<b>Eficiencia en el transporte</b>	20%	3	0.6	5	1	4	0.8
<b>Experiencia</b>	10%	4	0.4	5	0.5	3	0.3
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>4</b>		<b>4.4</b>		<b>4.1</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La responsabilidad del operador logístico Palacios & Asociados, recaerá en el traslado de la empresa maquiladora al puerto del Callao, almacenaje dentro del puerto y trámites de exportación correspondiente.

#### 4.4.6 Técnicas de cuantificación de demora

##### - Transporte marítimo:

La cuantificación del tiempo va a depender de la demora en la salida de la nave hacia el puerto de Nueva York. Las naves zarpan cada siete días y se demoren en llegar aproximadamente 17 días. Es importante tener en cuenta que la primera exportación, la mercancía estará sujeta a la asignación del canal rojo, por la cual se tendrá que aforar por un especialista de aduanas, durante aproximadamente 1 ó 2 días.

**Tabla 64: Cuantificación de la demora**

<b>Logística Internacional</b>	<b>Tiempo (En días u horas)</b>
<b>Compra de insumos</b>	3 días
<b>Elaboración del producto</b>	1 día
<b>Envase</b>	4 horas
<b>Embalaje</b>	4 horas
<b>Unitarización en pallets</b>	1 horas
<b>Manipuleo del almacén hacia el terminal marítimo.</b>	2 días
<b>Transporte al terminal marítimo</b>	2 horas
<b>Aduanas</b>	6 horas (1era. exportación: 01 día)
<b>Transporte internacional</b>	17 días

**Fuente:** Elaboración propia

**Elección de la cadena logística:**



**Figura 19 Elección de la cadena logística**

**Fuente:** Elaboración propia

## 4.5 Seguro de la mercancía

El principal objetivo de obtener un seguro para la mercancía es de protegerla de los riesgos que existen al momento del traslado de un lugar a otro, o al momento de su manipuleo en la carga o descarga de la misma, que en caso llegara a ocurrir algún siniestro, el asegurado es indemnizado por un monto económico, según contrato previo.

Al realizarse este contrato, la aseguradora asume los daños y pérdidas que se llegaran a dar a la mercancía transportada.

### Elementos del contrato de seguro

A continuación, se detalla los elementos que involucran el contrato de un seguro:

#### Tabla 65 Elementos del Contrato del seguro

**Tomador:** Es la persona física o jurídica que suscribe el contrato directamente con la aseguradora y realiza el pago de la prima, y no necesariamente es el titular de la mercancía

**Asegurado:** Es la persona física o jurídica en la que recae el riesgo por la que se asegura, y si en caso ocurriera algún siniestro, se recibe una prestación según las condiciones de la póliza.

**Asegurador:** Persona jurídica responsable de asegurar los riesgos que son negociados en el contrato y responder económicamente por los mismos en caso llegara a ocurrir algún siniestro.

**Beneficiario:** Persona natural o jurídica que recibe directamente la indemnización económica pactada en el contrato si llegara a ocurrir algún siniestro. Esta persona no necesariamente es el asegurado.

**Riesgo:** Es la posibilidad de que ocurriera un daño directamente al objeto asegurado.

**Siniestro:** Es la realización del riesgo.



**Prima:** Es una obligación principal del tomador ya que con ello permite constituir fondos necesarios para hacer frente al pago del siniestro.

**Póliza:** Es el contrato de seguro donde se especifican las condiciones generales, particulares y la tabla de beneficios.

Estos conceptos deben tomarse en cuenta al momento de buscar una aseguradora que mejor se adecue a las necesidades.

### **Documentos del contrato de seguro y su formalización**

La póliza de seguro es el documento principal que prueba la relación contractual existente entre el tomador y la aseguradora, es por ello que debe encontrarse por escrito y firmado por ambas partes, lo que demuestra la aceptación de los términos y condiciones establecidos.

Si se habla específicamente de mercancía, las pólizas se clasifican según se detalla:

#### **Tipo de pólizas**

**“Por viaje” o “a término”.** La cobertura de la mercancía en este caso es durante un viaje determinado.

**Póliza temporal:** Su objeto es brindar cobertura únicamente a un viaje eventual

**Póliza abierta:** Esta póliza obliga al asegurado a dar comunicación a la aseguradora por cada viaje realizado, estableciéndose una tasa por cada una, en función a la mercancía asegurada.

**Póliza flotante:** Dirigida a propietarios de mercancías que realizan frecuentemente, implica comunicar a la aseguradora el volumen anual previsto de mercancías transportadas, ya que en función a la misma se atribuye una tasa anual. Esta modalidad no es necesario dar aviso cada vez que se realicen los viajes.

Como se puede observar existen diferentes tipos de póliza que permiten al exportador escoger una de ellas de acuerdo a las necesidades específicas, para el caso de Calmur S.A.C.

el tipo de póliza que va a adquirir será una de “por viaje”, debido a que se contratará el seguro para la mercancía cuando se traslade desde el almacén hasta que este a bordo del buque.

Las condiciones generales usualmente contemplan riesgos como: rayo o explosión, incendio, accidente del medio de transporte, accidente del buque en el que se abordará, robo con intimidación. Respecto a las condiciones particulares se recogen los datos específicos de cada contrato.

Con lo que respecta al certificado del seguro, es el documento detalla el número de póliza y las coberturas o riesgos asegurados entre las partes.

En conclusión, como ya se mencionó anteriormente, el comercio de la caigua congelada se utilizará en el Incoterm 2010 FOB -Franco a bordo- aquí la entrega de la mercancía se produce en el puerto de origen, una vez que se ha embarcado la misma en el buque.

Por ello, el seguro a contratar por Calmur S.A.C. deberá asegurar desde que la carga de la caigua congelado salga del almacén de la empresa Artpack Perú S.A.C. hasta que los mismos hayan sido puestos a bordo del buque con destino al puerto de New York.

A continuación, se muestra mediante un gráfico el riesgo asumido por la empresa Calmur S.A.C. como vendedor de la mercancía.



**Figura 20 Cobertura del Incoterm FOB**

**Fuente:** (Perú, 2014)

Este Incoterm señala que el vendedor entrega la mercadería a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque.

Para lograr tener una estimación de la cobertura del seguro de mercancía se realizó la simulación con información referencial de MAPFRE seguros.

El costo de la póliza es de \$92.31 dólares, para el total de mercancía que se va a asegurar, tomándose en cuenta que el seguro es por cada envío de mercancía a puerto, y antes de tomar algún tipo de seguro, lo primero que se debe hacer, es tener en cuenta las características del producto, de modo de determinar con precisión los riesgos cubiertos y las exclusiones.

En conclusión como ya se mencionó, para total seguridad tanto del comprador como la del vendedor, Calmur S.A.C. contratará este tipo de seguro para cada viaje estipulado.

#### 4.6 Determinación de la vía de embarque

Para determinar la vía de embarque del producto (caigua congelada), se evaluarán los siguientes criterios:

- Costo de flete
- Frecuencia de salidas
- Restricciones a la carga
- Tiempo

**Tabla 66 Criterios de elección para la vía de embarque**

Criterios	Importancia%	Aéreo	Puntaje1	Marítimo	Puntaje2
Costo de flete	30%	1	0.3	5	1.5
Frecuencia de salidas	20%	5	1	3	0.6
Restricciones a la carga	20%	4	0.8	4	0.8
Tiempo	30%	5	1.5	3	0.9
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3.6</b>		<b>3.8</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Los aspectos más determinantes para escoger la vía de embarque son: el Costo del flete, ya que es uno de los factores que va a determinar el precio directo del producto en el lugar de destino; ya que por ser un producto congelado, el tiempo de vida permite ser trasladado por vía marítima que es la que se escogió.

## 5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 5.1 Fijación de precios

La empresa Calmur S.A.C, fijará el precio de su producto en base a los costos y a la competencia. En primer lugar se tomará como referencia el precio de las exportaciones en valor FOB del producto al mercado estadounidense y mediante ello se determinará en base a los costos a incurrir, el margen de ganancia de la empresa.

#### 5.1.1 Costos y precios

Se debe tomar en cuenta que la elección del Incoterm a utilizar ya que afecta directamente al precio, por lo que involucra responsabilidades económicas, logísticas, entre otras.

La empresa Calmur S.A.C. trabajará con el Incoterm FOB.

**Tabla 67 Principales precios a nivel mundial de la partida 070999**

(Precio por tonelada en dólares)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas
Alemania	2570	2581	2239	2219	2459
Estados Unidos de América	733	756	788	2333	810
Francia	1679	1740	1520	1534	1735
Reino Unido	2580	2543	2410	2028	2039
Países Bajos	2332	2326	2288	2314	2348
Austria	2713	3193	2435	2393	2785

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la tabla anterior, se puede observar los precios en dólares por tonelada de la partida 070999 y los principales mercados importadores en los últimos 5 años.

**Tabla 68 Principales precios de las exportaciones peruanas a Estados Unidos de la partida 0709999000**

(Precio por kilogramos en dólares)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Valor unitario, Dólar Americano/Kilograms	Valor unitario, Dólar Americano/Kilograms	Valor unitario, Dólar Americano/Kilograms	Valor unitario, Dólar Americano/Kilograms	Valor unitario, Dólar Americano/Kilograms
Estados Unidos de América	4,02	3,25	3,26	3,27	3,28

Fuente: Trade Map

Como se puede observar en la tabla anterior, se detalla los precios por kilogramos en dólares que actualmente se están vendiendo con la partida 0709999000 al mundo.

**Tabla 69 Principales precios de empresas peruanas que exportan con la partida 0709999000 al 2017**

Razón Social	Descripción Comercial	US\$ FOB	Peso Neto (Kg.)	Cantidad	Precio	Precio unidad
HANALEI S.A.C	CAYHUA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB.	1,862.40	660.57	97	19.2	1.28
HANALEI S.A.C	CAYHUA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB. PERU FOOD	2,764.80	980.64	144	19.2	1.28
HANALEI S.A.C	CAYHUA ENTERA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB.	2,764.80	1,245.51	144	19.2	1.28
HANALEI S.A.C	CAYHUA ENTERA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB.	2,764.80	980.64	144	19.2	1.28
HANALEI S.A.C	CAYHUA ENTERA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB.	633.60	224.73	33	19.2	1.28
HANALEI S.A.C	CAYHUA ENTERA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB.	3,782.40	1,341.57	197	19.2	1.28
HANALEI S.A.C	CAYHUA ENTERA CONGELADA 15 BOLSAS X 1 LB.	1,536.00	544.80	80	19.2	1.28

Fuente: Adex data Trade

Como se puede observar el precio por unidad que contiene 453 gr (1 lb) de caigua congelada se vende a \$1.28 en valor FOB.

## Determinación de precios

- Costos directos

**Tabla 70 Costos de Fabricación**

(Expresado en soles)

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo por Envío	Costo anual
Costo de producto tercerizado	1.00	11,664	11664.00	93312.00
Materia prima Caigua	0.90	6457.97	5812.17	46497.37
Transporte de materia prima	0.30	6457.97	1937.39	15499.12
Costo por bolsa	0.10	11664.00	1166.40	9331.20
Costo de caja de cartón	0.50	729	364.50	2916.00
Transporte desde la empresa maquiladora hacia puerto	0.20	6105.31	1221.06	9768.50
<b>TOTAL INSUMOS EN PRODUCTOS</b>	<b>3.00</b>		<b>22165.52</b>	<b>177324.19</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Como se observa en la tabla anterior, para los costos directos se considera la compra de la materia prima que vendría a ser la caigua, el envase, el embalaje y el transporte del mismo.

**Tabla 71 Costo de exportación**

(Expresado en soles)

Descripción	Costo unitario	Costo por Envío	Costo anual
Seguro de carga	300.00	300.00	2,400.00
Certificado de origen	40.00	40.00	320.00
Certificado de Senasa	115.00	115.00	920.00
B/L	162.50	162.50	1,300.00
Handling	325.00	325.00	2,600.00
V°B - Agentes portuarios	552.50	552.50	4,420.00
Agenciamiento de Aduanas	170.00	170.00	1,360.00
Almacenaje	438.75	438.75	3,510.00
Carta de Crédito	260.00	80.00	640.00
Almacenaje de maquila	1,000.00	1,000.00	8,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>3,183.75</b>	<b>25,470.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

- Costos indirectos

**Tabla 72 Gasto de personal**

(Expresado en soles)

Descripción	N° de empleados	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSAL UD 9%	Total anual
<b>Gerente General</b>	1	2,000.00	2,000.00	23,000.00	1,000	24,000.00	2,160.00	26,160.00
<b>Asistente de Logística</b>	1	1,200.00	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
<b>Asistente Comercial</b>	1	1,200.00	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
<b>TOTAL</b>	3							57,552.00

**Fuente:** Elaboración propia

En el cuadro anterior, se observa el sueldo del personal que de forma indirecta interviene en el proceso. Recordemos que la empresa se encuentra en el régimen laboral especial de microempresa, en donde las ventas no superan los 150 UIT.

**Tabla 73 Gastos fijos**

(Expresado en soles)

Descripción	Mensual	Anual
<b>Pago de alquiler de local</b>	1,000.00	12,000.00
<b>Servicios (luz, agua, telef e internet)</b>	400.00	4,800.00
<b>Total Gastos fijos</b>	<b>1,400</b>	<b>16,800</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede observar, en los costos indirectos de fabricación se está considerando el arrendamiento del local, que estará ubicado en Puente Piedra, con los principales servicios básicos que toda empresa requiere para entrar en funcionamiento, como es la luz, el agua, telefonía fija e internet.



**Tabla 74 Gastos administrativos****(Expresado en soles)**

<b>Materiales de oficina</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
<b>Hojas bond</b>	16.00	1	16.00	32.00
<b>Folder de palanca</b>	5.50	10	55.00	110.00
<b>Lapiceros</b>	0.80	10	8.00	48.00
<b>Lápices</b>	0.50	10	5.00	30.00
<b>Perforador</b>	5.50	5	27.50	27.50
<b>Engrapador</b>	7.00	5	35.00	35.00
<b>Hojas membretadas</b>	0.74	300	222.00	444.00
<b>Ingeniero Industrias Alimentarias</b>	750.00	1	750.00	6,000.00
<b>Asesor Contable</b>	250.00	1	250.00	3,000.00
<b>Total gastos administrativos</b>			<b>1,368.50</b>	<b>9,726.50</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Con respecto a los gastos administrativos, se considera como los requerimientos de economato, para cada área para llevar a cabo sus principales funciones.

**Tabla 75 Gastos de ventas****(Expresado en soles)**

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Página web	400.00
Espacio en la feria (Stand)	10000.00
Decoración del Stand	3500.00
Pasaje aéreo	2700.00
Hospedaje	1000.00
Movilidad	600.00
Alimentación	350.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	6000.00
Rueda de negocios	1200.00
comisionista	3500.00
<b>Gasto de venta total</b>	<b>29250.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Entre los principales gastos de ventas y marketing se consideran las ferias internacionales, ruedas de negocios, merchandising, ya que con todo esto se buscará que la empresa se dé a conocer en el mercado norteamericano, y a su vez contar con la elaboración de una página web, esto permitirá incrementar las ventas.

**Tabla 76 Costos fijos**

**(Expresado en soles)**

<b>Gastos de personal</b>	<b>57,552</b>
<b>Materiales indirectos</b>	1,233
<b>Gastos fijos</b>	16,800
<b>Gastos administrativos</b>	9,727
<b>Gasto de ventas</b>	29,250
<b>Costo fijo Total</b>	<b>114,562</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En el cuadro anterior, se observa los costos fijos totales que involucrará llevar a cabo el plan de negocios. Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de la producción.

**Tabla 77 Costos variables**

**(Expresado en soles)**

<b>Costo de producto tercerizado</b>	<b>177,324.19</b>
<b>Costo de exportación</b>	25,470.00
<b>Costo variable total</b>	<b>202,794.19</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En los Costos Variables, se considera el costo de los materiales de envase, embalaje, insumos y transporte, ya que estos varían de acuerdo a la cantidad de producción.

**Tabla 78 Estructura de Precios**

(Expresado en soles)

CVU	2.17
CFU	1.23
<b>Costo unitario</b>	<b>3.40</b>
Margen de ganancia	15%
<b>Valor de venta</b>	4.02
IGV	0.00
<b>Precio de venta soles</b>	<b>4.02</b>
<b>Precio de venta FOB dólares</b>	<b>1.24</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### 5.1.2 Cotización Internacional

La empresa HealthSmart of New York, será el distribuidor de la caigua congelada a través de supermercados ubicados en el estado de New York, con quien se acordará los puntos importantes para la venta, como es la cantidad, precio, plazo de entrega, modo de pago e Incoterm a utilizar.

Ello se coordinará mediante enlace telefónico y correo, ya que la agencia no cuenta con una sede en Lima-Perú, únicamente en New York que es 550 3rd AveNew York, NY 10016.

La cotización se estará trabajando con el Incoterm FOB, ya que es el Incoterm con la que trabaja dicha distribuidora, la forma de pago será mediante carta de crédito, irrevocable, confirmada a la vista. Una vez que se acepta la cotización con las condiciones acordadas con el cliente, el mismo enviará la orden de compra y a partir de ahí se enviará el despacho del producto.

A continuación, se presenta una cotización a trabajar con la distribuidora HealthSmart of NY.

N° PROFORMA	0001
CLIENT	HEALTHSMART OF NY LLC
CONTACT	VALERY HUDSON
E-MAIL	<a href="mailto:nycitygeeks@gmail.com">nycitygeeks@gmail.com</a>
WEB	<a href="http://www.healthsmartofny.com">http://www.healthsmartofny.com</a>
DATE	LIMA, PERU 30 DE ABRIL 2018



QUOTATION PRODUCT REPORT

ITEM	DESCRIPTION	QUANTITY	UND	VALUE (US\$)	TOTAL VALUE(US\$)
1	Frozen caigua bag	11664	pound	\$1.24	\$14,463.36

QUANTITY 11664 CAIGUAS'BOXES FOR 1 POUND EACH ONE  
 INCOTERM INCOTERM 2010 FOB CALLAO  
 PAYMENT CONDITIONS CONFIRMED IRREVOCABLE LETTER OF CREDIT PAYABLE AT SIGHT  
 DELIVERY TIME 27 DAYS AFTER SENDING THE PURCHASE ORDER

WAITING FOR YOUR ANSWER

**Fuente:** Elaboración propia

### **Figura 21 Modelo de cotización**

En la figura anterior se muestra la elaboración de la cotización a trabajar con la Empresa Distribuidora HealthSmart of NY. Para los siguientes despachos, se trabajará con las mismas cláusulas.

## **5.2 Contrato de compra venta internacional y sus documentos**

### **5.2.1 Contrato de compra venta internacional**

El contrato de compra – venta internacional es un acuerdo entre 2 partes domiciliadas en distintos países, donde se comercializa o transfiere mercancía ante el pago de un precio.

Para el caso de Calmur S.A.C., el contrato que realizará la empresa será en base al envío de la caigua congelada a New York - Estados Unidos.

### 5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta

La empresa Calmur S.A.C. trabajará en base a contratos con la Distribuidora Healthsmart of NY, con el fin de planificar y establecer negocios con el cliente, en un determinado tiempo, de esa manera se ofrecerá confianza y estrechas relaciones entre contactos.

Siicex, Guía de Mercado Estados Unidos (2013) indica que para hacer negocios con Empresas de Estados Unidos, es necesario tener en cuenta los siguientes puntos:

- La puntualidad es importante al momento de negociar en los Estados Unidos. Si existe probabilidad de llegar atrasado, se debe avisar con anticipación. Es imperativo que se tenga en cuenta que la primera reunión es fundamental para dar imagen de seriedad, confianza y credibilidad de la empresa.
- El empresario norteamericano supone que el visitante habla inglés; si no es así, es conveniente llevar un intérprete. Se debe evitar hablar de temas políticos, religiosos, de sexo, de razas y de la apariencia de las personas. También se debe tener especial cuidado en evitar críticas hacia las personas o costumbres del país. Algunos temas apropiados para una conversación son por ejemplo los deportes, viajes, comidas, literatura o cine.
- Si bien no se espera que el empresario entregue algún regalo, sí puede hacerlo. Algo bien recibido es algo propio de su país. El momento de entregarlo es después que se haya cerrado el negocio. Por norma general, las reuniones duran el tiempo acordado previamente salvo que estén interesados en llegar a acuerdos y no se desea que queden temas pendientes. La formalidad y el buen gusto son muy valorados en el mundo de los negocios norteamericano, por lo que el uso de terno y corbata es lo más aconsejable para los hombres. Para las mujeres también resultaría vestir con un traje de carácter conservador.
- Para el empresario estadounidense si el negocio no les parece interesante, lo dirán abiertamente y terminarán con la reunión lo antes posible. Y se debe considerar que esto último no obedece a una descortesía sino sencillamente a que ellos valoran el tiempo, tanto el de ellos como el de la contraparte.

### **5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios**

El contrato de compra-venta que llevará a cabo la empresa Calmur S.A.C. será en base a los acuerdos de la convención de Viena, cuyas cláusulas serán aceptadas por el importador. El contrato se detallará en el **anexo N° 08**.

### **5.3 Elección y aplicación del Incoterm**

Para la exportación de la caigua congelada, la empresa Calmur S.A.C. trabajará bajo los términos del Incoterm FOB, es decir que el vendedor entregará la mercadería a bordo del buque designado por el importador. En caso que ocurra algún siniestro o pérdida de la mercancía cuando ya se encuentre dentro del buque, el importador asumirá la absoluta responsabilidad y asumirá todos los gastos.

Según Siicex, INCOTERMS (2010) el término FOB se resume en lo siguiente:

- El vendedor cumple con la entrega y transmite el riesgo cuando la mercancía se encuentran a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.
- Debe realizar los trámites aduaneros.
- Sólo se usa para transporte marítimo o fluvial.

Se puede observar que las responsabilidades del vendedor llegan hasta la “manutención al partir”, Una vez puesta la mercancía a bordo del buque, el vendedor se desliga de responsabilidad alguna.

### **5.4 Determinación del medio de pago y cobro**

#### **5.4.1 Elección de medios de pago**

Según (Siicex, Formas y medios de pago internacionales, 2006) lo más importante a evaluar para considerar negocia las formas y medios de pago son las siguientes:

- Los antecedentes comerciales y financieros de importador
- El entorno económico del país
- Los costos que implican la utilización de determinadas formas y medios de pago internacionales

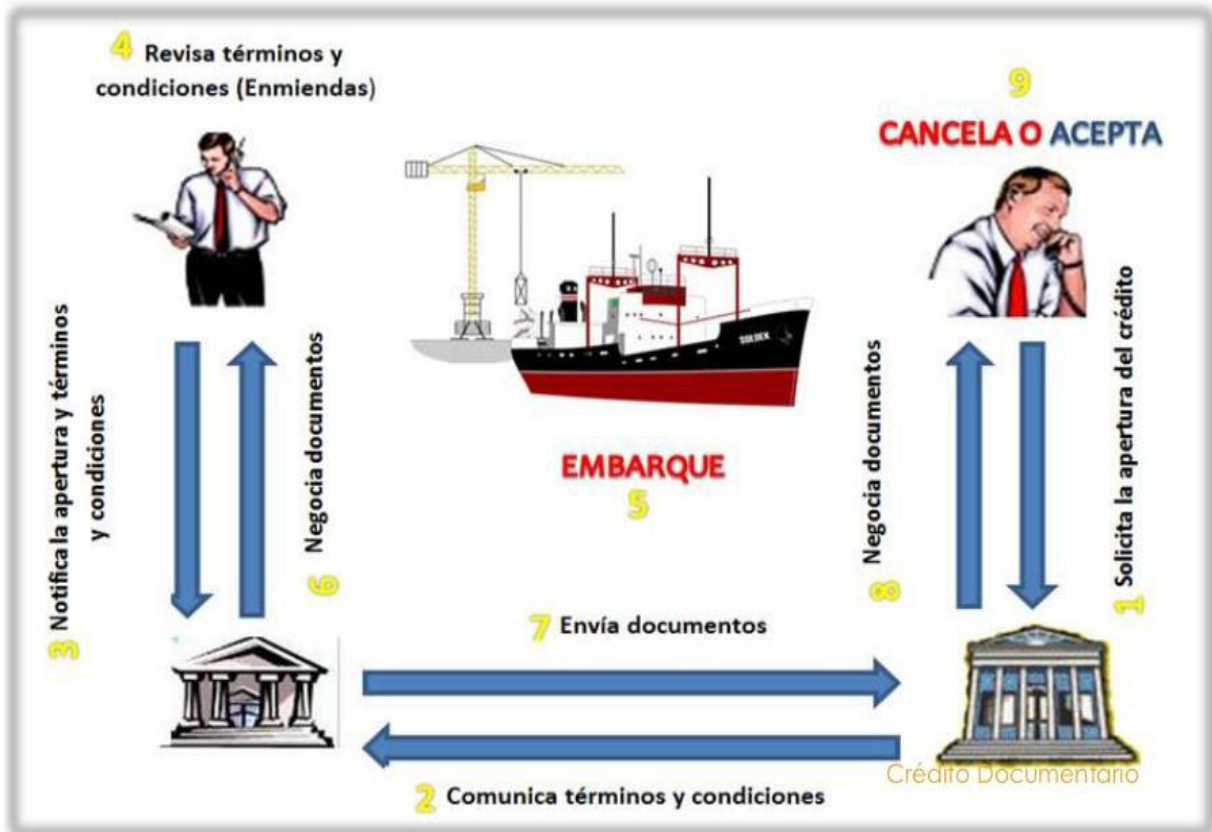
La empresa Calmur S.A.C. trabajará con el importador en base a crédito documentario.

Según (Siicex, Formas y medios de pago internacionales, 2006) la Carta de crédito es el medio de pago internacional mediante el cual el banco del importador a solicitud de este, (comprador u ordenante), se compromete a pagar – a la vista o a plazo – a un exportador (vendedor o beneficiario) una cantidad determinada, siempre y cuando se cumplan todos los términos y condiciones de la carta de crédito. Esta es la modalidad más segura para el exportador porque el banco del importador es quien asume la obligación de pago.

Por lo tanto este es el medio de pago más seguro para la empresa Calmur S.A.C. ya que el banco es el responsable de realizar el pago a través de la presentación de documentos de exportación.

La carta de crédito será confirmado ya que el banco emisor solicita al banco intermediario que añada su confirmación esto quiere decir que se subroga totalmente en las obligaciones que aquel tiene ante el beneficiario (exportador); irrevocable, porque estos no podrán ser anulados ni modificados bajo ningún caso sin la conformidad de ambas partes y Crédito a la vista donde el pago se realiza a la presentación de los documentos requeridos y conformes con lo estipulado.

En base a lo expuesto anteriormente se puede concluir que la empresa Calmur S.A.C. trabajará el pago mediante una carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista.



**Figura 22 Flujograma de Crédito Documentario**

**Fuente:** Google Imágenes

Se puede observar en la figura anterior de Flujo de Carta de crédito los siguientes pasos:

1. El importador solicita al banco emisor la apertura del crédito documentario mediante un documento.
2. El banco, tras la evaluación correspondiente de riesgos, emite el crédito documentario al beneficiario.
3. El banco avisador comunica al beneficiario la apertura del crédito documentario.
4. El exportador verifica todas las condiciones pactadas en el documento que se encuentren según se negoció con el importador.
5. Realiza el embarque de las mercancías y las hace llegar hasta el país de destino.



6. El beneficiario (exportador) entrega los documentos al banco avisador.
7. El banco avisador envía los documentos recibidos al banco emisor.
8. El banco emisor verifica que los documentos estén completos y paga al banco avisador.
9. El banco avisador cancela o abona al beneficiario.

### **5.5 Elección del régimen de exportación**

La empresa Calmur S.A.C. se acogerá al régimen de exportación definitiva, ya que se está realizando una exportación para el consumo.

Según Siicex, Exportación Definitiva (2013) la exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

### **5.6 Gestión aduanera del comercio internacional**

En el proceso de exportación definitiva los trámites a realizar son los siguientes:

1. Numeración de la DAM: El despachador de aduana transmite de manera electrónica la información de los datos provisionales contenidos en la DAM (40) a la SUNAT en cuya jurisdicción se encuentra la mercancía.  
SIGAD: Realiza la convalidación de la información, genera el número de DAM (40), comunica el plazo de 30 días calendarios para la regularización y deja expedita la mercancía para ser ingresada a Zona Primaria.
2. Ingreso de mercancías a zona primaria: El despachador de aduana ingresa la mercancía a un depósito temporal donde será embarcada para su exportación,
3. El depósito temporal transmite la información de la recepción de la mercancía dentro de las dos (02) horas contadas a partir de lo que suceda último:

La recepción de toda la mercancía o presentación de la DAM (40) por el despachador de aduana. El SIGAD la valida y asignará el canal de control (rojo o naranja).

4. El despachador de aduana solicita el reconocimiento físico, presentando lo siguiente:

La DAM canal rojo con autorizaciones especiales en original, si diera el caso.

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

Se realiza el procedimiento en presencia del exportador y/o despachador y/o representante del almacén.

El Especialista u Oficial será quien determine aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.

Producto del reconocimiento físico, pueden presentarse dos situaciones:

- Reconocimiento físico sin incidencia.
- Reconocimiento físico con incidencia: Diferencia de mercancías consignadas y encontradas.

5. Los terminales de almacenamiento son los responsables del traslado y entrega de la mercancía al transportista, detallando en la DAM la cantidad de bultos, peso bruto total, fecha y hora en que terminó el embarque para concluir con el sello y firma del mismo.

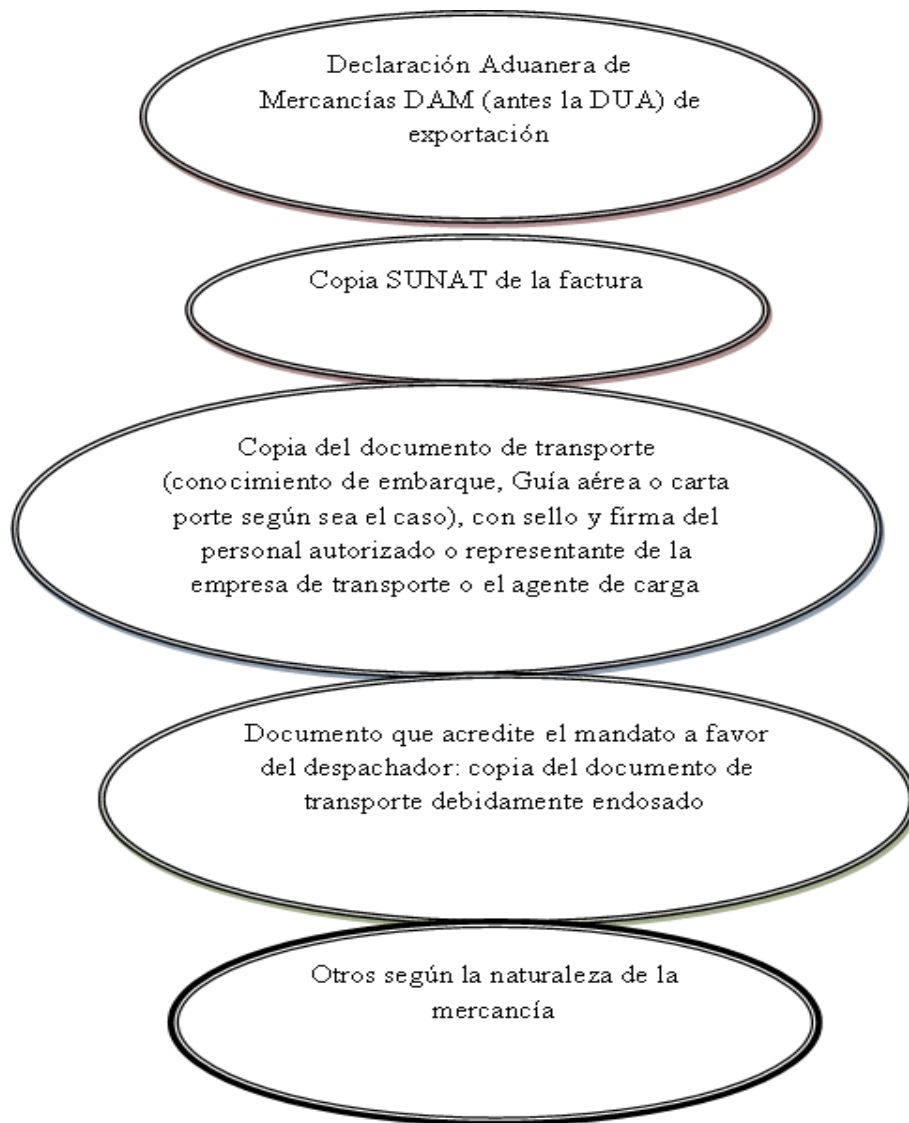
El terminal de almacenamiento, permite el embarque de las mercancías en situación de levante autorizado. Esta condición la obtienen la DAM con canal naranja o rojo. El embarque debe efectuarse dentro de los treinta días calendario posterior a la numeración de la DAM.

6. La administración aduanera mediante técnicas de análisis de riesgos determina cuales declaraciones se van a regularizar. Con tan solo aceptar la transmisión de la información complementaria y los documentos digitalizados. Con la presentación física de la DAM (40) y documentaciones que sustentaron la exportación a conformidad de la autoridad aduanera.

La regularización de la DAM (40) se debe efectuar dentro de los treinta días calendario posterior a la fechas del término del embarque.

### 5.7 Gestión de las operaciones de exportación. Flujograma

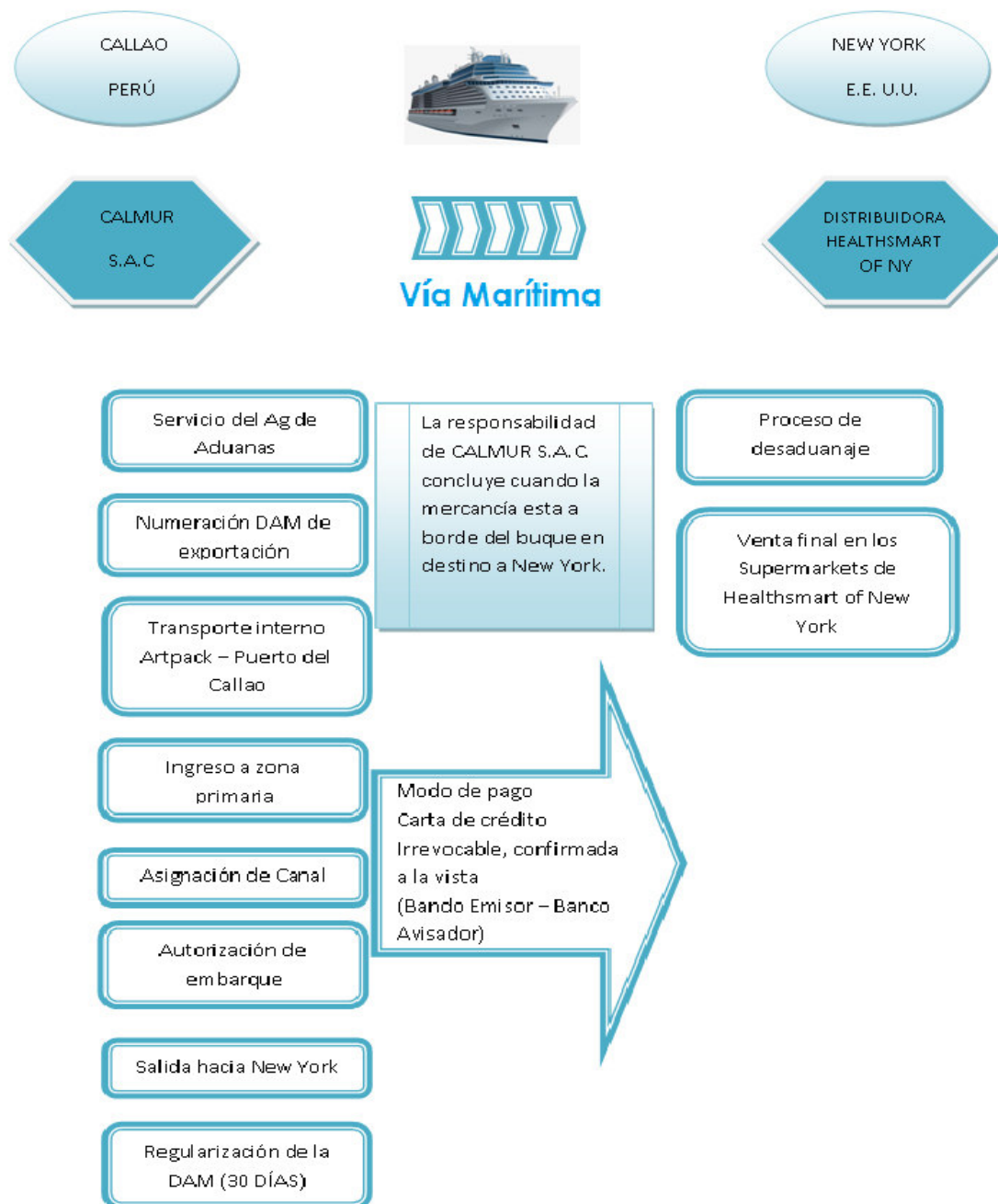
Para que la empresa Calmur S.A.C. pueda con todo el procedimiento de la exportación definitiva es necesaria la presentación de documentos exigidos por SUNAT:



**Figura 23 Documentos exigidos por SUNAT**

**Fuente:** Elaboración propia

## Flujograma de Exportación



**Figura 24** Flujograma de Exportación

**Fuente:** Elaboración propia

## 6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1 Inversión Fija

#### 6.1.1 Activos Tangibles

**Tabla 79 Activos tangibles**

(Expresado en soles)

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorios	3	250.00	750
Sillas giratorias	3	85.00	255
Muebles de espera	2	500.00	1,000
Estante de madera	3	180.00	540
Mesas (mesa de centro y comedor)	2	350.00	700
<b>Equipos</b>			
Computadoras	3	1300.00	3,900
Ventiladores	3	160.00	480
Impresora Multifuncional	1	1500.00	1,500
Microondas	1	400.00	400
<b>Costo de equipos y maquinarias</b>			<b>9,525</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se observa la inversión de los activos tangibles que se va a adquirir con el propósito de ser utilizado en las actividades que desarrolla la empresa, no para la venta. Está constituido por muebles, enseres y equipos tecnológicos.

#### 6.1.2. Activos Intangibles

**Tabla 80 Activos intangibles**

(Expresado en soles)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	1000.00
Marca	576.85
Constitución de empresa	947.27

<b>Licencia de funcionamiento</b>	53.80
<b>Garantía de local</b>	5000.00
<b>Inversión intangible</b>	<b>7577.92</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

## 6.2 Capital de Trabajo

**Tabla 81 Capital de trabajo**

(Expresado en soles)

<b>Capital de trabajo en soles</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo trimestral</b>
<b>Total capital de trabajo</b>		<b>68,065</b>	<b>131,933</b>
Capital de trabajo		62,065	125,933
Caja		6,000	6,000
<b>Costo de producto tercerizado</b>		<b>22,165.52</b>	<b>66,496.57</b>
Costo de producto tercerizado	1.00	11,664	34,992
Materia prima Caigua	0.90	5,812	17,437
Transporte de materia prima	0.30	1,937	5,812
Costo por bolsa	0.10	1,166	3,499
Costo de caja de cartón	0.50	365	1,094
Transporte desde la empresa maquiladora hacia puerto	0.20	1,221	3,663
<b>Gasto de personal</b>		<b>4,400.00</b>	<b>13,200.00</b>
Gerente General	2,000	2,000	6,000
Asistente de logística	1,200	1,200	3,600
Asistente Comercial	1,200	1,200	3,600
<b>Materiales indirectos</b>		<b>117.00</b>	<b>307.00</b>
Recogedor	5.50	5.50	5.50
Escoba	7.50	7.50	7.50
Jabón líquido	17.50	35.0	5.00
Paños	9.00	9.0	.00
Desinfectante (galón)	18.00	36.00	108.00
Papel Higiénico ( por paquete)	24.00	24.00	72.00
Gastos fijos		1,400.00	4,200.00
Pago de alquiler de local	1,000	1000.00	3,000
Servicios (luz, agua, telf e internet)	400	400.00	1,200
<b>Costo de exportación</b>		<b>3,363.75</b>	<b>9,861.25</b>
Seguro de carga	300.00	300.00	900

Certificado de origen	40.00	40.00	120
Certificado de Senasa	115.00	115.00	115.00
B/L	162.50	162.50	488
Handling	325.00	325.00	975
V°B - Agentes portuarios	552.50	552.50	1,658
Agenciamiento de Aduanas	170.00	170.00	510
almacenaje	438.75	438.75	1,316
Carta de Crédito	260.00	260.00	780
Almacenaje de maquila	1,000.00	1,000.00	3,000
<b>Gastos administrativos</b>		<b>1,368.50</b>	<b>2,618.50</b>
Hojas bond	16.00	16.00	16
Folder de palanca	5.50	55.00	55
Lapiceros	0.80	8.00	8
Lápices	0.50	5.00	5
Perforador	5.50	27.50	28
Engrapador	7.00	35.00	35
Hojas membretadas	0.74	222.00	222
Ingeniero Industrias Alimentarias	750.00	750.00	1,500
Asesor Contable	250.00	250.00	750
<b>Gastos de ventas</b>		<b>29,250.00</b>	<b>29,250</b>
Página web	400	400	
Espacio en la feria (Stand)	10000	10000	
Decoración del Stand	3500	3500	
Pasaje Aéreo	2700	2700	
Hospedaje	1000	1000	
Movilidad	600	600	
Alimentación	350	350	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	6000	6000	
Rueda de negocios	1200	1200	
comisionista	3500	3500	

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar la inversión del capital de trabajo. Para ello, debemos calcular cuánto es la inversión total que se necesita para hacer frente a los principales egresos operativos de la empresa, hasta que los ingresos puedan cubrir los egresos de los primeros meses.

### 6.3 Inversión Total

**Tabla 82 Inversión total**

**(Expresado en soles)**

<b>Datos de inversión</b>	<b>Inversión</b>
Diseño de página web	1000.00
Marca	576.85
Constitución de empresa	947.27
Licencia de funcionamiento	53.80
Garantía de local	5000.00
<b>Inversión intangible</b>	<b>7577.92</b>
Equipos y maquinaria	6280.00
Muebles y enseres	3245.00
<b>Inversión Tangible</b>	<b>9525.00</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>131933.32</b>
<b>Inversión Total</b>	
<b>Inversión tangible</b>	9,525.00
<b>Inversión intangible</b>	7,577.92
<b>Capital de trabajo</b>	131,933.32
<b>Total</b>	<b>149,036.24</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se detalla la inversión total que se requiere. Los montos están expresados en soles. El total a invertir para los activos tangibles será S/. 9,525.00; la inversión para los activos intangibles será S/. 7,577.92 y el capital de trabajo S/. 131,933.32

En base a la información detallada anteriormente, la inversión total requerida para este proyecto es de S/. 149,036.24. Se puede observar que el mayor porcentaje de dinero está representado por el capital de trabajo con 88.5% del total, asimismo los activos tangibles representan el 6.4% y los activos intangibles el 5.1% del total de la inversión.



## 6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

**Tabla 83 Estructura de financiamiento de la inversión**

(Expresado en soles)

Datos de financiamiento	
% Aporte propio	49%
% Financiado	51%
Préstamo	76,008
Aporte propio	73,028
<b>Total</b>	<b>149,036</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar la estructura del financiamiento de la empresa, que se constituye por el aporte del capital propio de 49%, necesario para poder comercializar el producto; con lo cual se deduce que el 51% que resta será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de S/. 75,818.00 mientras que el financiado por un préstamo es de S/. 78,912.00.

**Tabla 84 Flujo de caja de deuda**

(Expresado en soles)

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
<b>0</b>	<b>76,008</b>				<b>Escudo Fiscal</b>	
<b>1</b>	74,556	1,544.37	1,452.93	2,997	23.17	2,974.13
<b>2</b>	73,073	1,514.85	1,482.45	2,997	22.72	2,974.57
<b>3</b>	71,561	1,484.73	1,512.57	2,997	22.27	2,975.03
<b>4</b>	70,017	1,453.99	1,543.30	2,997	21.81	2,975.49
<b>5</b>	68,443	1,422.64	1,574.66	2,997	21.34	2,975.96
<b>6</b>	66,836	1,390.64	1,606.66	2,997	20.86	2,976.44
<b>7</b>	65,197	1,358.00	1,639.30	2,997	20.37	2,976.93
<b>8</b>	63,524	1,324.69	1,672.61	2,997	19.87	2,977.43
<b>9</b>	61,817	1,290.70	1,706.59	2,997	19.36	2,977.94
<b>10</b>	60,076	1,256.03	1,741.27	2,997	18.84	2,978.46
<b>11</b>	58,299	1,220.65	1,776.65	2,997	18.31	2,978.99

12	56,487	1,184.55	1,812.75	2,997	17.77	2,979.53
13	54,637	1,147.72	1,849.58	2,997	17.22	2,980.08
14	52,750	1,110.14	1,887.16	2,997	16.65	2,980.65
15	50,824	1,071.79	1,925.50	2,997	16.08	2,981.22
16	48,860	1,032.67	1,964.63	2,997	15.49	2,981.81
17	46,855	992.75	2,004.54	2,997	14.89	2,982.41
18	44,810	952.02	2,045.27	2,997	14.28	2,983.02
19	42,723	910.47	2,086.83	2,997	13.66	2,983.64
20	40,594	868.07	2,129.23	2,997	13.02	2,984.28
21	38,421	824.80	2,172.49	2,997	12.37	2,984.93
22	36,205	780.66	2,216.64	2,997	11.71	2,985.59
23	33,943	735.62	2,261.67	2,997	11.03	2,986.26
24	31,636	689.67	2,307.63	2,997	10.35	2,986.95
25	29,281	642.78	2,354.51	2,997	9.64	2,987.66
26	26,879	594.94	2,402.35	2,997	8.92	2,988.37
27	24,428	546.13	2,451.17	2,997	8.19	2,989.11
28	21,927	496.33	2,500.97	2,997	7.44	2,989.85
29	19,375	445.51	2,551.79	2,997	6.68	2,990.61
30	16,771	393.66	2,603.63	2,997	5.90	2,991.39
31	14,115	340.76	2,656.54	2,997	5.11	2,992.19
32	11,404	286.79	2,710.51	2,997	4.30	2,993.00
33	8,638	231.71	2,765.58	2,997	3.48	2,993.82
34	5,817	175.52	2,821.78	2,997	2.63	2,994.66
35	2,938	118.19	2,879.11	2,997	1.77	2,995.52
36	0	59.69	2,937.61	2,997	0.90	2,996.40

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el flujo de caja de deuda del préstamo de Calmur S.A.C., el cual se constituye por el saldo deudor. Se define como saldo deudor al préstamo que a medida se amortice, irá disminuyendo la deuda. La renta que es constante a lo largo de todo el periodo, siendo la suma del interés con la amortización.

La empresa al evaluar, creyó conveniente financiar parte de la inversión total, ya que se obtendrá mayor rentabilidad de lo invertido con el capital propio. A su vez se aprovechará el escudo fiscal, ya que al adquirir el préstamo bancario se pagan intereses como el costo de financiamiento, lo cual se deduce de la tasa del impuesto a la renta.

El ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por el interés, lo cual es restado a la renta para calcular el flujo de caja después del impuesto.

## 6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

**Tabla 85 Créditos - Capital de trabajo para microempresas**

Moneda Nacional	Caja Piura	Caja Sullana	Caja Trujillo
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	51.76%	38.62%	27.30%

**Fuente:** Elaboración propia en base a Cajas Municipales

Para la tabla anterior, se evaluó a 3 cajas municipales financieras en el mercado, de las tasas efectivas para la inversión del capital de trabajo.

Al ser Calmur S.A.C. una empresa que recién inicia con sus operaciones y por ende no contar con un historial crediticio, resulta difícil que alguna entidad financiera pueda otorgar un préstamo, es por ello que la empresa optó por realizar el préstamo con aval personal. Para ello se tomará en cuenta el historial crediticio que poseen los 3 accionistas, siendo esto la estrategia para poder financiar el préstamo.

Los requisitos son:

- Copia del documento de identidad de titular (y cónyuge si fuera el caso)
- Copia del RUC.
- Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (y otros documentos que solicite el asesor financiero)
- Copia del último recibo de servicios (agua, luz o teléfono)

**Tabla 86 Condiciones de crédito****(Expresado en soles)**

<b>Préstamo</b>	<b>76,008</b>
<b>Tiempo (mensual)</b>	36
<b>Tasa interés mensual</b>	2.03%
<b>Periodo de gracia con pago de intereses</b>	0
<b>Valor de la Cuota</b>	2,997

**Fuente:** Elaboración propia en base a la Caja Municipal de Trujillo

En la tabla anterior se observa las características del préstamo de la empresa, la cual se constituye por un monto de S/. 76,008 00 en tres años, con un costo efectivo mensual del 2.03% y anual de 27.30% la cual no cuenta con periodo de gracia y el valor de la cuota es de S/. 2,997.00. Cabe resaltar que, la tasa elegida a financiar por la empresa es de la Caja Municipal de Trujillo.

## 6.6 Presupuesto de Costos

- **Costos Directos:**

**Tabla 87 Costos de producto tercerizado****(Expresado en soles)**

<b>Años</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Costo de compra de producto tercerizado</b>	177,324.1 9	188,274.6 8	201,842.1 9	218,468.0 6	238,715.4 4
<b>Costos de Exportación</b>	24,550.00	25,276.90	26,275.18	27,572.93	29,453.92
<b>Costo de venta</b>	201,874.1 9	213,551.5 8	228,117.3 7	246,040.9 9	268,169.3 6

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 88: Costos de exportación****(Expresado en soles)**

<b>Descripción</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Seguro de carga</b>	2,400.00	2,472.00	2,570.88	2,699.42	2,885.74
<b>Certificado de origen</b>	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00
<b>B/L</b>	1,300.00	1,339.00	1,392.56	1,462.19	1,563.11
<b>Handling</b>	2,600.00	2,678.00	2,785.12	2,924.38	3,126.22
<b>V°B - Agentes portuarios</b>	4,420.00	4,552.60	4,734.70	4,971.44	5,314.57
<b>Agenciamiento de Aduanas</b>	1,360.00	1,400.80	1,456.83	1,529.67	1,635.25
<b>almacenaje</b>	3,510.00	3,615.30	3,759.91	3,947.91	4,220.39
<b>Carta de Crédito</b>	640.00	659.20	685.57	719.85	769.53
<b>Almacenaje de maquila</b>	8,000.00	8,240.00	8,569.60	8,998.08	9,619.12
<b>Total</b>	<b>24,550.00</b>	<b>25,276.90</b>	<b>26,275.18</b>	<b>27,572.93</b>	<b>29,453.92</b>

**Fuente:** Elaboración propia

- **Costos Indirectos:**

**Tabla 89: Materiales indirectos****(Expresado en soles)**

<b>Materiales de limpieza</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Útiles de limpieza</b>	1233.00	1234.0	1235.1	1236.1	1237.1
<b>Total de materiales indirectos</b>	<b>1,233.00</b>	<b>1,234.03</b>	<b>1,235.06</b>	<b>1,236.09</b>	<b>1,237.12</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 90: Gastos de personal****(Expresado en soles)**

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Gerente General</b>	26,160.00	27,468.00	28,841.40	30,283.47	31,797.64
<b>Asistente de logística</b>	15,696.00	16,480.80	17,304.84	18,170.08	19,078.59
<b>Asistente Comercial</b>	15,696.00	16,480.80	17,304.84	18,170.08	19,078.59
<b>Gasto de personal total</b>	<b>57,552.00</b>	<b>60,429.60</b>	<b>63,451.08</b>	<b>66,623.63</b>	<b>69,954.82</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 91: Gastos fijos****(Expresado en soles)**

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Pago de alquiler de local</b>	12,000.00	12,240.00	12,484.80	12,734.50	12,989.19
<b>Servicios (luz, agua, tlf e internet)</b>	4,800.00	4,947.98	5,100.52	5,257.77	5,419.86
<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>16,800.00</b>	<b>17,187.98</b>	<b>17,585.32</b>	<b>17,992.26</b>	<b>18,409.05</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 92: Gastos administrativos****(Expresado en soles)**

Materiales de oficina	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Útiles de oficina</b>	726.50	748.90	771.99	795.78	820.32
<b>asesor contable</b>	3,000.00	3,090.00	3,213.60	3,374.28	3,576.74
<b>Control de calidad</b>	6,000.00	6,180.00	6,427.20	6,748.56	7,153.47
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>9,726.50</b>	<b>10,018.90</b>	<b>10,412.79</b>	<b>10,918.62</b>	<b>11,550.53</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 93: Gastos de ventas****(Expresado en soles)**

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Página web	400	400	400	400	400
Espacio en la feria (Stand)	10,000	10,500	11,130	11,909	12,862
Decoración del Stand	3,500	3,675	3,896	4,168	4,502
Pasaje Áereo	2,700	2,835	3,005	3,215	3,473
Hospedaje	1,000	1,050	1,113	1,191	1,286
Movilidad	600	630	668	715	772
Alimentacion	350	368	390	417	450
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	6,000	6,300	6,678	7,145	7,717
Rueda de negocios	1,200	1,260	1,336	1,429	1,543
comisionista	3,500	3,675	3,896	4,168	4,502
<b>Total gasto de ventas</b>	<b>29,250</b>	<b>30,693</b>	<b>32,510</b>	<b>34,758</b>	<b>37,506</b>

**Fuente:** Elaboración propia**6.7 Punto de Equilibrio****Tabla 94: Costos fijos****(Expresado en soles)**

Gastos de personal	<b>57,552</b>
Materiales indirectos	1,233
Gastos fijos	16,800
Gastos administrativos	9,727
Gasto de ventas	29,250
<b>Costo fijo Total</b>	<b>114,562</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar los costos fijos de la empresa. Los costos fijos son aquellos que la empresa debe pagar independientemente así haya o no producción.

**Tabla 95: Costos variables**

(Expresado en soles)

<b>Costo de producto tercerizado</b>	<b>177,324.19</b>
<b>Costo de exportación</b>	25,470.00
<b>Costo variable total</b>	202,794.19

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar los costos variables de la empresa. Los costos variables son aquellos que la empresa debe pagar dependientemente de la producción, es decir que si hay más producción, los costos variables aumentarán, y viceversa.

**Tabla 96: Costos totales**

(Expresado en soles)

<b>Costo Fijo</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
114,562.00	202,794.19	<b>317,356</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el costo total que la empresa Calmur S.A.C. incurrirá. El costo total está constituido por la suma del costo fijo (CF) y el costo variable (CV) que hacen un total de S/. 317,356 para el primer año.

**Tabla 97 Estructura de precio**

(Expresado en soles)

<b>CVU</b>	<b>2.17</b>
<b>CFU</b>	1.23
<b>Costo unitario</b>	<b>3.40</b>
<b>Margen de ganancia</b>	15%
<b>Valor de venta</b>	4.02
<b>IGV</b>	0.00



Precio de venta	4.02
Precio de venta FOB	1.24
Punto de equilibrio ( En cantidad)	62,191
Punto de equilibrio ( En dinero)	249,722

**Fuente:** Elaboración propia

### **Cálculo del punto de equilibrio para el producto:**

#### **Donde:**

**Q** = Cantidad en unidades

**Pv** = Precio de venta por unidad

**CVU** = Costo variable por unidad

**CFT** = Costo fijo total

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

#### **Para cubrir los costos entonces:**

Productos en un año: 93 312 unidades

Costo fijo total: S/.114,562.00

Precio de venta: 4.02 por unidad

Costo variable unitario = 2.17

#### **Desarrollando con la fórmula:**

$$\frac{114,562.00}{4.02 - 2.17} = 62,191 \text{ unidades.}$$

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar en donde los ingresos son iguales a los egresos es 62,191 unidades anuales para no ganar ni perder y la venta adicional de una unidad representará la ganancia para la empresa.

$$\text{Punto de equilibrio en dinero: } 62,191 * 4.02 = 249,722.00$$

## 6.8 Presupuesto de Ingresos

**Tabla 98: Ventas en los próximos años**

**(Expresado en soles)**

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	374,682	385,923	401,359	421,427	446,713

**Fuente:** Elaboración propia

Según la tabla anterior, las ventas son el reflejo de los cinco años proyectados según evaluación. El valor representado por los ingresos por las ventas del primer año es de S/. 374,682.00 el cual se explica así:

Se exportará 5283.79 kg que por la proporción que esta cantidad representa es de un total de 11664 unidades a comercializar el primer año. A la par se ha evaluado el precio de venta por unidad y este es igual a S/. 4.02 es decir en dólares a un precio FOB \$ 1.24.

Luego de estas dos premisas ya podemos conocer nuestra venta del primer año, es decir los S/. 374,682.00 proyectados.

- Precio de venta: \$ 1.24
- Venta (año 1): Cantidad del producto \* precio de venta = 374,682.00
- En el transcurso de los cuatro años restantes nuestra tendencia de crecimiento será de 3%, 4%, 5% y 6% respectivamente.

**Tabla 99: Saldo a favor del exportador****(Expresado en soles)**

<b>Años</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Costo de compra de producto</b>	177,324	188,275	201,842	218,468	238,715
<b>Gastos administrativos</b>	9,727	10,019	10,413	10,919	11,551
<b>Gasto de ventas</b>	29,250	30,693	32,510	34,758	37,506
<b>Materiales indirectos</b>	1,233	1,234	1,235	1,236	1,237
<b>Total</b>	217,534	230,220	246,000	265,381	289,009
<b>IGV de ventas 18%</b>	0	0	0	0	0
<b>IGV Compras 18%</b>	39,156	41,440	44,280	47,768	52,022
<b>Diferencias de IGV</b>	39,156	41,440	44,280	47,768	52,022
<b>Devolución del IGV</b>	39,156	41,440	44,280	47,768	52,022

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el saldo a favor del exportador que viene a ser el IGV de compras, ya que al realizarse exportación no se paga el IGV de venta. Por lo tanto, la devolución del I.G.V. de compras se considera dentro de los ingresos en el estado de ganancias y pérdidas y también en el flujo de caja económico.

## 6.9 Presupuesto de egresos

**Tabla 100: Tasa de inflación de los años 2013 al 2017**

<b>Año</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Tasa de inflación</b>	3.22%	4.40%	3.23%	3%	1.36%

**Fuente:** Elaboración propia en base al Banco Central de Reserva del Perú (BCR)**Tabla 101: Tasa de Inflación**

<b>Tasa de Inflación</b>	
<b>Inflación</b>	3.08%

**Fuente:** Elaboración propia

- **Costos Directos**

**Tabla 102: Presupuesto proyectado de costos variables**

(Expresado en soles)

Años	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Costo de compra de producto tercerizado</b>	177,324.19	188,274.68	201,842.19	218,468.06	238,715.44
<b>Costos de Exportación</b>	24,550.00	25,276.90	26,275.18	27,572.93	29,453.92
<b>Costo de venta</b>	201,874.19	213,551.58	228,117.37	246,040.99	268,169.36

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 103 Presupuesto proyectado de costos fijos**

(Expresado en soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Gastos de personal</b>	57,552.00	60,429.60	63,451.08	66,623.63	69,954.82
<b>Materiales indirectos</b>	1,233.00	1,234.03	1,235.06	1,236.09	1,237.12
<b>Gastos fijos</b>	16,800.00	17,187.98	17,585.32	17,992.26	18,409.05
<b>Gastos administrativos</b>	9,726.50	10,018.90	10,412.79	10,918.62	11,550.53
<b>Gasto de ventas</b>	29,250.00	30,692.50	32,510.05	34,757.75	37,506.37
<b>Total</b>	114,561.50	119,563.01	125,194.30	131,528.37	138,657.89

**Fuente:** Elaboración propia

### 6.10 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un informe financiero de la liquidez de la empresa expresado en ingresos y egresos. La diferencia de dichos montos será el resultado que muestra el excedente o déficit del flujo.

### 6.10.1 Flujo de caja económico

**Tabla 104: Flujo de caja económico**

(Expresado en soles)

Período (años)	0	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Ingresos Operativos</b>		413,838	427,362	445,639	469,196	498,735
<b>Egresos Operativos</b>		339,089	350,641	364,328	384,607	414,308
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		74,749	76,721	81,311	84,589	84,426
<b>Inversiones en Activo Fijo Tangible</b>	9,525					
<b>Inversiones en Activos Fijo intangible</b>	7,578					
<b>Inversiones en Capital de Trabajo</b>	131,933					131,933
<b>Valor residual</b>						2,063
<b>Total flujo de Inversiones</b>	149,036	0	0	0	0	133,996
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-149,036</b>	<b>74,749</b>	<b>76,721</b>	<b>81,311</b>	<b>84,589</b>	<b>218,422</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el flujo de caja económico, el cual se constituye por los ingresos operativos menos los egresos operativos, detallados en el estado de ganancias y pérdidas, y al finalizar se considera el valor residual.

### 6.10.2 Flujo de caja financiero

**Tabla 105 Flujo de caja financiero**

(Expresado en soles)

<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-149,036</b>	<b>74,749</b>	<b>76,721</b>	<b>81,311</b>	<b>84,589</b>	<b>218,422</b>
<b>Flujo de deuda</b>						
<b>- Ingresos por préstamos</b>	76,008					
<b>- Egresos por servicio de deuda</b>		35,721	35,801	35,903		
<b>Total flujo de deuda</b>	76,008	35,721	35,801	35,903	-	-
<b>Total Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-73,028</b>	<b>39,028</b>	<b>40,920</b>	<b>45,408.57</b>	<b>84,589</b>	<b>218,422</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior, se observa el flujo de caja financiero, el cual incluye en el año cero la deuda total por el préstamo, como también dentro del egreso por el servicio de deuda, está considerado el escudo fiscal por el ahorro tributario.

## 6.11 Estado de Ganancias y Pérdidas

**Tabla 106: Depreciación de activos tangibles**

(Expresado en soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5	Depreciación acumulada	valor residual
Computadoras	3,900.00	25%	975.00	975.00	975.00	975.00	0.00	3900.00	0
Impresora Multifuncional	1,500.00	25%	375.00	375.00	375.00	375.00	0.00	1500.00	0
Ventiladores	480.00	10%	48.00	48.00	48.00	48.00	48.00	240.00	240
Microondas	400.00	10%	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	200.00	200
Muebles y enseres	3,245.00	10%	324.50	324.50	324.50	324.50	324.50	1622.50	1623
<b>Total</b>			<b>1762.50</b>	<b>1762.50</b>	<b>1762.50</b>	<b>1762.50</b>	<b>412.50</b>	<b>7462.50</b>	<b>2063</b>

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

**Tabla 107 : Amortización de activos intangibles**

(Expresado en soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortización intangibles	7578	20%	1,515.58	1,515.58	1,515.58	1,515.58	1,515.58
Acumulado			1,515.58	3,031.17	4,546.75	6,062.34	7,577.92

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

**Tabla 108 Depreciación y amortización****(Expresado en soles)**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Depreciación +Amortización</b>	<b>3,278.08</b>	<b>3,278.08</b>	<b>3,278.08</b>	<b>3,278.08</b>	<b>1,928.08</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 109: Estado de ganancias y pérdidas****(Expresado en soles)**

<b>Estado de Ganancias y perdidas</b>					
<b>Periodo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Ingresos</b>	413,838	427,362	445,639	469,196	498,735
<b>Costo de venta</b>	201,874	213,552	228,117	246,041	268,169
<b>Utilidad bruta</b>	<b>211,964</b>	<b>213,811</b>	<b>217,522</b>	<b>223,155</b>	<b>230,565</b>
<b>Gastos de ventas</b>	29,250	30,693	32,510	34,758	37,506
<b>Gastos fijos</b>	16,800	17,188	17,585	17,992	18,409
<b>Gastos de personal</b>	57,552	60,430	63,451	66,624	69,955
<b>Materiales indirectos</b>	1,233	1,234	1,235	1,236	1,237
<b>Gastos administrativos</b>	9,727	10,019	10,413	10,919	11,551
<b>Depreciación y amortización</b>	3,278	3,278	3,278	3,278	1,928
<b>Utilidad operativa</b>	<b>94,124</b>	<b>90,969</b>	<b>89,050</b>	<b>88,348</b>	<b>89,979</b>
<b>Gastos Financieros</b>	16,446	11,116	4,332		
<b>Utilidad Ante de Impuestos</b>	<b>77,679</b>	<b>79,853</b>	<b>84,718</b>	<b>88,348</b>	<b>89,979</b>
<b>Impuesto a la renta</b>	6,208	6,410	6,685	7,038	7,481
<b>Utilidad neta</b>	<b>71,471</b>	<b>73,443</b>	<b>78,033</b>	<b>81,310</b>	<b>82,498</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el estado de ganancias y pérdidas de la empresa Calmur S.A.C. que da inicio con los ingresos por ventas, que involucra el monto total en soles de las ventas.

La utilidad bruta de S/. 211,964.00 en el primer año, esto representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. Además, los gastos operativos que

involucran los gastos de ventas, los gastos fijos, gastos de personal, materiales indirectos, gastos administrativos, depreciación y amortización.

La utilidad operativa de S/. 94,124.00 que resulta en el primer año, representa la utilidad obtenida por vender los productos, deduciendo todos los gastos operativos. Dicho monto no considera los costos financieros ni fiscales.

Posterior a ello para la utilidad antes de impuestos, se resta a la utilidad operativa los gastos financieros, que vienen a ser los intereses por el préstamo obtenido con la financiera, obteniendo el monto de S/. 77,679.00.

Por último, para la Utilidad Neta se le resta a la utilidad antes de impuesto, la tasa de impuesto a la renta, obteniendo S/. 71,471.00 que viene a ser la utilidad para los accionistas después de haber cumplido con todas las obligaciones.

## 6.12 Evaluación de la Inversión

### 6.12.1 Evaluación Económica

**Tabla 110: Resultados económicos**

<b>VANE</b>	<b>S/. 108,812.25</b>
<b>TIRE</b>	51.71%
<b>B/C (FCE)</b>	1.89

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior, se observa la respectiva evaluación económica de la empresa Calmur S.A.C. y con ello se concluye que este proyecto es rentable, ya que el flujo de efectivo económico cumple con las 3 condiciones para que pueda ser aceptado, dando como resultado VANE igual a S/. 108,812.25 un TIRE de 51.71% y un beneficio/costo de 1.89, esto significa que se cumple los siguientes requisitos para que un proyecto sea rentable:



**VAN > 0**

**TIR > COK**

**B/C > 1**

**Tabla 111: Periodo de recuperación económica**

**(Expresado en soles)**

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
<b>FCE 0</b>	-149,036	61,590	52,086	45,484	38,988	82,950
<b>FCE 0 Acumulado</b>		61,590	113,676	159,160	198,147	281,097

**Fuente:** Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 33 meses

En la tabla anterior se observa el periodo de recuperación económica, y se tiene en cuenta el CPPC de 21.37%. Entonces, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 36 meses.

### 6.12.2 Evaluación Financiera

**Tabla 112: Resultados financieros**

<b>VANF</b>	<b>S/. 150,325.31</b>
<b>TIRF</b>	69.01%
<b>B/C (FCE)</b>	3.38

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se observa que por tratarse de un flujo de caja financiero el Vanf > Vane, Tirf > tasa de interés del banco, se produce un escudo fiscal para beneficio del inversionista. Entre los resultados que se obtuvieron de VANF igual a S/. 150,325.31, un TIRF de 69.01% y un beneficio/costo (b/c) de 3.38; se concluye que el proyecto es más rentable. De acuerdo con el análisis financiero, en ambos casos el proyecto es bueno, siendo en la evaluación financiera donde se obtiene mejores resultados.

**Tabla 113 Periodo de recuperación financiera**

(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-73,028	33,757	30,613	29,382	47,342	105,734
FCE Acumulado		33,757	64,369	93,752	141,094	246,827

**Fuente:** Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 27 meses

En la tabla anterior se muestra el cuadro de periodo de recuperación financiera teniendo el costo de oportunidad (COK) de 15.62%. A su vez, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperaría en 27 meses.

### 6.12.3 Evaluación Social

El presente proyecto es acerca de la exportación de la caigua congelada; que no genera algún conflicto social, sino todo lo contrario, hace un impacto positivo a la economía del país al generar nuevos puestos de trabajo.

### 6.12.4 Impacto Ambiental

Calmur S.A.C. es una empresa que exportará caigua congelada, teniendo responsabilidad con el medio ambiente, buscando criterios que permitan el desarrollo sostenible. Los residuos que pudieran acumularse y que puedan afectar al medio ambiente, la empresa buscará desecharlos de manera adecuada sin causar algún tipo de daño a las personas o al medio ambiente.

Los procesos realizados por la empresa Calmur S.A.C., no presenta algún impacto de manera negativa en el ambiente, por ende, se considera que el plan de negocios, desde el punto de vista ambiental, es viable.

### 6.13 Evaluación de Costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad, que también es conocido como (COK), es el mínimo valor que el inversionista espera recibir por su inversión. A partir del COK, las empresas generan valor para el propietario.

El costo de oportunidad está relacionado con el riesgo que existe en el mercado. Aplicado al presente caso es el retorno que se espera en función a los rendimientos del mercado que tiene la empresa Calmur S.A.C. y el riesgo es igual a la variación que existe entre el retorno real y lo esperado.

**Tabla 114: Aporte Propio**

(Expresado en soles)

Fuente	Porcentaje	Monto
Aporte propio	49%	S/. 73,028

**Fuente:** Elaboración propia

T/C 3.25

Se tiene un capital propio de S/.73,028.00 de acuerdo a este capital, el inversionista realiza una evaluación de mercado para conocer cuál es la rentabilidad máxima que podría obtener por dicha inversión.

### Cálculo del Beta Apalancado

**Tabla 115 Indicadores utilizados para el cálculo del Beta Apalancado**

D	51%
E	49%
d/e	104%
Tx	1.5%
Beta	1.2
beta apalancado	2.41

**Fuente:** Elaboración propia

## Cálculo del Costo de Oportunidad

**Tabla 116 Cálculo del Costo de Oportunidad por el método capm**

<b>K<sub>proy</sub> =</b>	<b>R<sub>f</sub>+B(R<sub>m</sub>-R<sub>f</sub>)+R<sub>P</sub></b>	
<b>K<sub>PROY</sub></b>	Costo de capital propio	15.62%
<b>R<sub>f</sub></b>	Tasa libre de riesgo	1.89%
<b>B</b>	Beta del sector	2.41
<b>R<sub>m</sub> – R<sub>f</sub></b>	Prima por riesgo del mercado	5.69%
<b>R<sub>p</sub></b>	Prima por riesgo país	0

**Fuente:** Elaboración propia

A continuación, se realizará el cálculo del costo promedio ponderado de capital (CPPC):

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

**Tabla 117: Cálculo del CPPC**

- Capital	49%
- Deuda	51%
- Cok	15.62%
- Costo de la deuda	27.30%
- Tax Perú	1.50%
- WACC	<b>21.37%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

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

$$CPPC = (51\% * 27.30\%) * (1-1.50\%) + (49\% * 15.62\%)$$

$$CPPC = 21.37\%$$

## 6.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Este análisis consiste en colocar diferentes escenarios y evaluar el impacto ocasionado en el presupuesto de caja. Por ejemplo, si se diera el caso de una disminución del tipo de cambio, ello llevaría a la consecuencia de un ingreso menos de efectivo para la empresa, por ende el aumento de costos y gastos. Para la empresa Calmur S.A.C. podría tomar medidas de contingencia y evitar el impacto de estas variaciones del valor de la divisa, como es el forward.

Según BCRP, s.f. son operaciones de compra o venta de una divisa específica, por ejemplo dólares a una determinada fecha futura, fijando el tipo de cambio futuro al momento de pactarse la operación. Algunas ventajas son las siguientes:

- Permite una cobertura de riesgo cambiario.
- La empresa puede fijar sus costos.
- Mejora el riesgo de la empresa ante la fluctuación del tipo de cambio.
- Ayuda a la elaboración de presupuestos más reales.
- Permite a la empresa concentrarse en su negocio.
- No tiene costos adicionales.

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

**Tabla 118: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio**

(Expresado en soles)

	TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
<b>Optimista</b>	3.35	113,885.87	54%	1.97	157,334.57	72%	3.54
	3.30	110,486.29	53%	1.92	152,638.01	70%	3.43
<b>Conservador</b>	3.25	108,812.25	51.71%	1.89	150,325.31	69.01%	3.38
	3.10	103,790.15	49%	1.80	143,387.22	66%	3.22
<b>Pesimista</b>	2.85	91,015.98	43%	1.58	125,739.57	58%	2.83

**Fuente:** Elaboración propia

Nota: T/C 3.25

En la tabla anterior se muestra el análisis de sensibilidad del tipo de cambio, y su impacto en los diferentes indicadores, tanto económicos como financieros. Un ejemplo para un tipo de cambio S/. 3.35 se obtiene un B/C económico de 1.97, que significa que por cada sol que se invierte, se está ganando S/. 0.97, es decir, a mayor tipo de cambio, mayor beneficio -costo para el caso de las exportaciones.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- Sobre la organización y los aspectos legales de la empresa Calmur S.A.C. será una sociedad anónima cerrada (S.A.C.) ideal para las empresas que recién inician sus operaciones, ya que la transferencia de acciones se realiza de manera privada y sobre todo por los trámites, son más rápidos y sin tantos requisitos a comparación de otros regímenes.
- Debido al régimen laboral al que la empresa se va a acoger, el personal gozará de pocos beneficios, y como modo de incentivo se incrementará anualmente el 5% al sueldo de los colaboradores, para con ello reducir la alta rotación, ya que ello conlleva a que la empresa incurra en costos adicionales.
- Por otro lado, respecto al plan de marketing, Calmur S.A.C. exportará caigua congelada. De acuerdo a la evaluación realizada al mercado objetivo, seleccionado mediante tabla de ponderación en base a criterios objetivos, la venta del producto será a la ciudad de New York, teniendo como base el histórico de la demanda del producto, donde se visualiza un crecimiento sostenido durante los últimos 5 años y conjuntamente con el análisis de variables macroeconómicas, sustentan la ciudad de destino del plan de negocios.
- El presupuesto de marketing sustentará las ventas proyectadas para los próximos 5 años, considerando desde el año 2019 al 2023. Entre las estrategias de promoción se tiene participación en ferias internacionales, merchandising, página web, rueda de negocios, agregados comerciales y un comisionista en en mercado de destino.
- Para llevar a cabo todo el proceso de exportación, la empresa ha decidido realizar maquila de su producto, y para ello cuenta con todo lo necesario para realizar exitosamente el proceso logístico, teniendo como contingencia proveedores adicionales en el tema de materia prima, maquila, transporte, operadores logísticos, y distribuidores. Por si se da un incremento considerable de la demanda.
- Con respecto a la exportación de la caigua congelada al destino de New York, el medio de pago a utilizar es la carta de crédito irrevocable, confirmada a la vista; la exportación

de realizará en base al Incoterm 2010 FOB, la mercancía se entregará aborde del buque designado por el importador en el puerto del Callao.

- Y por último con respecto a la evaluación económica – financiera del proyecto del plan de negocio se llega a la conclusión que éste es viable por los siguientes criterios, una TIR Económica de 51.71% y una TIR Financiera de 69.01% por encima del costo de oportunidad especificado como base. Por otro lado, genera un VAN Económico de S/. 108,812.25 y un VAN Financiero de S/.150,325.31 y un Beneficio Costo en base al flujo de caja Económico de 1.89, y en base al flujo de caja económico financiero de 3.38. Estos indicadores garantiza una rentabilidad en el presente plan, siendo viable para la incursión en este tipo de negocio y en el mercado de destino seleccionado.



## 7.2 Recomendaciones

- Se recomienda en primer lugar una constante evaluación del mercado, acerca de la tendencia de consumo y preferencias del consumidor, y sobre todo de la competencia, ya que estas variables son muy dinámicas en todos los mercados y son aspectos que toda empresa debe tener en cuenta para un negocio exitoso y a largo plazo. Para ello también es imprescindible renovar las estrategias de marketing, visitas a ferias y eventos donde se pueda difundir el nombre de la empresa, la marca y el producto.
- Se recomienda realizar evaluaciones internas a la empresa para asegurar que haya siempre un adecuado funcionamiento en todas las áreas que la integran y conocer así las amenazas y debilidades que puede perjudicar a corto o largo plazo y se puedan solucionarlas y cambiarlas a tiempo.
- Por último, se recomienda tener una constante evaluación económica-financiera de la empresa para con ello mantener una rentabilidad constante para los asociados y generar la viabilidad a largo plazo con un crecimiento constante.

## Referencias Bibliográficas

1. Adex Data Trade. (2017). *Exportaciones*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.adexdatatrade.com/Members/Comercial.aspx>
2. Adex Data Trade. (2017). *Perfil de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.adexdatatrade.com/Members/PerfilPais.aspx>
3. Adex Data Trade. (2018). *Principales empresas peruanas exportadoras de la partida 0709999000 a Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.adexdatatrade.com/>
4. Census Bureau. (2017). *Datos específicos de las ciudades de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de [https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS\\_16\\_5YR\\_DP03&prodType=table](https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS_16_5YR_DP03&prodType=table)
5. Census Bureau. (2017). *Estados Unidos de América*. Recuperado el 25 de 04 de 2018
6. Euromonitor. (2018). *Perfil de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>
7. INDECOPI. (05 de 02 de 2007). *Ley marco de licencia de funcionamiento*. Recuperado el 20 de 04 de 2018, de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/ley28976.pdf>
8. INEI. (01 de 2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado el 20 de 04 de 2018, 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)
9. Kotler, P. (2003). *Fundamentos de marketing*. En P. Kotler.

10. Ley General de Sociedades. (s.f.).
11. MACMAP. (s.f.). *Clasificación arancelaria* . Recuperado el 10 de 05 de 2018, de <http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=07099990&country=842&partner=604&year=2017&source=1|ITC&AVE=1>
12. Minagri. (2017). *Producción de Caigua en el Perú*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://frenteweb.minagri.gob.pe/sisca/?mod=salida>
13. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (11 de 11 de actualizado el 2014). *Modelos y formatos referenciales*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www2.trabajo.gob.pe/guia-de-tramites/modelos-y-formatos/>
14. Ministerior de Trabajo y Promoción del Empleo. (s.f.). Obtenido de [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT\\_formation\\_laboral.pdf](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formation_laboral.pdf)
15. Municipalidad de Puente Piedra. (s.f.). *Licencia de Funcionamiento*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de [http://www.munipuentepiedra.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=243#procedimientos](http://www.munipuentepiedra.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=243#procedimientos)
16. OCDE. (2014). *Principales Estados de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
17. Peru.com. (21 de 05 de 2014). *¿Para qué sirven la visión, la misión y los valores en una empresa?* Recuperado el 20 de 04 de 2018, de <https://peru.com/actualidad/economia-y-finanzas/que-sirven-vision-mision-y-valores-empresa-noticia-253846>

18. PROMPERU. (2015). *Guía de Mercado de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>
19. PROMPERU. (2017). *Desarrollo de ficha técnica de productos - Inteligencia emocional*. Recuperado el 22 de 03 de 2017, de [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)
20. República, L. (26 de 06 de 2017). *¿Conoces cuántos tipos de contrato laboral hay en el Perú?* Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://larepublica.pe/economia/889715-conoces-cuantos-tipos-de-contrato-laboral-hay-en-el-peru>
21. RPP Noticias. (28 de 11 de 2011). *La caigua*. Recuperado el 25 de 05 de 2018, de <http://rpp.pe/lima/actualidad/la-caigua-reduce-la-vision-mito-o-verdad-noticia-425959>
22. SIICEX. (s.f.). *Desarrollo de Ficha Técnica de productos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Ficha%20t%C3%A9cnica%20de%20productos%20-%20Inteligencia%20Comercial.pdf>
23. SUNARP. (05 de 01 de 2017). *Reserva de nombre comercial*. Recuperado el 05 de 04 de 2018, de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2017/01/05/conoce-como-reservar-la-denominacion-o-razon-social-de-tu-empresa-en-24-horas>
24. SUNARP. (s.f.). *Información sobre Tipos de Personas Jurídicas*. Recuperado el 22 de 04 de 2018, de <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>
25. SUNAT. (s.f.).
26. SUNAT. (2013). Obtenido de <http://eboletin.sunat.gob.pe/images/ley-30056.pdf>
27. SUNAT. (2017). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso8.pdf>

28. SUNAT. (s.f.). Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/ruc.htm>
29. SUNAT. (s.f.). *Elaboracion de la Escritra Publica*. Recuperado el 15 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso2.pdf>
30. SUNAT. (s.f.). *Elaboro la Minuta de Constitución*. Recuperado el 10 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf>
31. SUNAT. (s.f.). *Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas*. Recuperado el 15 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso3.pdf>
32. SUNAT. (s.f.). *Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
33. SUNAT. (s.f.). *REMYPE*. Recuperado el 20 de 04 de 2018, de [www.sunat.gob.pe/novedades/remype/PF\\_REMYPE.doc](http://www.sunat.gob.pe/novedades/remype/PF_REMYPE.doc)
34. SUNAT. (s.f.). *Tratamiento arancelario por subpartida*. Recuperado el 25 de 05 de 2018, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
35. SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA, S. (2013). *LEY QUE MODIFICA DIVERSAS LEYES PARA FACILITAR LA INVERSIÓN, IMPULSAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL*. Recuperado el 20 de 04 de 2018, de <http://eboletin.sunat.gob.pe/images/ley-30056.pdf>
36. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanera. (2017). *Principales empresas exportadoras en el Perú*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=172.17100&\\_portletid\\_=sfi\\_chaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=%20709999000%20&pnomproducto=%20LAS%20DEM%C1S](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfi_chaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%20709999000%20&pnomproducto=%20LAS%20DEM%C1S)

37. TradeMap. (2017). *Exportaciones peruanas* . Recuperado el 25 de 04 de 2018, de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|604|||0709999000||8|1|1|2|2|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||0709999000||8|1|1|2|2|1|2|1|1)
38. TradeMap. (2017). *Importaciones de Estados Unidos de la partida 0709999000*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|842|||0709999000||8|1|1|1|2|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|842|||0709999000||8|1|1|1|2|1|2|1|1)
39. TradeMap. (2017). *Importadores*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3|||070999||6|1|1|1|2|1|2|1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|||070999||6|1|1|1|2|1|2|1)
40. TradeMap. (2018). *Exportaciones*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3|||070999||6|1|1|2|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|||070999||6|1|1|2|1|2|1|1)
41. USITC . (2017). *Demanda de New York de la partida 0709999000*. Recuperado el 25 de 04 de 2018
42. USITC. (2018). *Principales importaciones a la ciudad de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://www.usitc.gov/>
43. Yellowpages. (s.f.). Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://www.yellowpages.com/new-york-ny/mip/spice-corner-4143925?lid=4143925>
44. YellowPages. (2018). *The Real Yellow Pages*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://www.yellowpages.com/new-york-ny/mip/pax-wholesome-foods-18491286?lid=18491286>

Anexos

ANEXO N° 01: Formato de solicitud de reserva de nombre

 **ANEXO 1: FORMULARIO**

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA**

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con:

DNI°  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_

en mi calidad de (titular  socio  abogado  notario  representante  domiciliado en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, Provincia de \_\_\_\_\_, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:**

Constitución                       Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.<sup>1</sup>

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

<b>NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO</b>	<b>NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL</b>
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

**TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)**

S.A       ASOCIACIÓN       S.R.L       COMITÉ       S. CIVIL

S.A.C       E.I.R.L       COOPERATIVA       OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

**NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):**


Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_

\_\_\_\_\_  
Firma del Solicitante

<sup>1</sup> También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe), servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

 **PERU** PROGRESO PARA TODOS

## **ANEXO N° 02: Formato de elevación de minuta**

### **SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: CAROLYN GERALDINE ALARCON MURGA, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON D.N.I. N° 47108209, ESTADO CIVIL SOLTERA ; MARIA MURGA CHAVEZ, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ENFERMERA CON D.N.I. N° 07165270, ESTADO CIVIL CASADA, RULFO NESTOR ALARCON DIAZ, DE NACIONALIDAD PERUANO, PROFESION TÉCNICO SUPERIOR DE LA POLICIA NACIONAL DEL PERU CON D.N.I. N° 40168225, ESTADO CIVIL CASADO; SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV LAS ACASIAS MZ A LT 15 DISTRITO PUENTE PIEDRA PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO DE LIMA. EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.-** POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE “CALMUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA”, PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA DE “CALMUR S.A.C.”; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 149,036.00 (CIENTO CUARENTA Y NUEVE MIL TREINTA Y SEIS CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR 7,303 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL



DE S/. 10.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. CAROLYN ALARCON MURGA SUSCRIBE 5,112 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 51,119.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. MARIA MURGA CHAVEZ SUSCRIBE 1,461 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 14,606.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
3. NESTOR RULFO ALARCON DIAZ SUSCRIBE 730 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 7.303.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.-** LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”.

## **ESTATUTO**

**ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: CALMUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “CALMUR S.A.C.”.

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

SU DOMICILIO ES EN AV LAS ACASIAS MZ A LT 15 EN EL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA, DEPARTAMENTO DE LIMA. PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL:** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

**ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 149,036.00 (CIENTO CUARENTA Y NUEVE MIL TREINTA Y SEIS CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR 7,303 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. 10.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

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

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

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA. **LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

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

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

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

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

**ARTICULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES:** LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246° DE LA "LEY".

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

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

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

A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SEÑALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,
- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO

FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

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

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




**ARTICULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA “LEY”.

**ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION:** EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA “LEY”.

**CUARTO.-** QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: CAROLYN ALARCON MURGA CON D.N.I. N° 47108203, CON DOMICILIO EN: AV CORDIALIDAD 1540 URB PRO, LOS OLIVOS, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

**LIMA, 30 DE MAYO DE 2018**

## ANEXO N° 03: Solicitud de registro de marca

			
<b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS</b>			
<b>SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE</b>			
<b>1. DATOS DEL SOLICITANTE</b>		<input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)	
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
<b>Tipo de empresa (*) (marque de corresponder):</b> <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____			
<b>Nombre o Denominación / Razón Social</b> (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
<b>Nacionalidad / País de Constitución:</b>		<b>Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda:</b> Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/>	
<b>Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):</b>			
<b>Domicilio para envío de notificaciones en el Perú</b>			
<b>Dirección:</b>			
<b>Distrito:</b>		<b>Provincia:</b>	<b>Departamento:</b>
<b>Referencias de domicilio:</b>			
<b>Correo electrónico</b>		<b>Número de teléfono fijo</b>	
<b>Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)</b>		<b>Número de teléfono celular</b>	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>			
<b>2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR</b>			
<b>2.1. Tipo de Signo:</b>  <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____	<b>2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)</b>	<b>2.3. Reproducción del Signo</b>  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;"><b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b></p> <p style="font-size: small;">Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a>. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)            Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p> </div>	
<b>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca:</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> <b>(en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)</b>			
<small>(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.</small>			

## ANEXO N° 04: Solicitud de licencia de funcionamiento en el distrito de Puente Piedra



**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PUENTE PIEDRA**  
 AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU  
 GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO  
 Sub Gerencia de Desarrollo Empresarial y Comercial  
 Calle 9 de Julio 100 – Puente Piedra / Central Telefónica: 219-6200 Anexo: 6235

EXPEDIENTE: \_\_\_\_\_

\* TIPO DE AUTORIZACIÓN MUNICIPAL: APERTURA DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

**\* DATOS DEL SOLICITANTE**

DNI	NOMBRE	R.U.C	CONTRIBUYENTE	TELEFONO
_____	_____	_____	_____	_____
DIRECCIÓN	DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO	
_____	_____	_____	_____	

**\* DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**

ESTABLECIMIENTO	CONDICION	TIPO	AREA TOTAL
_____	_____	_____	_____

DIRECCION	REFERENCIA
_____	_____
SECTOR ECONOMICO	CAPACIDAD:
_____	_____
	X

**\* CLASIFICACION DE GIROS**

GIRO	DETALLE	ZONIFICACION
_____	_____	_____
CLASIFICACION DEL NEGOCIO		
_____		


\* DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS CONSIGNADOS EN LA PRESENTE SOLICITUD EXPRESAN LA VERDAD Y SOY RESPONSABLE DE LA VERACIDAD DE LOS DOCUMENTOS E INFORMACION, EN VIRTUD AL PRINCIPIO DE PRESUNCIÓN DE VERACIDAD ESTIPULADA EN LA LEY DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS GENERALES 27444, POR LO TANTO ME SUJETO A LA VERIFICACIÓN POSTERIOR POR PARTE DE LA GERENCIA DE FISCALIZACIÓN Y/O DEFENSA CIVIL DE LA MUNICIPALIDAD. EN CASO DE HABER PROPORCIONADO INFORMACION, DOCUMENTOS Y/O DECLARACIONES QUE NO RESPONDAN A LA VERDAD, TENGO PLENO CONOCIMIENTO QUE SE ME PODRÁ APLICAR LAS SANCIONES ADMINISTRATIVAS Y/O INICIAR LAS ACCIONES PENALES CORRESPONDIENTE POR DELITO CONTRA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, REVOCÁNDOME AUTOMATICAMENTE LAS AUTORIZACIONES QUE SE ME OTORGUEN COMO CONSECUENCIA DE ESTA SOLICITUD. ASIMISMO, ME COMPROMETO A BRINDAR LAS FACILIDADES NECESARIAS PARA LAS ACCIONES DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL DE LAS AUTORIDADES COMPETENTES.

\_\_\_\_\_  
 NOMBRE:  
 DNI:

Puente Piedra \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201\_\_



## ANEXO N° 05: Declaración jurada de observancia de defensa civil

 SUB GERENCIA DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE SEGURIDAD Y GESTIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES		DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (LEY N° 28976)	
RAZÓN SOCIAL / PERSONA NATURAL:			
GIRO:			
UBICADO EN:		PUENTE PIEDRA	
El propietario y/o conductor del local o establecimiento declara bajo juramento lo siguiente:		SI	NO CORRESPONDE
<b>1.0 ARQUITECTURA</b>			
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m., la puerta no abra directamente sobre un desnivel ni invada la vía pública y las vías o rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (estantes, anaquelos, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros).		
<b>2.0 ESTRUCTURAS</b>			
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes).		
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (acropor, plástico y/o cartón).		
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, piso ni fuga de agua en sus instalaciones sanitarias.		
<b>3.0 INSTALACIONES ELÉCTRICAS</b>			
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina, tiene interruptores termo magnéticos identificados y no utiliza líneas tipo cuchilla.		
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2006).		
3.3	No se utiliza cable melizo en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorrientes. El cableado eléctrico se encuentran protegido mediante canalitas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.		
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladores, exhibidores y similares) los enchufes deben tener espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples. Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladores, exhibidores y similares) estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de resistencia menor a 25 ohmios.		
3.5	Los equipos de alumbrado (luminarias, fluorescentes, lámparas, etc) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horario nocturno), estas se encuentran en buen estado y operativas.		
3.6	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables melizos, tienen cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra.		
<b>4.0 SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS</b>			
4.1	El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, fuego eléctrico y advertencia).		
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo un extintor de polvo químico seco de 6 kg o al menos un extintor por cada 50 m <sup>2</sup> de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con carga vigente.		
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.		
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 kg, tienen tuberías de cobre y están alejados de interruptores y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.		
4.5	Las campanas, filtros y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasas y en buen estado de conservación y mantenimiento.		
PROPIETARIO: ( )		REPRESENTANTE LEGAL: ( )	
CONDUCTOR/ADMINISTRADOR: ( )			
NOMBRES Y APELLIDOS:		FIRMA:	FECHA:

Nota: La presente Declaración Jurada no deberá presentar bonomeras ni enmendaduras.



**DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE  
SEGURIDAD  
(LEY N° 28976)**

**INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL FORMATO  
"DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD"**

**Paso 1.** Con letra impresa en el espacio seguido de la palabra local escribe la RAZÓN SOCIAL, seguido de la dirección del establecimiento.

**Paso 2.** Para llenar la Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad, los detenidamente cada ítem, deberá marcar con una "X" el recuadro que le corresponde a "SI". Debe tener en cuenta que si marca SI, al momento de la inspección será constatado por el inspector, y de no contar con lo indicado, el proceso culmina. (Véase su texto normativo).

Solo podrá marcar con "X" la casilla "NO CORRESPONDE" en los siguientes ítems:

- 2.1. Solo cuando su establecimiento NO tenga falso techo.
- 3.7. Cuando NO tenga instalado ningún anuncio publicitario.
- 4.3. Cuando NO cuente con almacenes o no tenga estantes con productos.
- 4.4. Cuando NO utilice instalaciones de gas GLP.
- 4.5. Cuando NO utilice ningún tipo de cocinas con fines comerciales.

Los ítems no considerados anteriormente, deberán marcarse todos en la casilla "SI", por lo que si el establecimiento no tuviera el acondicionamiento correspondiente, deberá adecuarlo antes de iniciar el trámite para evitar ser observado.

Este formato considera las normas básicas de seguridad en Defensa Civil extraídas del R.N.E. (Reglamento Nacional de Edificaciones), R.N.C. (Reglamento Nacional de Construcciones), C.N.E. (Código Nacional Eléctrico), N.T.P. (Normas Técnicas Peruanas) y otras normas sectoriales.

**Paso 3.** Llenar los datos del solicitante, N° D.N.I., Fecha y Firma.

**Nota:** La presente Declaración Jurada no deberá presentar borrones ni enmendaduras.

## **ANEXO N° 06: Modelo de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte ....., con R.U.C. N° ..... y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por ..... con D.N.I. N° ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte .....; con D.N.I. N° ....., domiciliado en ..... a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades administrativas de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior. TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de seis meses, y rige desde el.....fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el....., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el.....y concluye el .....

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente:

- Los días: .....
- Horas: .....

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo y en las demás normas

laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/ ..... como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes.

Lima, ..... de .....

.....  
EL EMPLEADOR

.....  
EL TRABAJADOR

**ANEXO N° 07: Contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente”**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte ....., con R.U.C. N° ..... y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por....., con D.N.I. N° ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte ....., con D.N.I. N° ....., domiciliado en ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades contables de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de Contador, en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de....., el mismo que regirá a partir del.....fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el....., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante 01 mes

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente:

- Los días: .....
- Horas: .....

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S .N° 003-97TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/. .....  
como remuneración mensual..

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 789 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato.

Lima,..... de.....

.....

EL EMPLEADOR

.....

EL TRABAJADOR

## **ANEXO N° 08: CONTRATO DE COMPRA - VENTA INTERNACIONAL: EXPORTACIÓN DE CAIGUA CONGELADA**

Conste por el presente documento, el contrato de COMPRAVENTA INTERNACIONAL que celebran de una parte CALMUR S.A.C., debidamente representada por su Gerente General, Srta. CAROLYN ALARCÓN MURGA, identificado con N° DNI 47108203, a quien en adelante se le denominará EL VENDEDOR; y de la otra parte, la empresa DISTRIBUIDORA HEALTHSMART OF NY LLC, con domicilio en Nueva York, Estados Unidos, debidamente representada por su Encargada de compras, señora VALERY HUDSON, en adelante EL COMPRADOR, en los términos y condiciones siguientes:

### **PRIMERA: Objeto del contrato**

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

Exportación de caigua congelada con las siguientes características y especificaciones:

- Caigua congelada envasada por 5 unidades.
- Peso de 1 libra
- Color verde claro
- La cantidad será 11664 envases de Bolsas de polietileno x 1 libra, en total son contenidas en 9 pallets en un contenedor Reefer de 20 pies. Enviada como carga consolidada (FCL).

### **SEGUNDA: Precio**

El precio unitario de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de \$ 1.24 en términos FOB

### **TERCERA: Condiciones de entrega**

El presente contrato se hará en términos FOB (significa que la empresa CALMUR S.A.C. realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de Callao).

#### **CUARTA: Tiempo de entrega**

La entrega de la mercadería objeto “caigua congelada” del presente contrato se realizará después de 27 días de la fecha de embarque, fecha en la cual CALMUR S.A.C. deberá cumplir con esta obligación.

#### **QUINTA: Forma de entrega**

CALMUR S.A.C. se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes: En cuanto al envase y embalaje se va a considerar los siguientes:

- Cajas de cartón corrugado para transportar BOLSAS DE POLIETILENO X 1 LIBRA de CAIGUA CONGELADA (en cada caja habrán 16 und). Las bolsas tendrán el logo de la empresa y las certificaciones respectivas
- Las dimensiones de la cajas son las siguientes: 40 x 30 x 20 cm
- Container Reefer de 20 pies, será carga consolidad (FCL)
- La forma de transporte a utilizar será bajo la modalidad de transporte marítimo

#### **SEXTA: Inspección de los Bienes**

CALMUR S.A.C. y HEALTHSMART OF NY LLC convienen en que la inspección de la mercadería será realizada antes del embarque en Aduanas Callao.

#### **SEPTIMA: Condiciones de pago**

DISTRIBUIDORA HEALTHSMART OF NY LLC. se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo la modalidad de Carta de crédito confirmada irrevocable y a la vista.

#### **OCTAVA: Documentos**

CALMUR S.A.C. deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos:

- Certificado de origen
- Declaración única de Aduanas (DAM)
- Factura comercial
- Prior notice



- Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading)
- Packing list
- Control fitosanitario (SENASA)

**NOVENA: Resolución del Contrato**

Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

**DECIMA: Responsabilidad en la Demora**

Si se modifica el tiempo de entrega disminuirá el valor de la mercancía en un 2% por cada día de demora.

**DECIMO PRIMERA: Ley Aplicable**

Las partes acuerdan que la ley para las obligaciones estipuladas en el presente contrato será la de la Convención de las Naciones Unidas sobre Compraventa Internacional.

**DECIMO SEGUNDA: Solución de Controversias**

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas partes al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Lima, a cuyas normas y procedimiento se someten de manera voluntaria.

Firmado en Lima, al 30 día del mes de Julio de 2018.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR