



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

**EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MANGO
ENDULZADO CON STEVIA AL MERCADO DE FLORIDA,
ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR
ELIZABETH ANDREA AVILA RODAS**

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

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MANGO ENDULZADO
CON STEVIA AL MERCADO DE FLORIDA, ESTADOS UNIDOS

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

ELIZABETH ANDREA AVILA RODAS

LIMA – PERÚ

2017

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, que me ha dado la vida y muchas cosas maravillosas. A mis hijos Nicolas y Thiago que son el motor de mi vida, a mi esposo por su gran amor. A mi padre que me cuida desde el cielo, a mi madre la mujer más maravillosa del universo, y a una persona muy especial en nuestras vidas, a mi tío Santiago gracias por todo, por confiar en mí.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la fuerza para seguir adelante, por ser posible muchas cosas, por darme tanta felicidad.

A mi padre Gregorio Avila, desde el cielo me cuidas y me guías, gracias por todas tus palabras, fuiste el mejor padre, me educaste con valores y gracias a ti soy quien soy.

A mi tío Santiago, nunca dejaste de confiar en mí, hasta el día de hoy me guías, gracias por ser como un padre para nosotras.

A mi madre, eres la mejor, Dios me ha bendecido por tenerte, gracias por apoyarme siempre, por darme esas fuerzas cuando yo caigo, por enseñarme a luchar en la vida.

A mis hermosos hijos Nicolas y Thiago, son mi todo, mi motor de vida, por ustedes seguiré luchando y esforzándome. A mi esposo John por su apoyo incondicional y su gran amor.

A mis hermanas Juanita, Claudia y Diana, a mi mejor amiga Gissela López, por sus palabras de aliento y fuerzas.

A todos mis profesores que a través del tiempo me formaron para ser quien soy.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	10
1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	11
1.1 Nombre o Razón Social:	11
1.2 Actividad económica o Codificación Internacional (CIU).....	11
1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	13
1.4 Objetivos de la empresa, Principio de la Empresa en marcha.....	15
1.5 Ley de MYPE, Micro y pequeña empresa.....	16
1.6 Estructura Orgánica	18
1.7 Cuadro de Asignación de personal.....	19
1.8 Forma Jurídica	23
1.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI.....	25
1.10 Requisitos y Trámites Municipales	25
1.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	27
1.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	30
1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral	31
1.14 Modalidades de Contratos Laborales	33
1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	35
2.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	36
2.1.-Descripción del Producto.....	36
2.1.1 Clasificación Arancelaria:	37
2.1.2 Propuesta de valor	38
2.1.3. Ficha Técnica	39
2.2. Investigación del Mercado Objetivo	40
2.2.1 Segmentación de mercado objetivo	52
2.2.2 Tendencias de consumo	57
2.3.- Análisis de la Oferta y la Demanda	59
2.3.1 Análisis de la Oferta	59

2.3.2 Análisis de la Demanda	68
2.4 Estrategias de ventas y Distribución	73
2.4.1 Estrategia de Segmentación	73
2.4.2 Estrategia de Posicionamiento	73
2.4.3 Estrategia de distribución	74
2.5. Estrategias de Promoción	75
2.6. Tamaño de Planta	77
3. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	78
3.1. Envases, empaques y embalajes.....	78
3.2. Diseño del rotulado y marcado.....	80
3.2.1 Diseño del rotulado	80
3.2.2 Diseño del marcado	81
3.3. Unitarización y cubicaje de la carga.....	83
3.4 Cadena de DFI de exportación.....	86
3.5. Seguro de las mercancías.....	90
4. PLAN DE COMERCIO EXTERIOR	92
4.1. Fijación de precios	92
4.1.1. Costos y Precios	92
4.1.2. Cotización internacional	93
4.2. Contrato de Compra venta Internacional	94
4.3. Elección y aplicación del Incoterm.....	95
4.4.- Determinación del medio de pago y cobro	97
4.5.- Elección del régimen de exportación o de importación.....	99
4.6.- Gestión aduanera del comercio internacional	100
4.7.- Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama	101
5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	103
5.1.- Inversión Fija.....	103
5.1.1.- Activos Tangibles	103
5.1.2. Activos Intangibles	104
5.2 Capital de Trabajo	105

5.3 Inversión Total	106
5.4 Estructura de Inversión y financiamiento	108
5.5 Fuentes Financieras y condiciones de crédito	108
5.6 Presupuesto de Costos.....	108
5.7 Punto de Equilibrio.....	111
5.8 Tributación de la exportación	112
5.9 Presupuesto de Ingresos.....	112
5.10 Presupuesto de Egresos	113
5.11 Flujo de Caja Proyectada.....	113
5.12 Estado de Ganancias y Pérdidas	114
5.13 Evaluación de la Inversión.....	116
5.13.1. Evaluación Económica	116
5.13.2 Evaluación Financiera	117
5.14.3 Evaluación Social	117
5.14.4 Evaluación Ambiental	118
5.15 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	118
5.16 Cuadro de riesgo del tipo de cambio	119
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	120
6.1 Conclusiones	120
6.2 Recomendaciones	121
REFERENCIAS	122
ANEXOS	125

TABLAS

Tabla 1: Codificación Internacional para Mermelada de Mango endulzada con stevia.....	11
Tabla 2: Método de factores ponderados para la localización del Plan de Negocio	13
Tabla 3: Localización por factores ponderados por distritos	14
Tabla 4: Cuadro Comparativo Micro y Pequeña empresa	17
Tabla 5: Cuadro de Asignación de Personal	19
Tabla 6: Cuadro de Asignación de Personal Externo.....	19
Tabla 7: Cuadro Comparativo de Sociedades.....	24
Tabla 8: Cuadro Comparativo de Régimen Tributario	28
Tabla 9: Reglas de acogimiento para los regímenes	29
Tabla 10: Impuestos que se debe pagar en el régimen especial	29
Tabla 11: Componentes de la planilla electrónica	31
Tabla 12: Cuadro Régimen Laboral Especial	32
Tabla 13: Partida Arancelaria	37
Tabla 14: Ficha Técnica de Mermelada de mango con Stevia.....	39
Tabla 15: Lista de importadores de mango últimos 5 años (Unidad: Dólar Americano Miles).....	41
Tabla 16: Lista de países exportadores de la PA 080450 (Guayabas, mangos y mangostanes,.....	44
Tabla 17: Principales Importadores de Mermelada (Unidad Dólar Americano Miles).....	46
Tabla 18: Principales Importadores de Mermelada (Toneladas).....	48
Tabla 19: Exportaciones peruanas con la P.A. 2007999100 entre 2013 – 2016.....	48
Tabla 20: Mercancías Originarias del Perú	50
Tabla 21: Ficha de País de Estados Unidos	53
Tabla 22: Indicadores de Crecimiento de Estados Unidos.....	54
Tabla 23: Segmentación de mercado a nivel micro localización.....	55
Tabla 24: Ficha de Estado de Florida	56
Tabla 25: Meses de cosecha del mango en el Perú	59
Tabla 26: Cantidad exportada de mango por departamento 2016.....	63
Tabla 27: Principales 10 Países Exportadores de Mermelada.....	66
Tabla 28: Principales empresas exportadoras de Perú	67
Tabla 29: Principales mercados de destinos de la PA 2007.99.91.00 (Mermelada)	68
Tabla 30: Estructura de Segmentación.....	71
Tabla 31: Proyección de la demanda.....	72
Tabla 32: Proyección de la demanda para Vita Passion	72
Tabla 33: Ferias Internacionales	76
Tabla 34: Características caja	79
Tabla 35: Características del Pallet.....	84
Tabla 36: Unitarización del producto	84
Tabla 37: Cálculo de la unitarización de carga.....	85
Tabla 38: Costos de producción y comercialización	93
Tabla 39: Ventajas y desventajas de la Transferencia Bancaria.....	98

Tabla 40: Despacho de Aduana en una Exportación.....	100
Tabla 41: Activos Tangibles.....	103
Tabla 42: Equipos de computación.....	104
Tabla 43: Activos Intangibles.....	104
Tabla 44: Inversión total en activo fijo y diferido.....	105
Tabla 45: Capital de trabajo.....	106
Tabla 46: Plan de Inversión.....	107
Tabla 47: Financiamiento de la inversión.....	108
Tabla 48: Costos Administrativos.....	109
Tabla 49: Costos Operacionales.....	109
Tabla 50: Costo de Venta.....	110
Tabla 51: Costos Totales de Operación.....	110
Tabla 52: Determinación del punto de equilibrio.....	111
Tabla 53: Punto de equilibrio.....	111
Tabla 54: Presupuesto de Ingresos.....	112
Tabla 55: Presupuesto de egresos.....	113
Tabla 56: Flujo de Caja.....	114
Tabla 57: Estado de Ganancias y pérdidas.....	115
Tabla 58: Evaluación de costos de capital propio.....	119
Tabla 59: Cuadro de Riesgo de Tipo de Cambio.....	119

GRÁFICOS

Gráfico 1 Cuadro de Riesgo de Tipo de Cambio.....	12
Gráfico 2 Búsqueda por Descripción de la Actividad Económica.....	12
Gráfico 3 Plano de Zonificación de Av. José Carlos Mariátegui.....	15
Gráfico 4 Organigrama de la empresa.....	18
Gráfico 5 Clases de Contrato.....	34
Gráfico 6 Clases de Contrato.....	36
Gráfico 7 Países importadores de la partida arancelaria 080450 – Año 2016.....	42
Gráfico 8 Países importadores de la partida arancelaria 080450 – Año 2015.....	43
Gráfico 9 Lista de los países exportadores de la P.A. 080450 - 2016.....	45
Gráfico 10 Lista de los países importadores de la P.A. 200799- 2016.....	47
Gráfico 11 Mapa geográfico de Florida, Estados Unidos.....	57
Gráfico 12 Meses de cosecha de Mango por departamento.....	60
Gráfico 13 Evolución de las exportaciones peruanas de mango.....	61
Gráfico 14 Países exportadores de Mango 2016.....	62
Gráfico 15 Empresas peruanas exportadoras de mangos (Miles de US\$ dólares).....	64
Gráfico 16 Exportaciones de Jaleas y Mermeladas 2016 por sabores.....	69
Gráfico 17 Exportación Jaleas y Mermeladas por países.....	70
Gráfico 18 Estrategia de Segmentación según Philip Kotler.....	73
Gráfico 19 Modelo de Envase.....	79
Gráfico 20 Modelo de Empaque.....	80
Gráfico 21 Modelo de Embalaje.....	80
Gráfico 22 Marcado de la caja.....	82
Gráfico 23 Diseño de la caja.....	82
Gráfico 24 Pictogramas.....	83
Gráfico 25 Cadena de DFI.....	87
Gráfico 26 Flujo de operaciones para elaborar mermelada de mango.....	88
Gráfico 27 Certificaciones del proveedor.....	89
Gráfico 28 Tipos de Contrato de Compraventa Internacional.....	95
Gráfico 29 Incoterm FCA.....	96
Gráfico 30 Incoterm FCA.....	96
Gráfico 31 Seguridad y Costo de medio de pago.....	97
Gráfico 32 Proceso de Exportación.....	99
Gráfico 33 Diagrama de Exportación.....	101
Gráfico 34 Flujograma de Exportación Definitiva.....	102
Gráfico 35 Punto de equilibrio.....	112

RESUMEN EJECUTIVO

En este plan de negocio se evaluará que tan factible es el proyecto de exportación de mermelada de mango endulzado con stevia al mercado de Florida, Estados Unidos.

Este proyecto se viene analizando y estudiando, ya que existe una gran demanda de la fruta del mango en Estados Unidos y también las variedades de productos nuevos e innovadores, teniendo en cuenta que la tendencia por lo sano y saludable va en aumento.

Para evaluar correctamente el plan de negocios se considera estos puntos: organización y aspectos legales, plan de marketing, comercio exterior, logística internacional, plan económico financiero.

Primero, se debe tener en cuenta los aspectos legales y requisitos para una empresa, registrar la marca y razón social, así como también conocer los aspectos tributarios, laboral de la empresa; analizar el lugar de ubicación y con ello trámites municipales. La razón de este punto es que debemos cumplir con todos los requisitos necesarios para abrir una empresa.

Teniendo lo anterior, se analizó el mercado objetivo, tendencias del consumidor, perfil del consumidor, partida arancelaria y beneficios tributarios en el país de destino, normas y leyes para ingresar al país de destino.

Como tercer punto se presenta, el plan de logística internacional, donde se define el envase a utilizar, como también las normas de envase y embalaje, diseño; se verificará las medidas y el tipo de carga, de esta forma ver qué tipo de carga es nuestro producto.

El cuarto punto, plan de comercio internacional, se fija los costos y precio de venta, así como el Incoterm a utilizar (FCA), determinación de medio de pago siendo esta transferencia bancaria, forma de negociación, contratos, plazos de entrega.

Último punto el plan económico financiero, se presentan los estados financieros, flujos de caja, presupuestos, fuentes financieras y, por último, la evaluación de la inversión dando como resultado un proyecto viable y factible, ya que según el VAN y TIR muestran un resultado favorable.

1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1 Nombre o Razón Social:

El nombre o razón social que se ha establecido para el presente plan de negocios es Inversiones Avila's Passion SAC., para ello realizamos la búsqueda correspondiente en Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), para estar seguros de que no exista otra empresa con la misma razón social.

1.2 Actividad económica o Codificación Internacional (CIU)

Según el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática INEI, la Codificación Internacional (CIU) que se ha establecido para el giro de comercialización de Mermelada de Mango endulzado con Stevia, ha seguido el siguiente esquema:

Primero, como se tercerizará la elaboración de la mermelada, la empresa se dedicará al comercio directamente, por lo que la empresa está clasificada en la sección G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; por lo que el código internacional (CIU) que le corresponde es 4630 Ventas al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco. A continuación, se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1: Codificación Internacional para Mermelada de Mango endulzada con stevia.

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

Elaboración propia. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática

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

45	<u>Comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos automotores y motocicletas</u>
451	Venta de vehículos automotores
4510	Venta de vehículos automotores
452	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores
4520	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores
453	Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores
4530	Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores
454	Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y sus partes, piezas y accesorios
4540	Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y sus partes, piezas y accesorios
46	<u>Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas</u>
461	Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata
4610	Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata
462	Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos
4620	Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos
463	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
464	Venta al por mayor de enseres domésticos
4641	Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado
4649	Venta al por mayor de otros enseres domésticos

Gráfico 1 Cuadro de Riesgo de Tipo de Cambio

Fuente: INEI

CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME

ACTIVIDADES

INEI ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

Buscar por Descripción | Buscar por Act. Econ. | Buscar por CIUU R3

Buscar por Descripción:

Ingrese una palabra o descripción que se relacione a su Actividad Económica:

comercio

Buscar

Seleccione una descripción que se relacione a su Actividad Económica:

- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE AZÚCAR CHOCOLATE Y CONFITERIA
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE BEBIDAS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE BEBIDAS REFRESCANTES
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE CAFÉ TE CACAO Y ESPECIAS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE CITRICOS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE CONFITERIA
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE FRUTAS PATATAS Y VERDURAS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE FRUTAS Y VERDURAS
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE FRUTOS SECOS Y ENCURTIDO
- 4630-COMERCIO AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

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

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

Ver Nota

El Código CIUU Rev. 3 que le corresponde a su Actividad Económica es:

5122-Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

Gráfico 2 Búsqueda por Descripción de la Actividad Económica

Fuente: INEI

1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para empezar un negocio, es importante determinar la ubicación de la empresa; para ello se debe evaluar diferentes factores y de acuerdo a ello se elegirá cual es la ubicación que más convenga para este plan de negocio. Para ello se aplicará el Método de Factores Ponderados.

Tabla 2: Método de factores ponderados para la localización del Plan de Negocio

DISTRITOS	OPCIONES
Callao	A
Ate	B
La Molina	C
Lurín	D

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Localización por factores ponderados por distritos

FACTORES	PESO RELATIVO (%)	CALIFICACIÓN				CALIFICACIÓN			
		A	B	C	D	A	B	C	D
Proximidad a los domicilios de los socios	10%	1	5	2	1	0.1	0.5	0.2	0.1
Proximidad al proveedor	20%	1	2	3	5	0.1	0.2	0.3	0.5
Proximidad a centros comerciales y financieros	10%	3	4	3	2	0.3	0.4	0.3	0.2
Disponibilidad de servicios básicos	10%	4	4	4	4	0.4	0.4	0.4	0.4
Costo de Transporte	15%	1	2	1	5	0.1	0.2	0.1	0.5
Proximidad al puerto	20%	5	2	2	1	0.5	0.2	0.2	0.1
Disponibilidad y costo de alquiler de local	15%	2	5	1	2	0.2	0.5	0.1	0.2
Puntuación Total	100%					1.7	2.4	1.6	2.0

Fuente: Elaboración propia

Nota: Calificación: Se considera el Rango 1 como mínimo y el 5 como máximo.

Como se puede observar en la Tabla N°3, el distrito de Ate (B) obtuvo el mayor puntaje de 2.4; por lo que la empresa se ubicará en la Av. José Carlos Mariátegui UVC 5, Lote 34 Zona E; Ate – Vitarte; 1er piso abarcando un área de 135 m², el cual será ambientado y distribuido en oficinas administrativas, debido a que el servicio de producción será tercerizada.

En relación a la factibilidad Municipal y Sectorial; para poder hacer uso del local para el proyecto es indispensable contar con la licencia de funcionamiento del distrito de Ate, que tiene un costo de 3.750% UIT que equivale a S/ 151.88.

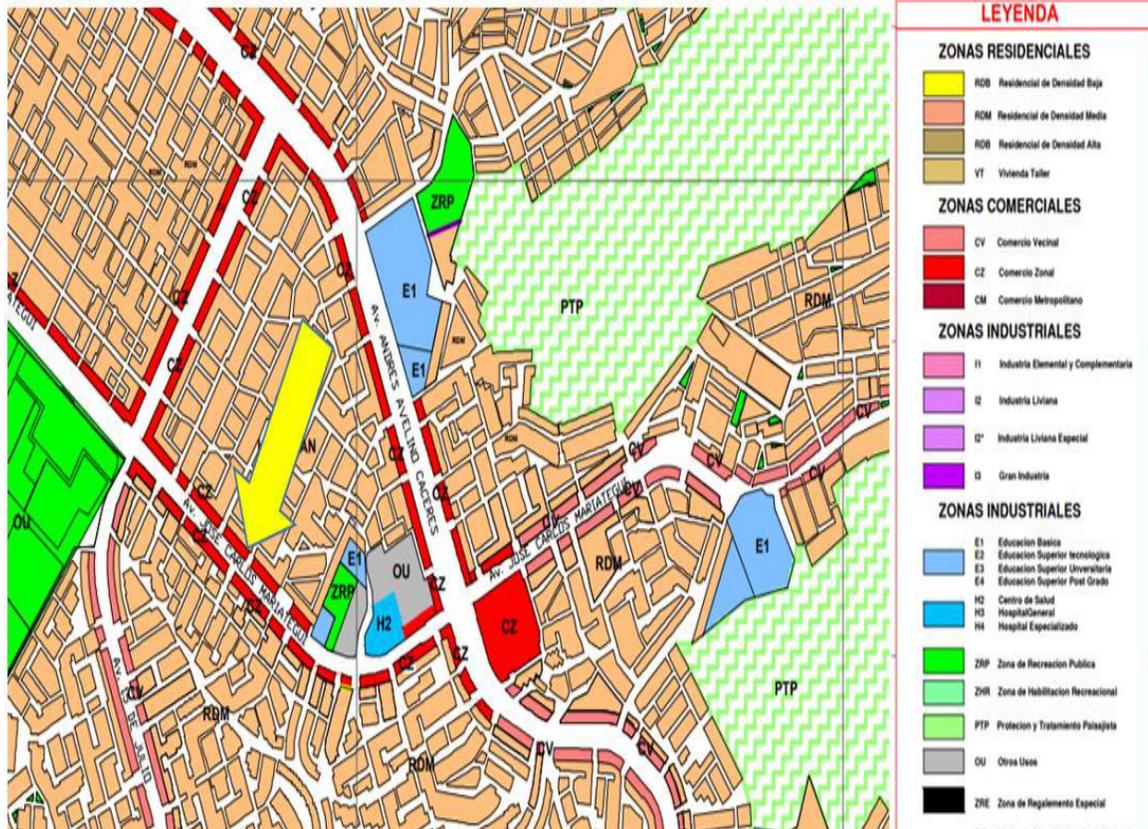


Gráfico 3 Plano de Zonificación de Av. José Carlos Mariátegui
Fuente: Municipalidad de Ate

1.4 Objetivos de la empresa, Principio de la Empresa en marcha

Misión:

Satisfacer las necesidades de los consumidores ofreciéndoles un producto de calidad, manteniendo el valor nutricional del fruto, promoviendo una sana y deliciosa alimentación mediante la exportación de un producto con valor agregado. A la vez contribuir con el desarrollo de los colaboradores, proveedores, distribuidores y el crecimiento económico del país.

Visión:

Ser una empresa reconocida en el mercado internacional, así como también tener la capacidad de producir diversos productos usando los frutos que produce el país, cumpliendo todos los estándares de calidad y satisfaciendo a nuestros clientes.

Principios:

- Innovación
- Compromiso
- Responsabilidad Empresarial
- Trabajo en equipo
- Puntualidad
- Eficiencia
- Perseverancia
- Integridad
- Vocación
- Honestidad

Objetivos:

- Obtener la atención de los consumidores, mediante el producto, destacando la calidad y valor nutricional del producto.
- Satisfacer las necesidades del mercado objetivo y expandirnos a otros nuevos mercados.
- Lograr un posicionamiento dentro del mercado, usando estrategias de marketing.
- Elaborar y comercializar una innovadora línea de mermeladas de alto valor nutricional posicionando firmemente su marca en el mercado.

1.5 Ley de MYPE, Micro y pequeña empresa

Según la ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa la MYPE la ley N° 28015 - Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, y

la Ley N° 30056 - Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial:

Define a la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) como las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Tabla 4: Cuadro Comparativo Micro y Pequeña empresa

Tipo de Empresa	Ventas Anuales UIT	Ventas Anuales Valor S/	Nro. de Trabajadores
Micro Empresa	Hasta 150 UIT	Hasta 607,500.00	De 1 a 10
Pequeña Empresa	Superiores de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	Desde 607,500.00 hasta 6,885,000.00	De 1 a 100

Elaboración propia

Fuente: SUNAT

Nota: El valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) al año 2017 es de S/ 4,050.00

Algunos beneficios de la MYPE son:

- Se puede realizar exportaciones con el programa Exporta Fácil que está a cargo de SUNAT.
- Pueden presentarse en las contrataciones y adquisiciones que el Estado requiera.
- Pertenecen al Régimen Laboral Especial las Mypes y los trabajadores
- Por lo menos el 40% de las contrataciones de las instituciones del Estado deben ser atendidas por las Mypes.
- Aquellas microempresas que desarrollen actividades como la exportación o productivas de servicios y bienes gravados con el Impuesto General a las Ventas (IGV); con la finalidad de fomentar la adquisición, renovación o reposición de

bienes de capital; pueden obtener la devolución, a través de notas de crédito negociables, del crédito fiscal generado en las importaciones y/o compras locales de bienes de capital nuevos.

- Existe un tratamiento Especial a las microempresas; no se aplicará determinadas sanciones tributarias por 3 ejercicios, contados desde su inscripción en el REMYPE, siempre que subsanen la infracción, en el plazo que indique la SUNAT.
- Por parte del Estado tienen facilidades para participar de eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.

1.6 Estructura Orgánica

La empresa contará con una organización funcional, en donde se muestra la gerencia general y los diferentes departamentos de la organización, teniendo en cuenta que la empresa será una MYPE pues contaremos con poco personal, a medida que va creciendo la empresa; según las proyecciones se irá incrementando el organigrama.

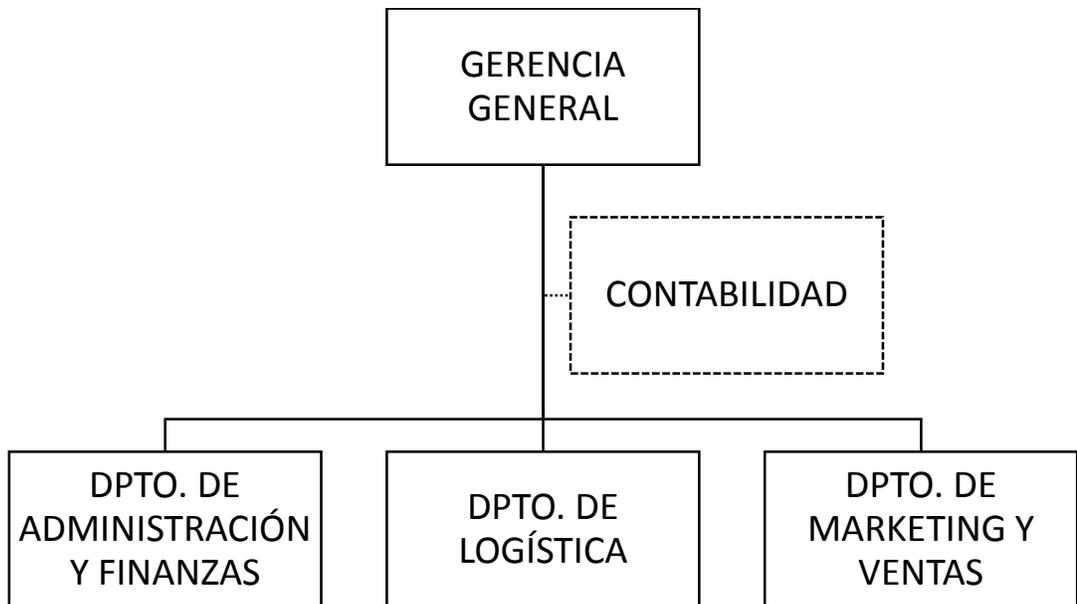


Gráfico 4 Organigrama de la empresa
Fuente: Elaboración propia

1.7 Cuadro de Asignación de personal

NOMBRE DE LA EMPRESA: INVERSIONES AVILA'S PASSION SAC.

Tabla 5: Cuadro de Asignación de Personal

Cargo	Cantidad	Remun.	Remun.	Vacaciones	ESSALUD	TOTAL
	de personal	Mensual	Anual 12 sueldos	1/2 Sueldo	9%	ANUAL
Gerente General	1	2,500	30,000	1,250	2,700	33,950
Encargado de Adm. Y Finanzas	1	1,500	18,000	750	1,620	20,370
Encargado de Logística	1	1,500	18,000	750	1,620	20,370
Encargado de Ventas y Marketing	1	1,500	18,000	750	1,620	20,370
TOTAL			84,000	3,500	7,560	95,060

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Cuadro de Asignación de Personal Externo

Cargo	Cantidad de personal	Remun. Mensual	Remun. Anual 12 sueldos	Vacaciones 1/2 Sueldo	ESSALUD 9%	TOTAL ANUAL
Contabilidad externo	1	500	6,000	0		6,000
TOTAL MENSUAL			6,000	0		6,000

Fuente: Elaboración propia

Gerente General – Gerencia:

Perfil:

- Estudios en Administración de empresas o Negocios Internacionales, Economía, ingeniería Industrial o carreras afines.
- Experiencia en el área de administración o a fines por 3 años.
- Modalidad: Tiempo completo
- Sueldo S/ 2,500.00

Funciones:

- Asegurar el cumplimiento de las obligaciones según la ley.
- Representar a la empresa, ante reuniones, ferias o cualquier evento, con el propósito de mantener y mejorar la imagen, credibilidad hacia la organización.
- Supervisar el ejercicio de los presupuestos.
- Es el representante legal de la empresa.
- Formalizar los contratos de compra – venta internacional con el cliente (importador).

Encargado de Administración y Finanzas:

Perfil:

- Estudios en Administración, contabilidad, economía o carreras afines.
- Experiencia en el área de administración y/o finanzas por 2 años.
- Modalidad: Tiempo completo
- Sueldo: S/ 1,500.00

Funciones:

- Administrar las cuentas por cobrar y pagar.
- Administrar las operaciones de caja y banco.
- Emitir las planillas y emitir las boletas de pago de remuneraciones
- Gestionar los costos y presupuestos.
- Elaborar y controlar el flujo de caja.
- Realizar trámites antes diferentes entidades.

Encargado de Logística:

Perfil:

Estudios en Administración de empresas, Negocios internacionales, Ingeniería industrial, o carreras afines.

Experiencia en el área de almacén, exportaciones, logística, control de calidad y/u operaciones por 2 años.

Modalidad: Tiempo completo

Sueldo: S/ 1,500.00

Funciones:

- Buscar, negociar, analizar y seleccionar a los proveedores locales.
- Formalizar las órdenes de compra con el proveedor local y con el importador.
- Gestionar los costos y presupuestos.
- Coordinar con proveedores y otros agentes de comercio exterior.
- Supervisar la producción del producto, que se cumpla todos los estándares indicados.

- Coordinar los envíos al importador
- Hacer seguimiento de los procedimientos aduaneros.

Encargado de Ventas y Marketing

Perfil:

Estudios en Marketing Internacional, Ciencias de la comunicación o carreras afines.

Experiencia en el área de comunicaciones, publicidad, marketing por 2 años.

Modalidad: Tiempo completo

Sueldo: S/ 1,500.00

Funciones:

- Realizar estudios de mercado y buscar oportunidades de mercado.
- Elaborar el plan de marketing y ejecutarlo.
- Ingresar la marca y mantenerlo en el mercado a través de comerciales, promoción, difusión, etc.
- Atender los correos electrónicos, llamadas telefónicas.
- Resolver los requerimientos, dudas y reclamos de los clientes.
- Concluir y gestionar los pedidos.

Servicio de terceros: Contador

Perfil:

Colegiado en Contabilidad.

Experiencia en el área de contabilidad por 3 años.

Modalidad: Contrato por recibo por honorarios.

Sueldo: S/ 500.00 mensual

Funciones:

- Generar los libros contables.
- Realizar y analizar los estados financieros.
- Declarar las obligaciones tributarias y liquidar.
- Asesorar a la empresa respecto a los temas contables, tributaria, laboral y administrativa.
- Encargado de las fiscalizaciones, auditorias, requerimientos y resoluciones de SUNAT.

1.8 Forma Jurídica

La empresa se constituirá bajo la modalidad de persona jurídica, para ello debemos elegir entre las diferentes sociedades de organización empresarial:

Tabla 7: Cuadro Comparativo de Sociedades

	FORMAS SOCIETARIAS		
Modalidad	Sociedad Comercial De Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima
N° de Socios / Accionistas	De 2 a 20 participantes	De 2 a 20 accionistas. El accionista que desee transferir sus acciones a otro accionista o a terceros debe informar a la sociedad y solicitar la aprobación de la misma.	2 accionistas como mínimo. No existe número máximo.
Tipo de Empresa (Siglas)	"Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada" (S.R.L.)	"Sociedad Anónima Cerrada" (S.A.C.)	"Sociedad Anónima" (S.A.)
Órganos Societarios	- Junta general de Socios. - Gerentes.	- Junta general de Accionistas. - Directorio (el nombramiento del mismo es facultativo). - Gerencia.	- Junta general de Accionistas. - Directorio. - Gerencia.
Capital Social	Aporte en efectivo o en bienes. Se divide en participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%.	Aporte en efectivo o en bienes. El capital es representado por acciones y deberá estar suscrito completamente y cada acción pagada por lo menos en un 25%.	Aporte en efectivo o en bienes. El capital es representado por acciones y deberá estar suscrito completamente y cada acción pagada por lo menos en un 25%.

Elaboración propia

Fuente: ProInversión

De acuerdo al cuadro comparativo presentado en la tabla anterior, la empresa se constituirá bajo la modalidad de Sociedad Anónima Cerrada S.A.C. y su capital será con

aporte de dinero, somos 5 socias y cada una contará con el 20% de acciones ya que todas las socias aportarán el mismo monto de dinero.

1.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI

La empresa Inversiones Avila's Passion SAC., realizará el registro de la marca para nuestro producto Mermelada de mango endulzado con stevia, y la marca será VITA PASSION, a continuación, se detallará los trámites y requisitos para registrar la marca:

- Búsqueda de Antecedentes Fonéticos; con un costo de S/ 30.99 y de antecedente figurativa con un costo de S/ 38.46.
- Solicitud de registro de marca:
 - *Presentar 3 ejemplares llenos del formato de solicitud con los datos del solicitante, del signo distintivo, logotipo y clase.
 - *Pago del trámite: costo 13.90% UIT – S/ 562.95
 - *Revisarán la información dentro de los 15 días útiles y si hubiera observación se tiene 60 días para regularizar la documentación.
 - * Si hubiera observación se publica en el diario oficial El Peruano.

Vigencia es de 10 años.

1.10 Requisitos y Trámites Municipales

Para el desarrollo de alguna actividad comercial, industrial o profesional en establecimientos la licencia de funcionamiento es obligatorio. Para el distrito de Ate la licencia lo autoriza la Subgerencia de Formalización, Promoción Empresarial y Turismo.

Evaluación De La Entidad Competente:

Según lo establecido por el artículo 6 de la Ley 28976, para el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento, la Municipalidad verificará los siguientes aspectos: - Zonificación y Compatibilidad de Uso; Condiciones de Seguridad en Defensa Civil

tratándose de inspecciones técnicas básicas de seguridad en Defensa Civil para los Grupos 1 y 2 regulados en el D.S.N° 066-2007-PCM.

Requisitos para solicitar la licencia de funcionamiento

- a. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que contenga: 1. Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda
- b. Vigencia de poder de representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta simple.
- c. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- d. Derecho de Trámite.
- e. Adicionalmente, serán exigibles los siguientes requisitos siempre en cuando lo requiera la municipalidad: e.1) Copia simple del título profesional, en el caso de servicios relacionados con la salud. e.2) Copia simple de la autorización sectorial respectiva, cuando se trate de actividades que requieran de ésta para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento. e.3) Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, cuando se trate de inmuebles integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, etc.

Valor De La Licencia:

GRUPO 1: 3.306% de la UIT (S/. 133.90)

GRUPO 2: 3.750% de la UIT (S/. 151.88)

GRUPO 3: 1.389% de la UIT (S/. 56.26)

Requisitos para solicitar Certificado de Defensa Civil (Básico)

- a) Solicitud de inspección.
- b) Copia del plano de Ubicación.

- c) Copia de los planos de arquitectura (distribución).
- d) Copia de los Protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
- e) Copia del Plan de Seguridad.
- f) Copia del certificado vigente de medición de resistencia del pozo a tierra.
- e) Pago por derecho de trámite: 3,998% UIT= S/161,90

1.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

De acuerdo a la Superintendencia Nacional de Administración Aduanera Y Tributaria SUNAT, la empresa puede acogerse al siguiente régimen según sus ventas o actividades económicas.

Tabla 8: Cuadro Comparativo de Régimen Tributario

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525, 000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525, 000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual – Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en éste régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

Elaboración: Sunat

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT

De acuerdo al régimen elegido, para aquellos contribuyentes que recién iniciarán su negocio las reglas de acogimiento para cada uno de los regímenes son las siguientes:

Tabla 9: Reglas de acogimiento para los regímenes

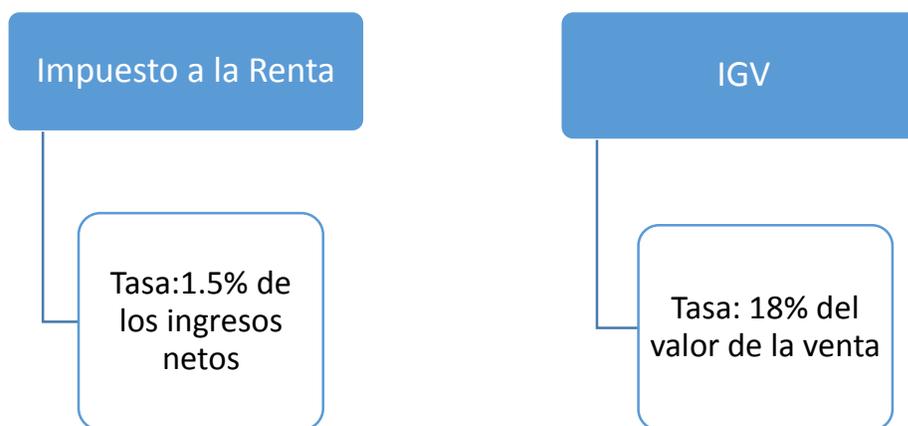
Acogimiento	NRUS	RER	RMT	RG
Requisitos	Sólo con la afectación al momento de la inscripción.	Con la declaración y pago mensual.	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades. *	Sólo con la declaración mensual.

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT

Según los comparativos de los diferentes regímenes, la empresa ha elegido el régimen especial a la renta (RER), ya que por ser una microempresa obtendrá ingresos anuales menores a S/. 525,000.00.

Se debe cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:

Tabla 10: Impuestos que se debe pagar en el régimen especial



Elaboración propia
Fuente: SUNAT

Para ello debemos obtener el RUC, se tramitará en las oficinas de SUNAT llevando los siguientes documentos:

- DNI del Representante Legal de la empresa
- Recibo de servicios (agua y/o luz)
- Testimonio de Constitución de la Empresa y su inscripción en Registro Públicos.
- Definir el tipo de Renta (RER)

Todo en original y copia.

Al activar el RUC, se recibirá el código usuario y clave de acceso a Sunat Operaciones en Línea (Clave SOL).

1.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

PLAME es la Planilla Mensual de Pagos, que es el segundo componente de la Planilla Electrónica, y contiene información mensual de los ingresos de los inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), como de los prestadores de servicios que tengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; asimismo información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido delegada a la SUNAT. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2017)

La PLAME se realiza obligatoriamente a partir de la información en el T-REGISTRO.

El programa se descarga desde la página: www.sunat.gob.pe, se realiza la declaración jurada y se envía vía SUNAT Operaciones en Línea (SOL).

Tabla 11: Componentes de la planilla electrónica

Componente	Contenido	Medio de Acceso
T- REGISTRO	Obligación laboral del empleador en el cual se registrará los datos laborales, de seguridad social y tributaria de cada trabajador. Modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	Clave SOL: -Opción MI RUC Y OTROS REGISTROS.
PLAME	Se consigna la información mensual de los ingresos del personal inscrito en el T-Registro, los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y sobretiempo del trabajador.	Programa descargado desde la Web de la Sunat.

Elaboración propia

Fuente: SUNAT

La empresa cumplirá con el T-Registro de los trabajadores, de la misma forma ingresará con la Clave Sol al PDT PLAME con el fin de cumplir con la presentación de la planilla mensual de pagos y la declaración de obligaciones.

1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

La empresa se acogerá al régimen especial laboral según Ley N° 28015 que promueve la formalización y desarrollo de las microempresas, facilitando el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores.

A continuación, detallo los derechos de los empleados al acogerme a este régimen.

Tabla 12: Cuadro Régimen Laboral Especial

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
<ul style="list-style-type: none"> • Remuneración Mínima Vital (RMV). • Jornada de trabajo de 8 horas o 48 horas semanales. • Descanso semanal y en días feriados. • Remuneración por trabajo en sobretiempo. • Descanso vacacional de 15 días calendarios. • Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD). • Cobertura Previsional. • Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración). 	<ul style="list-style-type: none"> • Remuneración Mínima Vital (RMV). • Jornada de trabajo de 8 horas. • Descanso semanal y en días feriados. • Remuneración por trabajo en sobretiempo. • Descanso vacacional de 15 días calendarios. • Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD. • Cobertura Previsional. • Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración). • Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR). • Derecho a percibir 2 gratificaciones al año de ½ sueldo (Fiestas Patrias y Navidad). • Derecho a participar en las utilidades de la empresa. • Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días remuneración. • Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Elaboración propia
Fuente: SUNAT

1.14 Modalidades de Contratos Laborales

El contrato de trabajo es un acuerdo voluntario entre una persona natural que es el trabajador y una persona jurídica o natural que es el empleador, por el cual el trabajador se obliga a poner en disposición del empleador (subordinación) a cambio de una remuneración.

***Contrato a plazo indeterminado o indefinido:** tiene fecha de inicio, pero no una fecha de terminación, en el entendido de que puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causa justificada que amerite el despido del trabajador. Puede ser verbal o escrito.

No es necesario que el trabajador exija un contrato escrito, pero sí asegurarse de estar registrado en las planillas de la empresa para recibir todos los beneficios que por ley ofrece el sistema laboral peruano.

Una manera de comprobar es: boletas de pago o remuneración, ahí consta la fecha de inicio.

El trabajador cuenta con todos los beneficios laborales que brinda la ley: asignación familiar, compensación por tiempo de servicios, gratificaciones, vacaciones, entre otros.

***Contrato a plazo fijo o determinado:** también llamado Sujeto a Modalidad. Es aquel donde la prestación de servicios se da por un tiempo determinado y se celebra por una necesidad específica.

El plazo de duración máximo no podrá superar los 5 años. Si sobrepasa este plazo, el trabajador pasa a la condición de indeterminado.

Este tipo de contrato debe celebrarse por escrito y, obligatoriamente, registrarse ante el MTPE dentro de los 15 días naturales de su celebración. El contrato debe especificar la causa concreta de contratación y fijar una fecha de inicio y de terminación.

Contratos sujeto a modalidad. Tres subgrupos:

Temporal: inicio de actividad, necesidad mercado, reconvención empresarial.

Ocasional: ocasionalidad, suplencia y emergencia.

Accidental: específico, temporada e intermitente.

Los trabajadores bajo esta modalidad le corresponden los mismos beneficios que poseen los trabajadores con un contrato a plazo indeterminado, como también derecho a la estabilidad laboral mientras dure el contrato una vez superado el tiempo de prueba.

Contrato a tiempo parcial: se celebran cuando el horario de trabajo no supera las cuatro horas diarias. Este tipo de contrato, a diferencia de los contratos por plazo indeterminado o fijo, no cuentan con el beneficio de vacaciones, pago de CTS y del derecho a la indemnización por despido arbitrario. El contrato se debe presentar por escrito y registrar ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días posteriores a su celebración. (PYMEX, s.f.)

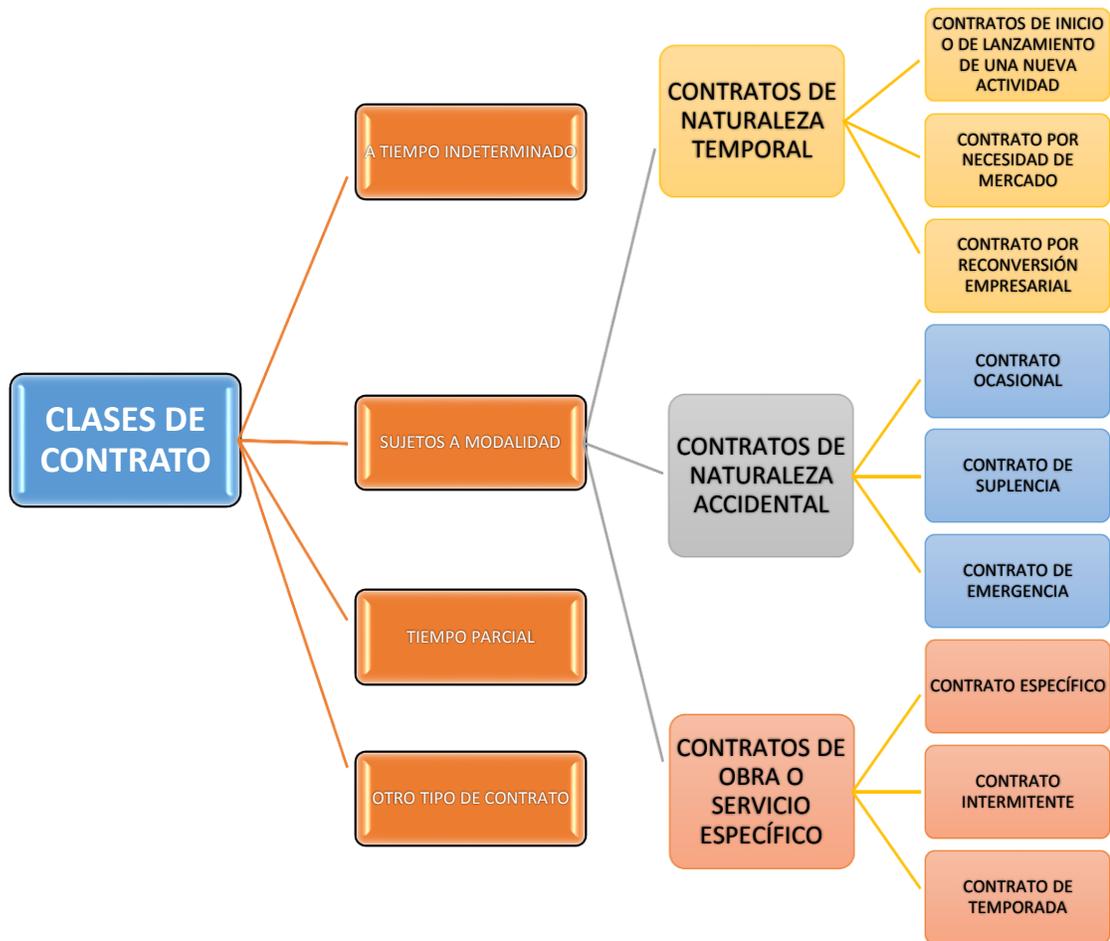


Gráfico 5 Clases de Contrato

Elaboración propia. Fuente: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo

La empresa usará la modalidad de contrato de Naturaleza Temporal (inicio de una nueva actividad), ya que la empresa recién comenzará con sus actividades, el otro tipo de contrato será contrato de prestación de servicio.

1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

El contrato comercial es un acuerdo voluntario entre dos o más partes, a partir de ello se adquieren determinados derechos y obligaciones de carácter comercial. Puede ser escrito o verbal; la mayoría de las empresas celebran sus contratos comerciales por escrito y así formalizar los términos del acuerdo.

En el caso de la empresa, se utilizará los siguientes tipos de contratos:

- Contrato de arrendamiento: Propietario de inmueble – empresa.
- Contrato compra venta internacional: Comprador (importador)- empresa.
- Contrato de Sociedad: Fundadores de la empresa.
- Contrato de Transporte Interno: Agente de carga – Empresa.
- Contrato laboral: Empleado – Empresa.

De acuerdo a la Ley General de Sociedades N° 26887; Art. 51. Capital y responsabilidad de los socios. En la sociedad anónima el capital está representado por acciones nominativas y se integra por aportes de accionistas, dichos accionistas no responden a las deudas sociales.

De acuerdo al artículo 71. Responsabilidad de fundadores. Los fundadores de dicha sociedad son responsables frente a aquellos que contratan. Pueden ser liberados de dicha responsabilidad desde que las obligaciones asumidas son ratificadas por la sociedad dentro de un plazo estipulado.

Asimismo, los fundadores son solidariamente responsables frente a la sociedad, a los demás socios y terceros:

- Por la suscripción integral del capital.
- Por la existencia de los aportes no dinerarios.
- Por la veracidad de las comunicaciones hechas por ellos al público para la constitución de la sociedad.

2.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1.-Descripción del Producto

Nutrition Facts	Amount/Serving	% DV*
Serv size 1 Tbsp (20 gr)	Total Fat	0%
Servings about 13	Sodium	0%
Calories 14	Total Carb	2.18g
	Sugars	0
	Protein	0.16g

*Percent Daily values (DV) are based on a 2000 calorie diet.

Ingredients: mango pulp, stevia, pectin.

VITA PASSION

MANGO JAM

250 gr (9 oz)

CON STEVIA

PRODUCED BY ESMERALDA CORP TO INVERSIONES AVILA'S PASSION.

Gráfico 6 Clases de Contrato
Fuente: Elaboración propia

El producto a exportar es la Mermelada de mango endulzado con stevia. Se eligió este producto ya que las personas consumen el mango como fruta, la idea de este plan es ofrecer el mango en otra presentación como en la mermelada y, además será endulzado con stevia, un endulzante natural que tiene muchos beneficios.

El mango contiene cantidades ideales de vitamina K, un elemento importante en la formación de hueso, ya que contribuye en la absorción del calcio, también aporta al cuerpo vitamina C; ésta promueve el mejor funcionamiento del sistema inmunológico y de la formación del colágeno. Además, contiene vitamina A, esencial para la vista. El mango es una fruta de pulpa carnosa y semi-ácida de color verde, amarillo o naranja. Esta

pulpa brinda una frescura muy agradable para la mermelada, además su textura es ideal para este tipo de preparación.

Al utilizar Stevia un sustituto de azúcar reduce las calorías en la receta, ya que es el único edulcorante 100% vegetal, natural y sin calorías. La mermelada de mango endulzado con stevia también puede ser disfrutada por los niños, mujeres embarazadas y en periodo de lactancia, deportistas, y aquellas personas que no puedan consumir azúcares o deseen mantener la línea de una forma sana y equilibrada.

2.1.1 Clasificación Arancelaria:

Tabla 13: Partida Arancelaria

Nro. Partida	Descripción
20.07	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

A continuación, se presenta la partida según su sistema:

Sección IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.
Capítulo 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
20.07	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
2007.99	Los demás
2007.99.91.00	Confituras, jaleas y mermeladas

Elaboración propia
Fuente: SUNAT

2.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor que tiene la empresa como exportadora de mermelada de mango endulzada con stevia se basa en que es un producto de calidad, ya que tiene valores nutricionales siendo la materia prima el mango y la stevia. Teniendo en cuenta que el mango y la stevia cumplen con los con los certificados correspondientes en el mercado objetivo y los requisitos requeridos.

La mermelada es un producto que gusta a todos los paladares pero muchas veces las personas evitan comerlo por la cantidad de azúcares y calorías que contiene, por lo que se presenta en este plan de negocio es que el producto Mermelada de mango endulzado con Stevia pueda ser consumido por niños, lactantes, deportistas, etc., sin tener que preocuparse por su salud ya que al contener la stevia pues no necesitará azúcar y esto hará que el producto sea saludable y apto para todos; tomando en cuenta que el mercado objetivo es Estados Unidos y hoy en día tienen una tendencia de comer cada vez más saludable y rico, además de tener este producto listo para disfrutarlo.

2.1.3. Ficha Técnica

Tabla 14: Ficha Técnica de Mermelada de mango con Stevia

MERMELADA DE MANGO CON STEVIA	
NOMBRE DE LA EMPRESA	Inversiones Avila's Passion S.A.C.
MARCA	VITA PASSION
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Producto natural, sin azúcares añadidos, sin grasas, sin gluten, ideal para desayunos y meriendas que cuiden la salud. Está endulzada con Stevia que es el único edulcorante 100% vegetal, natural y sin calorías.
PARTIDA ARANCELARIA	2007.99.91.00
NOMBRE COMERCIAL	Mermelada de Mango endulzado con Stevia
CARÁCTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Aroma: Intenso y característico del mango. Color: De color naranja amarillento Sabor: Típico a fruta fresca, dulce; exenta de sabores extraños. Apariencia: Suave, homogénea y sin grumos
COMPOSICIÓN	Pulpa de mango, stevia, ácido cítrico y conservante.
INFORMACIÓN DIETARIA	Sin adición azúcar Libre de ingrediente genéticamente modificados preservantes artificiales
VIDA ÚTIL	1 año a temperatura ambiente Después de abierto mantener refrigerado.
USOS	En acompañamiento de panes, galletas, bocaditos, etc. En el desayuno En la repostería
PRESENTACIÓN	Frasco de Vidrio de 250 gr.

Fuente: Elaboración propia

2.2. Investigación del Mercado Objetivo

Se escogió el mercado de Estados Unidos en el presente plan de negocios en base a diversos criterios:

Primero revisaremos las importaciones de mango a nivel mundial, y según la tabla que se mostrará a continuación a los primeros 15 países que importan con mayor cantidad el mango y teniendo a Estados Unidos como el 1er importador de mango como fruta en los últimos 5 años.

Tabla 15: Lista de importadores de mango últimos 5 años (Unidad: Dólar Americano Miles)

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Estados Unidos de América	424.835	501.521	492.174	544.149	583.261
Países Bajos	205.040	243.485	275.552	276.635	280.799
Alemania	111.572	131.088	161.769	173.765	174.116
Reino Unido	96.772	106.157	131.111	163.656	170.837
China	206.888	245.046	177.499	260.582	168.848
Francia	78.326	83.660	102.761	101.212	127.435
Vietnam	30.575	74.182	124.588	69.231	105.342
Canadá	82.689	92.483	88.832	87.192	87.499
Emiratos Árabes Unidos	79.424	91.062	100.146	95.158	85.735
España	41.140	52.215	59.104	65.324	71.177
Hong Kong, China	76.976	75.987	74.233	66.771	56.165
Arabia Saudita	54.940	48.593	52.283	55.180	52.675
Bélgica	46.101	52.701	52.430	47.339	50.809
Portugal	29.408	36.506	42.803	43.290	50.323
Corea, República de	13.668	25.850	46.142	55.563	48.263

Elaboración Propia. Fuente: TRADEMAP

Según la Tabla N°15, se puede visualizar los 15 principales países en el mundo que importan con la partida arancelaria 080450, indicando los valores importados por cada año desde el año 2012 al 2016 y las variaciones de incremento o disminución por cada año. Teniendo a Estados Unidos, Países Bajos y Alemania entre los 3 primeros importadores.

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2016

Producto : 080450 Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos

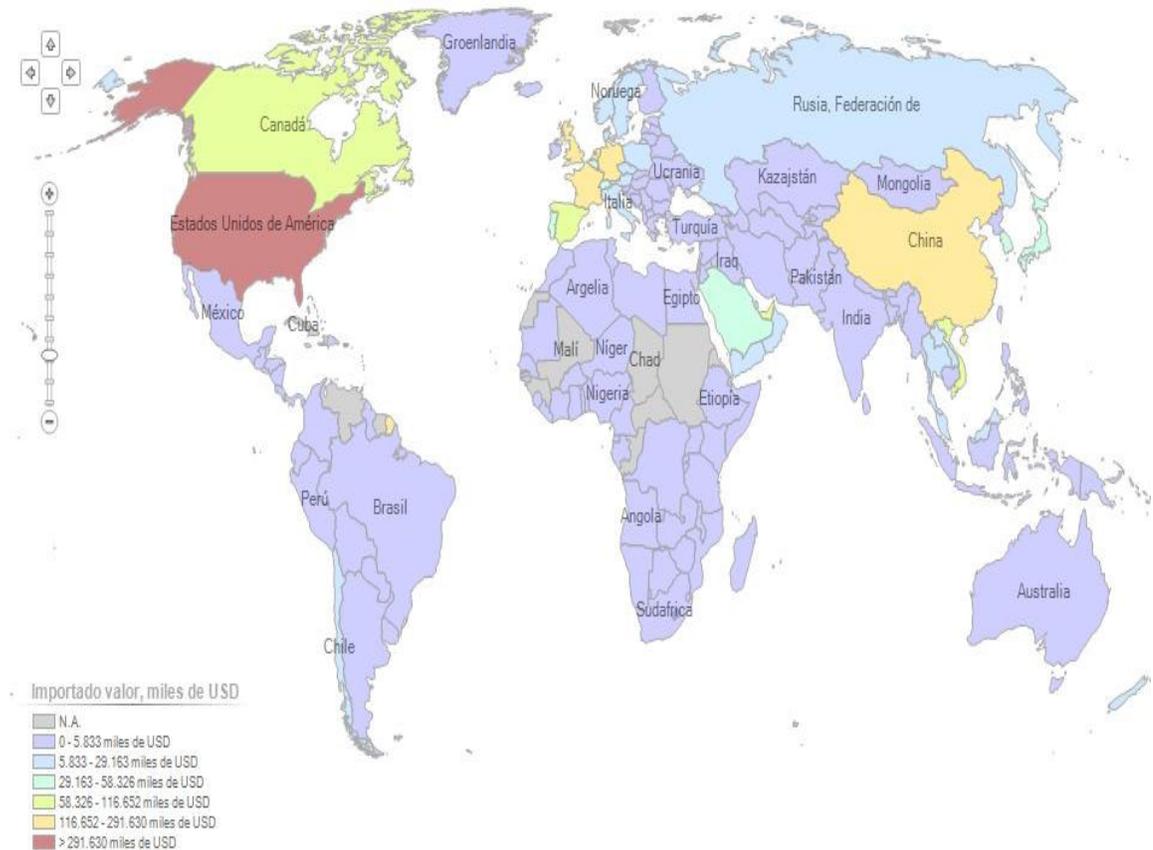


Gráfico 7 Países importadores de la partida arancelaria 080450 – Año 2016

Fuente: Trademap

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2015

Producto : 080450 Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos

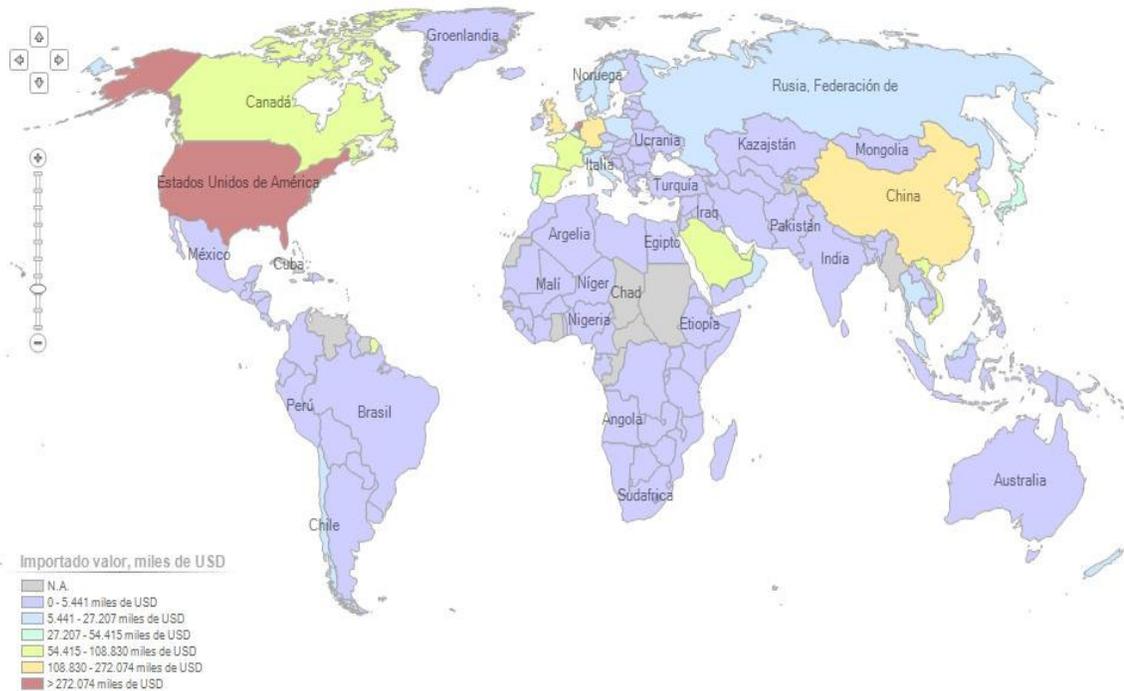


Gráfico 8 Países importadores de la partida arancelaria 080450 – Año 2015

Fuente: TRADEMAP

A continuación, se presenta cuáles son los países que más exportan mango a nivel mundial, para poder tener conocimiento de que países son los mayores productores de mango.

Tabla 16: Lista de países exportadores de la PA 080450 (Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos) - Unidad Dólar Americano Miles

Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016
México	254.007	299.341	282.377	328.483	402.078
Países Bajos	180.401	221.601	258.158	242.676	285.052
India	166.858	203.419	196.136	183.616	202.565
Perú	117.716	132.702	138.317	194.169	197.740
Brasil	137.925	147.993	164.211	184.934	180.331
Tailandia	128.139	180.342	199.320	172.973	166.367
España	41.842	43.992	76.441	62.809	68.161
Filipinas	70.897	63.391	128.020	91.011	66.865
Pakistán	44.302	57.200	41.719	40.901	65.835
China	3.226	6.684	8.556	27.567	56.649
Egipto	25.663	23.541	35.005	39.838	53.932
Ecuador	35.836	38.120	32.484	37.567	45.246
Francia	15.732	14.511	24.474	20.859	38.770
Estados Unidos de América	29.757	39.364	39.452	39.176	37.556

Elaboración Propia. Fuente: TRADEMAP

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2016

Producto : 080450 Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos

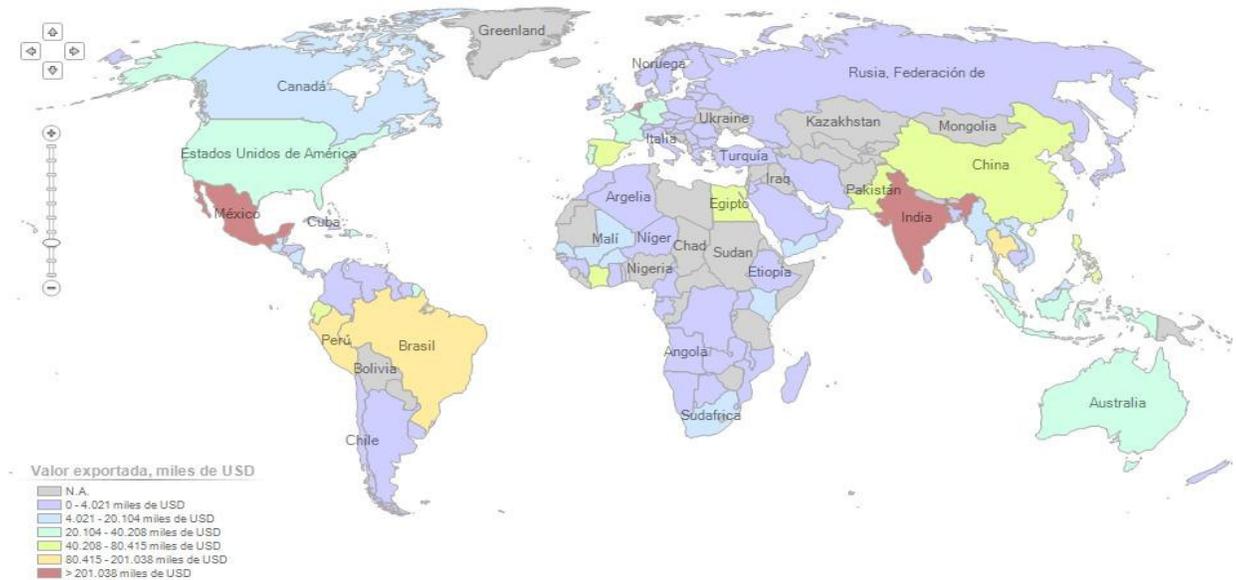


Gráfico 9 Lista de los países exportadores de la P.A. 080450 - 2016

Fuente: Trademap

Según la Tabla N ° 16 y los gráficos mostrados; México es el mayor exportador de mango a nivel mundial con una participación de 402.078 miles de dólares, pero también se visualiza que tenemos a Perú en el 4to lugar de exportación de mango a nivel mundial con una participación de 197.740 miles de dólares, lo que quiere decir es que Perú cuenta con una producción suficiente de mango para satisfacer la demanda a nivel mundial, por lo que no tendremos problemas con obtener el insumo principal para nuestro producto.

Se analizó los mercados que más importan mango y exportan mango, se puede concluir que el mango es una fruta que tiene una gran demanda y una gran producción por lo que siempre se tendrá este insumo presente.

Estados Unidos es el país que más consume la fruta de mango a nivel mundial, teniendo en cuenta que el producto mermelada de mango también tendrá acogida, ya que el mango no será un sabor nuevo para ellos, consumirán el mango, pero en otra presentación como en mermelada.

A continuación, se analizan las importaciones de la partida arancelaria de nuestro producto mermelada de mango endulzado con stevia.

Tabla 17: Principales Importadores de Mermelada (Unidad Dólar Americano Miles)

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Estados Unidos de América	201.450	219.200	240.015	251.272	270.330
Alemania	191.010	220.942	227.811	202.421	202.954
Francia	189.654	213.365	210.049	181.697	185.765
Reino Unido	116.015	130.161	131.857	134.078	130.599
Países Bajos	69.618	108.138	123.538	128.812	112.143
Canadá	65.062	64.719	86.438	89.687	89.962
Italia	75.626	86.997	82.778	77.041	83.582
Bélgica	57.303	77.261	73.650	65.298	67.192
Rusia, Federación de	117.946	137.319	132.177	94.934	60.967

Elaboración propia Fuente: TRADEMAP

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2016

Producto : 200799 Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. de arios "cítricos", así como las preparaciones homogeneizadas)

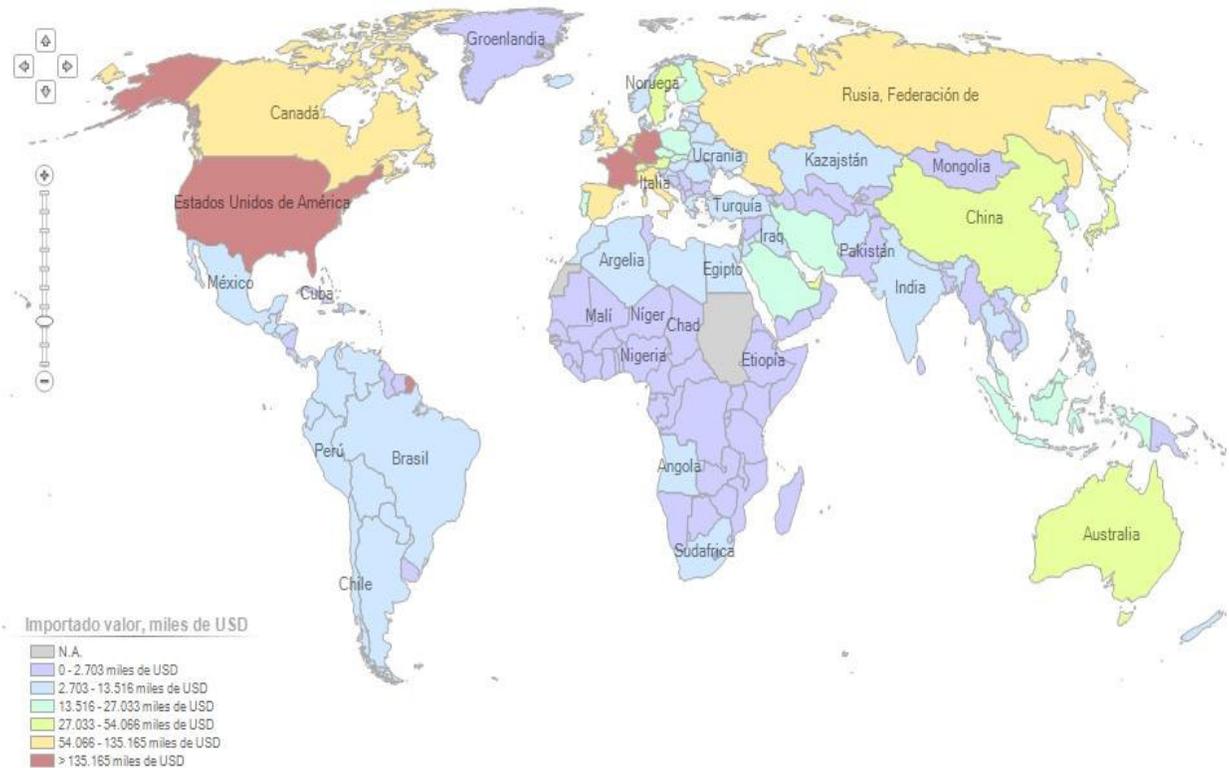


Gráfico 10 Lista de los países importadores de la P.A. 200799- 2016
Fuente: Trademap

De acuerdo a la Tabla N°17, Lista de los 10 principales importadores del producto: 200799 “Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante”; Estados Unidos ha sido uno de los países que ha tenido una tendencia creciente hacia el consumo de la partida arancelaria 200799, con una participación de 270.330 miles de dólares Americanos, en el segundo y tercer lugar están los países Alemania y Francia respectivamente.

Asimismo, debemos tener en cuenta el análisis del mercado de mermelada de mango ya que Perú exporta a diferentes países y de esta forma tener referencia a que mercado se debe enfocar.

Tabla 18: Principales Importadores de Mermelada (Toneladas)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Estados Unidos de América	104582	111624	125692	147092	159768
Alemania	81477	88429	87998	95072	99137
Francia	95078	98416	96755	98035	97592
Rusia	108588	113734	124663	92635	60941
Países Bajos	30565	50845	57101	58203	56698
Reino Unido	41106	43824	42361	49956	52887
Canadá	30767	28764	33531	35866	39107
Italia	28335	34483	33286	31566	33394
Bélgica	21526	29217	27542	26691	31657
España	15058	16499	15300	21028	26200

Elaboración Propia Fuente: TRADEMAP

Según la tabla N° 18, muestra la cantidad en toneladas de las importaciones de Mermelada y jaleas, se tienen los 10 primeros países que importan, siendo el de mayor cantidad Estados Unidos.

Tabla 19: Exportaciones peruanas con la P.A. 2007999100 entre 2013 – 2016

País	2013	2014	2015	2016
	Valor FOB USD.	Valor FOB USD.	Valor FOB USD.	Valor FOB USD.
Estados Unidos	3,426,791.93	3,965,503.92	62,767.15	4,152,680.06
Bolivia	3,426,791.93	176,960.00	179,976.25	207,096.20
Chile	8,250.18	35,920.52	811.98	32,518.81
Francia	23,025.05	2,901.52	1,525.79	14,026.08
Venezuela				4,454.00
México	300	1,270.00	1,120.00	1,225.00
España	47,028.20	3,852.35	0	568.98
Panamá	3,915.00	62,767.15	74,564.40	40.87

Elaboración propia.

Fuente: PROMPERU

Requisitos de acceso al mercado objetivo:

De acuerdo a todo lo mostrado anteriormente, se tiene que el país de Estado Unidos es el mercado objetivo al cual estará enfocado este plan de negocio. Para ello es necesario tener en cuenta los siguientes puntos:

Estados Unidos:

-Acuerdo de Promoción Comercial Perú-EEUU

Cabe señalar que el mercado objetivo cuenta con libre arancel, eso quiere decir que no pagará el impuesto arancelario ya que Estados Unidos y Perú cuentan con un Acuerdo de Promoción Comercial Perú- EEUU, de esta forma el distribuidor podrá importar con un beneficio arancelario libre, y así el costo de importación será menor.

-Normas de Origen

Se establece según el Acuerdo de Promoción Comercial entre Perú y Estados Unidos, en el Capítulo 4 Reglas de Origen y los Procedimientos de Origen, con el fin de garantizar que solamente las mercancías que califique como originarias puedan acceder al trato arancelario preferencial. El certificado de origen acreditará que las mercancías son originarias del Perú.

Tabla 20: Mercancías Originarias del Perú

Mercancías Originarias	
Son considerados mercancías originarias del Perú cuando:	<ul style="list-style-type: none">• La mercancía es obtenida en su totalidad o producida enteramente en el territorio de Perú o ambos.• Las mercancías en cuya elaboración se utilizan materiales (insumos) originarios y no originarios deben cumplir con los criterios de calificación de origen que se encuentran establecidos en los Anexos de Requisitos Específicos de Origen del APC.• Las mercancías elaboradas exclusivamente a partir de materiales originarios del Perú o de ambos, serán consideradas originarias.

Elaboración Propia

Fuente: (PROMPERÚ, s.f.)

Si la mercancía cumple con los requisitos establecidos en el Capítulo de Regla de origen, las mercancías ingresarán a Estados Unidos con el Certificado de Origen y se beneficiará de las preferencias arancelarias.

-Regulaciones para el ingreso del Producto a EEUU

***La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA):** Entidad encargada de establecer y verificar el cumplimiento de regulaciones para garantizar la seguridad de los alimentos, medicamentos y cosméticos que se consumen en los Estados Unidos.

Los productos importados normalizados por la FDA están sujetos a inspección en la fecha de su entrada a la Aduana estadounidense. La FDA dirige los siguientes aspectos:

- Cumplimiento de la Ley contra el Bioterrorismo
- Alimentos envasados de baja acidez y acidificados (LACF/AF)

- Aditivos e ingredientes alimentarios
- Etiquetado y envasado de alimentos procesados
- Alimentos preparados que contengan menos de 2% de contenido cárnico (Los que tienen mayor contenido son regulados por el FSIS)
- Mariscos y pescados
- Huevo en cáscara (los ovoproductos son regulados por el FSIS)
- Inspección de los límites máximos de residuos de plaguicidas, medicamentos veterinarios, metales pesados y demás contaminantes, conforme a lo establecido por la Agencia de Protección Ambiental (EPA). (PROMPERÚ, s.f.)

La empresa cumplirá con las regularizaciones establecidas por la FDA, para que, al momento de la importación a Estados Unidos, el producto no tenga problemas para su nacionalización.

***Ley contra el Bioterrorismo:**

Todos los productos que entran a los Estados Unidos están obligados a cumplir con la Ley contra el Bioterrorismo la cual se encuentra destinada a proteger la producción, distribución y venta de alimentos de origen norteamericano e importado, en contra de posibles atentados terroristas. (PROMPERÚ, s.f.)

***Marcado y Etiquetado**

Todos los productos alimenticio que se comercializaran en los EE.UU. tiene que llevar obligatoriamente un rótulo que cumpla la normativa, Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 “Food Labeling” (21 CFR 101). En todo caso, las autoridades prohibirán el ingreso del producto en dicho país.

Los requisitos pertinentes al etiquetado de productos agroindustriales procesados, están expresos en las normativas del rotulado General, rotulado nutricional y el código de barras.

Perú:

-Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA): Es el órgano técnico-normativo en aspectos relacionados al saneamiento básico, salud ocupacional, higiene alimentaria, zoonosis y protección del ambiente. Norma y evalúa el Proceso de Salud Ambiental en el Sector. (PROMPERÚ, s.f.)

La empresa Inversiones Avila's Passion SAC. contará con Registro Sanitario y la Certificación Sanitaria Oficial de Exportación.

2.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Para la segmentación se ha escogido el país de Estados Unidos ya que es el mayor importador y consumidor del mango y de la partida arancelaria 2007999100. Como se pudo visualizar en las tablas anteriores Estados Unidos es el mayor importador en comparación con Francia y Alemania. A continuación, se presenta la Ficha de País del Mercado Objetivo.

Tabla 21: Ficha de País de Estados Unidos

ESTADOS UNIDOS: PRESENTACIÓN GENERAL
Capital: Washington, D.C
Población total: 323.127.513
Densidad: 35 habitantes/km ²
Población urbana: 81,8%
Población de principales áreas metropolitanas: 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); San Diego (3.215.637); Seattle (2.776.119)
Lengua oficial: A nivel nacional no hay una lengua oficial. Sin embargo, el inglés es la lengua oficial de la mayoría de los estados del país y la lengua más hablada.
Otras lenguas habladas: El español es el idioma más hablado después del inglés. El español se habla en las siguientes regiones: Arizona, Texas, California, Florida y Nuevo México, pero se pueden encontrar comunidades de habla hispana por todo el país.
Idioma(s) de negocios: inglés.
Religión: Protestantes 52%, Católicos 24%, Mormones 2%, Judíos 1%, Musulmanes 1%, Otros 10%, Sin religión 10%.
Moneda local: Dólar estadounidense (USD)
Perfil del país
Área: 9.831.510 km ²
Forma de gobierno: Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semi soberanos que disfrutan de una gran autonomía.
Nivel de desarrollo: Economía de ingresos elevados, miembro de la OCDE, miembro del G8.
Primera potencia mundial, mayor exportador del mundo, alto nivel de endeudamiento

Elaboración propia

Fuente: Santander

Tabla 22: Indicadores de Crecimiento de Estados Unidos

Indicadores de crecimiento	2014	2015	2016	2017 (e)	2018 (e)
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	17.393,10	18.036,65	18.569,10	19.417,14	20.351,77
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	2,4	2,6	1,6	2,3	2,5
PIB per cápita (<i>USD</i>)	54.560	56.175	57.436	59.609	62.002
Saldo de la hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-3,8	-3,4	-3,9e	-4,0	-4,6
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	105,2	105,6	107,4e	108,3	108,9
Tasa de inflación (%)	1,6	0,1	1,3	2,7	2,4
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	6,2	5,3	4,9	4,7	4,6
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	-392,06	-462,97	-481,21	-522,77	-672,50
Balanza de transacciones corrientes (<i>en % del PIB</i>)	-2,3	-2,6	-2,6	-2,7	-3,3

Elaboración propia Fuente: Santander

Nota: (e) Datos estimados

Una vez seleccionado a Estados Unidos como el país de destino del producto, procederemos a analizar la ciudad a la que el producto estará enfocado, nuestro mercado objetivo.

- **Segmentación a nivel Micro Localización:**

Se tiene seleccionado el país del mercado objetivo, que es Estados Unidos, por lo que ahora se analizará al Estado al cual estará dirigido el producto. Se tiene 3 Estados de los Estados Unidos, entre ellas son: New Jersey, New York y Florida.

Tabla 23: Segmentación de mercado a nivel micro localización

FACTORES	PESO RELATIVO	NEW JERSEY		NEW YORK		FLORIDA	
		PUNTAJE	PONDERACIÓN	PUNTAJE	PONDERACIÓN	PUNTAJE	PONDERACIÓN
Población	30%	2	0.2	4	0.4	5	0.5
Tasa de Crecimiento de Población	20%	1	0.1	2	0.2	5	0.5
% de personas de 19 a 64 años	20%	4	0.4	5	0.5	3	0.3
Latinos e hispanos	10%	2	0.2	3	0.3	5	0.5
Clima	10%	3	0.3	3	0.3	5	0.5
Tasa de Desempleo	10%	5	0.5	3	0.3	2	0.2
TOTAL	100%		1.7		2.0		2.5

Elaboración Propia

Fuente: (CENSUS BUREAU, s.f.)

En la tabla N°23, se puede observar el análisis a 3 estados de los Estados Unidos, y según los factores que tienen más implicancia para seleccionar cual sería el mercado objetivo, se tiene que Florida obtuvo el mayor puntaje, por lo que el mercado objetivo para el plan de negocio será Florida.

A continuación, se presentará la ficha del Estado de Florida.

Tabla 24: Ficha de Estado de Florida

Estado Florida: País Estados Unidos.
Florida, también llamado La Florida, es uno de los cincuenta estados.
Capital: Tallahassee
Salario mínimo: 8.10 USD por Hora (1 de enero de 2017)
Gobernador: Rick Scott (R)
Lugares de interés: Walt Disney World Resort
Grandes ciudades: Jacksonville, Miami, Tampa, San Petersburgo, Orlando, Hialeah, Tallahassee, Fort Lauderdale, Port St. Lucie, Pembroke Pines, Cabo Coral, Hollywood, Gainesville, Miramar, Coral Springs, Clearwater, Miami Gardens, Palm Bay, West Palm Beach, Pompano Beach, Lakeland, Davie, Miami Beach, Deltona, Plantation, Sunrise, Boca Ratón, Largo, Melbourne, Palm Coast, Deerfield Beach, Boynton Beach, Lauderhill, Weston, Fort Myers, Daytona Beach, Delray Beach, Homestead, Tamarac y Kissimmee.
Población: 20.612.439 (el 3° estado de Estados Unidos)
Superficie: 170.312 km ² (estado de tamaño mediano, comparado con el resto de los estados del país.
Tasa de desempleo: 4% de la población activa, una tasa inferior a la nacional.
PBI per cápita: \$ 44.964
Población en riesgo de pobreza: 13%
Clima: Semi-tropical muy agradable que ofrece veranos calurosos con lluvias, inviernos moderados y temperaturas casi ideales durante la primavera y el otoño. Pero también está expuesta a la amenaza de las tormentas y huracanes tropicales durante finales del verano y el otoño.

Elaboración Propia Fuente: DB City



Gráfico 11 Mapa geográfico de Florida, Estados Unidos
Fuente: (ENCARTA, s.f.)

2.2.2 Tendencias de consumo

Este producto está enfocado a satisfacer al consumidor de Florida en Estados Unidos, ya que ofrece un producto rico en nutrientes por todos los beneficios que tienen el mango y la stevia. La mermelada es un producto alimenticio y saludable, a continuación, se presenta las tendencias que presenta el mercado objetivo.

Hoy en día una de las tendencias más marcadas es que el consumidor estadounidense tiene preferencia por los productos saludables y que cuenten certificaciones que aseguren la buena alimentación, pues poco a poco van dejando el gusto por la comida “chatarra”.

La búsqueda de estilos de vida más saludable ha llevado a los consumidores a optar por alimentos con características funcionales, ingredientes naturales, o certificaciones relacionadas a la salud, como:

- Alimentos orgánicos.
- Alimentos con alto contenido de antioxidantes.
- Alimentos sin azúcar y con endulzantes de origen natural como la stevia.
- Evitar colorantes y saborizantes artificiales.
- Preferencia por alimentos de producción más natural, con alto contenido de frutas.

También prefieren los sabores nuevos pues ya están cansados de lo mismo, y sobretodo buscan un valor agregado a cada producto, innovador, rico y saludable y este es uno de nuestros puntos fuertes ya que el producto se enfoca a impactar y quedarnos en el paladar de los consumidores. Búsqueda de alimentos novedosos (procedencia, sabores, formatos, entre otros), que les permitan vivir una experiencia gourmet.

El consumidor cada vez tiene mayor interés por la procedencia de los productos, así apoya a productores locales, busca productos étnicos, pondera la seguridad de productos importados, y también busca autenticidad en productos de ciertas regiones. La historia atrás de un producto es fundamental, en especial para la categoría gourmet o para productos de mayor precio.

Cabe decir que hay un aumento de consumo en los jóvenes, niños estudiantes en los periodos de vacaciones o feriados, ya que las personas tienen más tiempo para disfrutar su desayuno.

En el mercado mundial y sobretodo en el mercado de Estados Unidos, los consumidores desean siempre comer algo rico, sabroso, pero que cuide su salud, es por ello que ahora optan por consumir productos con edulcorantes en lugar del azúcar, pero que el producto siga manteniendo su mismo sabor original y que contengan baja calorías; entre los edulcorantes preferidos por este tipo de consumidores es la stevia, generando la oportunidad de negocio de elaborar mermelada de mango con stevia.

2.3.- Análisis de la Oferta y la Demanda

2.3.1 Análisis de la Oferta

MANGO

El mango es reconocido a nivel mundial ya que es una fruta con diversas cualidades nutricionales, rica en minerales, fibras, así como vitaminas y provitaminas. También es conocido como “melocotón de los trópicos”, es uno de los principales frutos considerados exóticos, que se comercializan en todo el mundo, valorado por su sabor dulce, refrescante y aromático.

Gracias a su popularidad, el mango hoy en día es comercializado a nivel mundial en diversos formatos de productos procesados. Al ser un fruto dulce en sabor y muy versátil este puede utilizarse para una cantidad innumerable de productos como mermeladas, jaleas, helados, yogures, confituras, mangos en conservas, pulpa de mango, trozos congelados, mango deshidratado, jugos a base de mango, trozos en almíbar, bebidas funcionales y energéticas, etc.

Hoy en día podemos encontrar al mango desde el sur de Asia, donde se originó, hasta América, en el que México, Brasil, Perú y Colombia son sus mayores productores.

Temporada de Cosecha de Mango:

Tabla 25: Meses de cosecha del mango en el Perú

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
X	X	X	X	X						X	X

Elaboración propia

Fuente: Univeg Perú

En la tabla N°25, se muestra los meses que se cosecha el mango en Perú, siendo esta desde el mes de noviembre hasta el mes de mayo, gracias a las condiciones climáticas del territorio peruano.

Los cultivos de mango se concentran en el norte del país por tener un clima cálido y tierra fértil, siendo Piura el departamento con mayor cultivo ya que representa más del 60% de la producción, particularmente de los valles de San Lorenzo, Tambo Grande, Chulucanas y Sullana. Los departamentos que también cultivan son Lambayeque, Lima, Cajamarca, Ica, Ancash y Ucayali; produciendo el resto de las cosechas para satisfacer la demanda.



Gráfico 12 Meses de cosecha de Mango por departamento

En el Gráfico N°12, se muestra los meses de cultivos de mango en los departamentos tales como Piura y Lambayeque, siendo su cosecha en los meses noviembre, diciembre, enero, febrero y marzo; así como los departamentos de Ancash y Lima cosechando los meses de abril y mayo.

En el año 2016, la producción de mango alcanzó 372, 900 toneladas con un valor de 202.5 millones de soles; siendo 7.8% más que el año 2015.



Gráfico 13 Evolución de las exportaciones peruanas de mango

En el Gráfico N°13, se muestra la evolución de las exportaciones peruanas de mango desde el año 2011 al año 2016 se incrementa las exportaciones considerablemente; en el año 2015 es donde se puede ver un aumento de 41% respecto al año 2014 que representa 195.9 millones de dólares.

Tomando en cuenta la categoría a la que el mango pertenece (guayabas, mangos y mangostanes), la producción mundial de este fruto ha venido evolucionando de forma creciente en los últimos años.

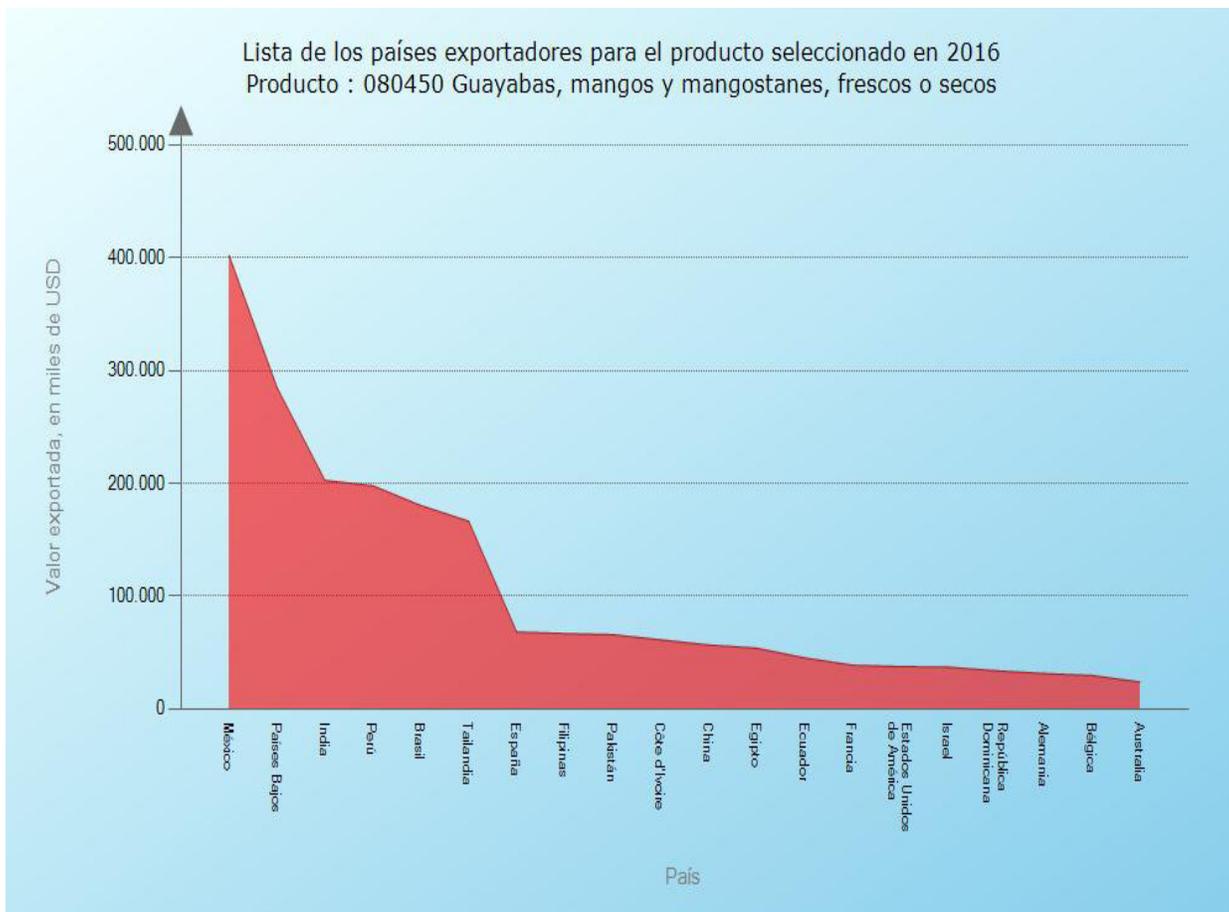


Gráfico 14 Países exportadores de Mango 2016

Fuente: Trademap

Con respecto a las exportaciones, al 2016, tal como se visualiza en el Gráfico N° 14; México es quien concentra una gran parte de las exportaciones de mango a nivel mundial, posicionándose como el mayor exportador de este fruto, con un valor de 400,000 miles de USD. Le siguen la Países Bajos, India y Perú.

Con respecto a los lugares de producción, se analizará que departamento tiene más oferta del insumo que se usará para el producto final que es la mermelada de mango endulzado con stevia.

Tabla 26: Cantidad exportada de mango por departamento 2016

UBIGEO	FOB2016 Mil(US\$)	Pe.Netto 2016(TN)	FOB2015 Mil(US\$)	Pe.Netto 2015(TN)
Piura	160,321	115,733	161,372	115,733
Ancash	26,032	9,724	19,455	9,724
Lambayeque	5,036	5,512	9,392	5,512
Lima	4,995	2,276	4,423	2,276
La Libertad	548	205	398	205
Callao	448	293	585	293
Ica	181	86	195	86
Loreto	166	0	0	0
Cajamarca	88	0	0	0
Junín	7	3	7	3
Apurímac	4	0	0	0
Tacna	0	95	59	95
Arequipa	0	0	2	0
Cusco	0	2	5	2
TOTAL	197,828	157,158	195,895	133,930

Fuente: SUNAT

En la tabla N° 26; indica que el departamento de Piura ha tenido mayor producción dentro de todos los departamentos de Perú, su producción exportable ha sido de 115,372 toneladas de mango; mientras que Ancash el segundo productor- exportador su producción ha sido de 19,455 toneladas en el año 2016; continuando detrás Lambayeque , Lima,La Libertad con un diferencia considerable de producción; esto quiere decir que Piura y Ancash son los abastecedores principales de mango.

A continuación se muestran las principales empresas exportadoras de mango de Perú.

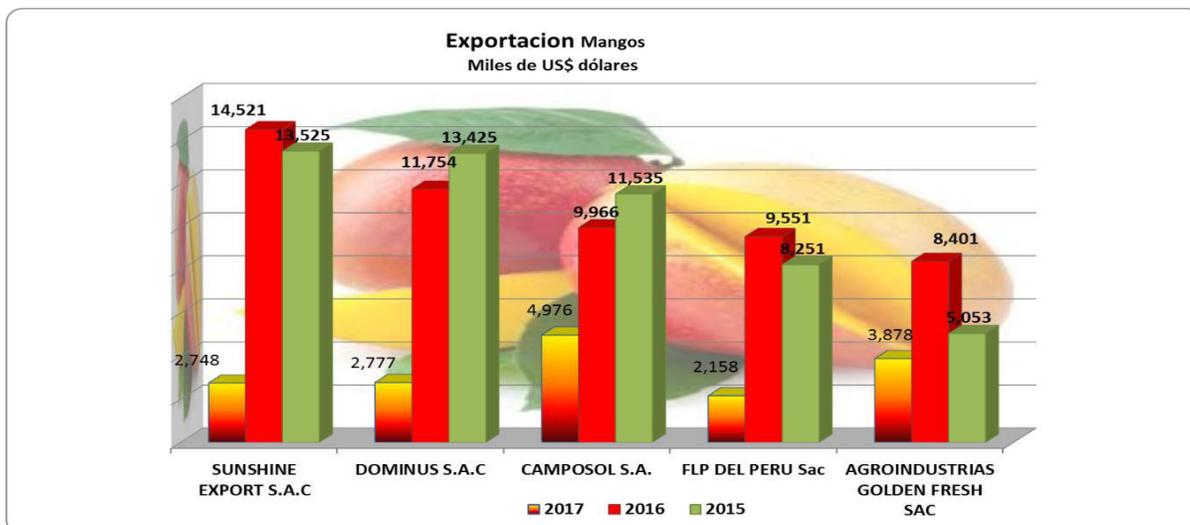


Gráfico 15 Empresas peruanas exportadoras de mangos (Miles de US\$ dólares)
Fuente: AGRODATA

En el gráfico N°15, se visualiza a las principales empresas exportadoras de mango, siendo la empresa Sunshine Export S.A.C. el mayor exportador de mango entre las empresas peruanas, a su vez también se aprecia que tuvo una mayor exportación el año 2015; las empresas que también exportan son Dominus S.A.C., Camposol S.A., etc.

STEVIA

Hierba de origen sudamericano, usada en distintos países como: China, Japón, Estados Unidos, Paraguay, Colombia, Chile, Perú y otros países. Por su gran propiedad de un edulcorante natural es usado en bebidas, postres, jugos, etc., pues el dulzor de esta planta es aproximadamente 150 a 400 veces más que el azúcar. Esta planta es muy saludable y consumido por aquellas personas que buscan un producto bajo en calorías, enfermedad degenerativa, diabetes, o aquellas que deseen tener una vida sana.

El Perú cuenta con gran variedad de pisos geográficos, por lo que es ideal para la siembra de la planta Stevia, siendo en los siguientes departamentos: San Martín, Piura, Lambayeque, Cusco y Lima; cosechándose de 4,5 a 6 veces al año, dependiendo su cultivo.

En el Perú hay grandes, medianas y pequeñas empresas que están utilizándola stevia en su línea de producto, como Coca Cola, Alicorp, Grupo Gloria, Universal, Wawasana, Néctar Waylla, entre otros.

La stevia ha sido aprobada por diferentes organismos internacionales que garantizan su consumo como endulzante o edulcorante, ya que no provoca ninguna reacción adversa al organismo. Estas son:

- FDA (Food and Drug Administration)
- Organización Mundial de la Salud (OMS)
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)
- Agencia de Seguridad Alimentaria Europea (EFSA), indica que no son cancerígenos, genotóxicos, ni están asociados a toxicidad en el desarrollo de la reproducción. Siendo una propuesta saludable.
- Global Stevia Institute (SGI)

La stevia ha generado gran demanda en estos últimos años a nivel mundial, ya que hay una tendencia de consumo de productos saludables. (Stevia contra la Diabetes, s.f.)

Con respecto la partida arancelaria 2007999100, que pertenece al producto que se ofrecerá al mercado, se mostrará los 10 principales países que exportan el producto de la partida ya indicada.

Tabla 27: Principales 10 Países Exportadores de Mermelada

Nº	País	%Var 12-11	%Part. 12	Total Exp. 2012 (millón US\$)
1	Francia	-3%	13%	288.60
2	Turquía	9%	11%	212.85
3	Alemania	15%	9%	175.30
4	Chile	13%	8%	159.91
5	Bélgica	2%	8%	175.35
6	China	7%	4%	86.92
7	India	8%	4%	75.49
8	Países Bajos	9%	4%	71.63
9	Grecia	90%	3%	36.63
10	Estados Unidos	25%	3%	53.97
1000	Otros Países (120)	-22%	33%	920.88

Fuente: COMTRADE

Elaboración: Promperu

En la tabla N°27, indica que Francia es el mayor exportador de la partida arancelaria 2007999100, mermelada, siguiendo Turquía, Alemania, etc; teniendo en cuenta que es del año 2012, este es el último dato que brinda PromPeru.

En Perú la industria de la mermelada ya esta desarrollada, por eso cada empresa busca sacar producto nuevos o con agregados para tener éxito con el producto, a continuación se muestra las principales empresas exportadoras de Perú.

Tabla 28: Principales empresas exportadoras de Perú

Empresa	%Var 16-15	%Part. 16
MULTIFOODS S.A.C.	27%	93%
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	20%	5%
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	525405%	1%
ECOANDINO S.A.C.	4651%	1%
AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C..	-20%	0%
GOURMETRADE S.A.C.	--	0%
PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S...	--	0%
INDUSTRIAS AGRICOLAS SRL	--	0%
EMPRESA AGRARIA CAFETALERA CHANCH...	60%	0%
Otras Empresas (17)	--	0%

Fuente: SUNAT

Elaborado: Siicex

Como se muestra en la tabla N°28 la principal empresa exportadora es Multifoods SAC. con una participación de 93% del mercado peruano, continuándole Industrias Alimentarias S.A.C con participación de 5% del mercado, y las demás empresas que prácticamente no tiene participación dentro del mercado exportador.

Teniendo en cuenta estos datos, tenemos dos grandes empresas con la cual competiríamos directamente, ya que ellos ya tienen un mercado ganado y nosotros seríamos una nueva marca.

2.3.2 Análisis de la Demanda

Existiendo alrededor de 160 variedades de mangos en el mundo, cultivados en más de 90 países, las variedades Keitt, Ken y Tommy Atkins son las más conocidas y demandadas por los principales mercados consumidores de este fruto, como es el caso de la Unión Europea y Estados Unidos, cuyos niveles de consumo han ido incrementándose en los últimos años, convirtiéndose en los mercados principales de la comercialización del mango a nivel mundial.

A nivel mundial, la demanda de mangos está aumentando cada vez más y se estima continúe de esta manera sobre todo en mercados consumidores como Estados Unidos, Canadá, la Unión Europea, en incluso en los mercados asiáticos como China. Se calcula que el comercio internacional de mangos frescos llegue a ser de aproximadamente USD 1'799,000 millones en el 2029. Dada la tendencia de consumir productos orgánicos que se ha venido dando en los últimos años, en países como Estados Unidos y Alemania, La Unión Europea, en consumo de mango incrementará para los siguientes años.

Para el análisis de la demanda se ha evaluado primero los principales destinos de exportación de la partida 2007.99.91.00 que pertenece al producto a comercializar. A continuación, se presenta:

Tabla 29: Principales mercados de destinos de la PA 2007.99.91.00 (Mermelada)

Mercado	%Var 16-15	%Part. 16	FOB-16 (miles US\$)
Estados Unidos	30%	93%	4,152.68
Bolivia	15%	5%	207.10
Chile	3905%	1%	32.52
Puerto Rico	--	1%	29.66
Alemania	5013831%	0%	17.55
Francia	819%	0%	14.03
Venezuela	--	0%	4.45
Suecia	--	0%	2.77
México	9%	0%	1.23
Otros Paises (8)	--	0%	1.80

Fuente: Siicex

De acuerdo a la información que presenta la tabla N°29, los principales mercados de destino son Estados Unidos liderando con el 93% de participación, seguido por Bolivia, Chile, etc. Por lo tanto, la demanda esperada se encuentra en Estados Unidos ya que es nuestro máximo consumidor de estos productos.

Con respecto a la demanda de los sabores de mermeladas de exportación de jaleas y mermelada de mango en 2014 tuvo una demanda de 558 kg y el 2016 ha incrementado a 795 kg., eso quiere decir que poco a poco va gustando los paladares del consumidor, si bien no tiene una demanda como la mermelada de fresa o uva, ya existe un pequeño mercado de la mermelada de mango, teniendo esto en cuenta, lo que se buscará es impactar al consumidor con el valor agregado que es la stevia.

EXPORTACIONES JALEAS Y MERMELADAS									
PROD	2016			2015			2014		
	FOB US\$	KILOS	PRECIO	FOB US\$	KILOS	PRECIO	FOB US\$	KILOS	PRECIO
AGUAYMANTO	8,829	1,033	8.55	5,058	446	11.34	4,695	874	5.37
AJI AMARILLO				3	4	0.75	45	8	5.63
AJI LIMO				2	4	0.50			
ARANDANO	294	266	1.11				3,856	2,009	1.92
COCONA				260	72	3.61			
DURAZNO	45,430	31,239	1.45	44,008	39,171	1.12	60,759	60,184	1.01
FRESA	789,217	759,436	1.04	1,409,794	1,436,299	0.98	1,653,972	1,594,507	1.04
GUANABANA	520	56	9.29				520	56	9.29
LUCUMA	182	6	30.33						
MANDARINA							2	1	
MANGO	3,130	795	3.94	2	-		2,110	558	3.78
MARACUYA	1,318	372	3.54	6,526	1,761	3.71	2,083	552	3.77
NARANJA	220	198	1.11						
PAPAYA	6	6	1.00	1,120	420	2.67			
PIÑA	1	1	1.00	5,581	1,509	3.70	1	-	
PLATANO							1,299	141	9.21
ROCOTO				23,408	24,448	0.96	43	8	5.38
SAUCO	6,288	1,306	4.81	2,962	250	11.85	7,446	1,307	5.70
Truffa							2,527	426	5.93
UVA	567,428	574,368	0.99	1,795,182	1,909,451	0.94	2,213,444	2,266,648	0.98
VARIOS	6,303	2,676	2.36	74,987	71,852	1.04	323,690	297,591	1.09
Total general	1,429,166	1,371,758	1.04	3,368,893	3,485,687	0.97	4,276,492	4,224,870	1.01

Gráfico 16 Exportaciones de Jaleas y Mermeladas 2016 por sabores

Fuente: Agrodata

A continuación, se muestra el gráfico 16, exportación de jaleas y mermeladas hacia Estados Unidos, Bolivia, Chile y Puerto Rico en los años 2015, 2016, 2017, teniendo que Estados Unidos es el país a donde se ha exportado con mayor cantidad, habiendo un incremento del al 2015 al 2016 significativamente.

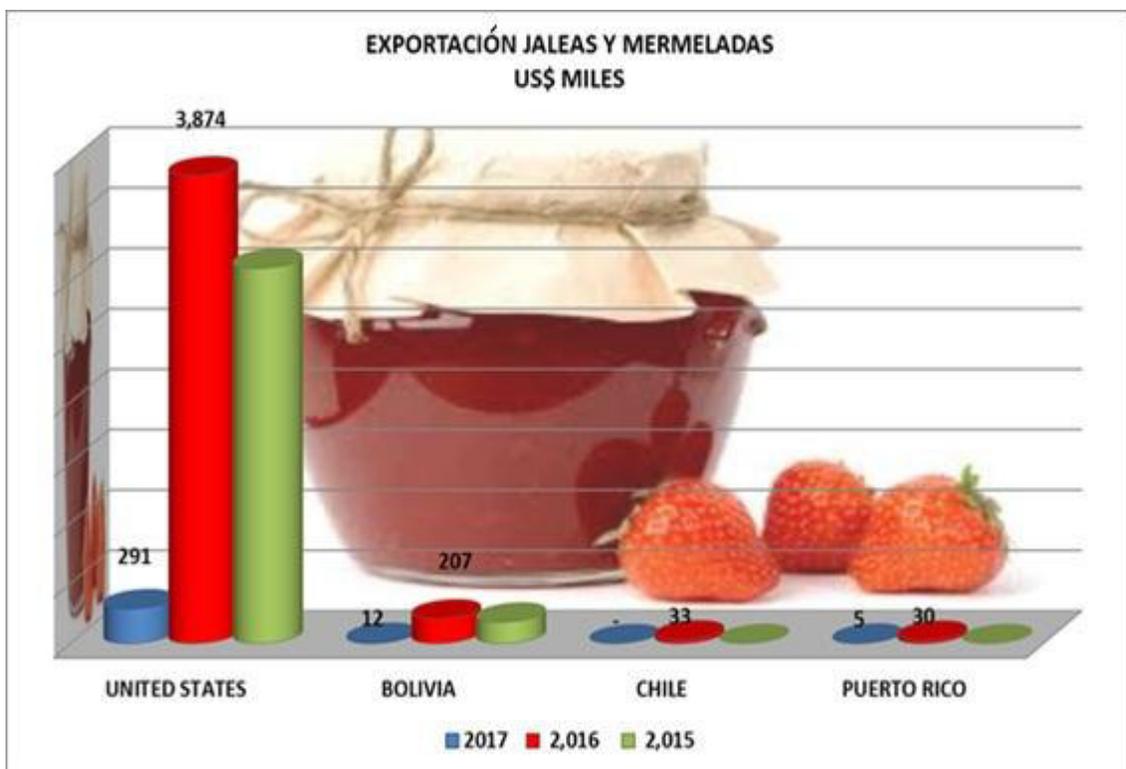


Gráfico 17 Exportación Jaleas y Mermeladas por países
Fuente: Agrodata

Se realiza la segmentación del mercado objetivo, de esta forma se podrá saber a quién va dirigido el producto y la demanda del mismo. Para ello se ha utilizado datos importantes de la población de Florida, que es uno de los estados con mayor población.

Tabla 30: Estructura de Segmentación

SEGMENTACIÓN DE INVERSIONES AVILA'S PASSION			
CRITERIO	PORCENTAJE	CANTIDAD	UNIDAD
<u>Demanda Potencial</u>			
1.Población del país	100.00%	323127513	Personas
2.Población de Florida- USA	6.38%	20612439	Personas
<u>Demanda Disponible</u>			
3.Segmento de Personas de 18-64 años	60.00%	12367463.4	Personas
4. Poder adquisitivo (tasa de desempleo 4%)	96.00%	11872764.86	Personas
<u>Demanda Efectiva</u>			
5.Consumo por kilo de mermelada	2 Kg.	23745529.73	Kilos
<u>Demanda Objetiva</u>			
6.Envase por 250 gr		94982118.91	Unidades
<u>Demanda Real Proyectada</u>			
7.Envase por 250 gr.	0.05%	51840	Unidades

Elaboración Propia Fuente: Gestión – Santander-Census Bereau

En la tabla N° 30, se muestra la segmentación del mercado objetivo, teniendo como criterio la población del país y del estado de Florida, el porcentaje de personas de las edades de 18 hasta 64 años que serán nuestros potenciales consumidores, el poder adquisitivo, el consumo de mermelada por kilo y preferencia según sabor de mermelada. Analizando estos datos se obtiene la demanda objetivo de nuestro producto al mercado de Florida.

Una vez realizada la segmentación del mercado objetivo, se hallará la proyección de la demanda. Para realizar esta proyección, se ha tomado cuenta la cantidad de habitantes del estado de Florida.

Tabla 31: Proyección de la demanda

AÑO	POBLACIÓN FLORIDA	DEMANDA (miles unidades)
2018	20612439	96502
2019	20942238	98046
2020	21277314	99615
2021	21617751	101208
2022	21963635	102828

Elaboración propia

Según se muestra en la tabla 31, se tiene la proyección de la demanda dentro de los siguientes 5 años, esta proyección se obtuvo considerando la población del estado de Florida crecerá anualmente 1.60%, que es la tasa promedio de crecimiento entre los años 2010 y 2016.

Según la cantidad obtenida de la proyección de la demanda de acuerdo al crecimiento de la población de Florida, se tendrá en cuenta un criterio más, la preferencia de sabores de mermelada. Se obtiene una tasa de 0.05% de preferencia de la mermelada del mango con respecto a los demás sabores. A continuación, se mostrará la tabla.

Tabla 32: Proyección de la demanda para Vita Passion

AÑO	DEMANDA (frascos)
2018	52670
2019	53512
2020	54369
2021	55239
2022	56122

Elaboración propia

En la tabla N° 32 se presenta la proyección de la demanda para la empresa Inversiones Avila's Passion SAC, tal como se indica para hallar esta proyección se utiliza el porcentaje de exportación de mermeladas por sabores, obteniendo la mermelada de mango el 0.05%.

2.4 Estrategias de ventas y Distribución

2.4.1 Estrategia de Segmentación

Según Philip Kotler, la segmentación del mercado es la subdivisión en grupos de la misma: segmentación geográfica, conductual, demográfica, psicográficas.

El segmento al que ira dirigido nuestro producto serán los siguientes puntos:

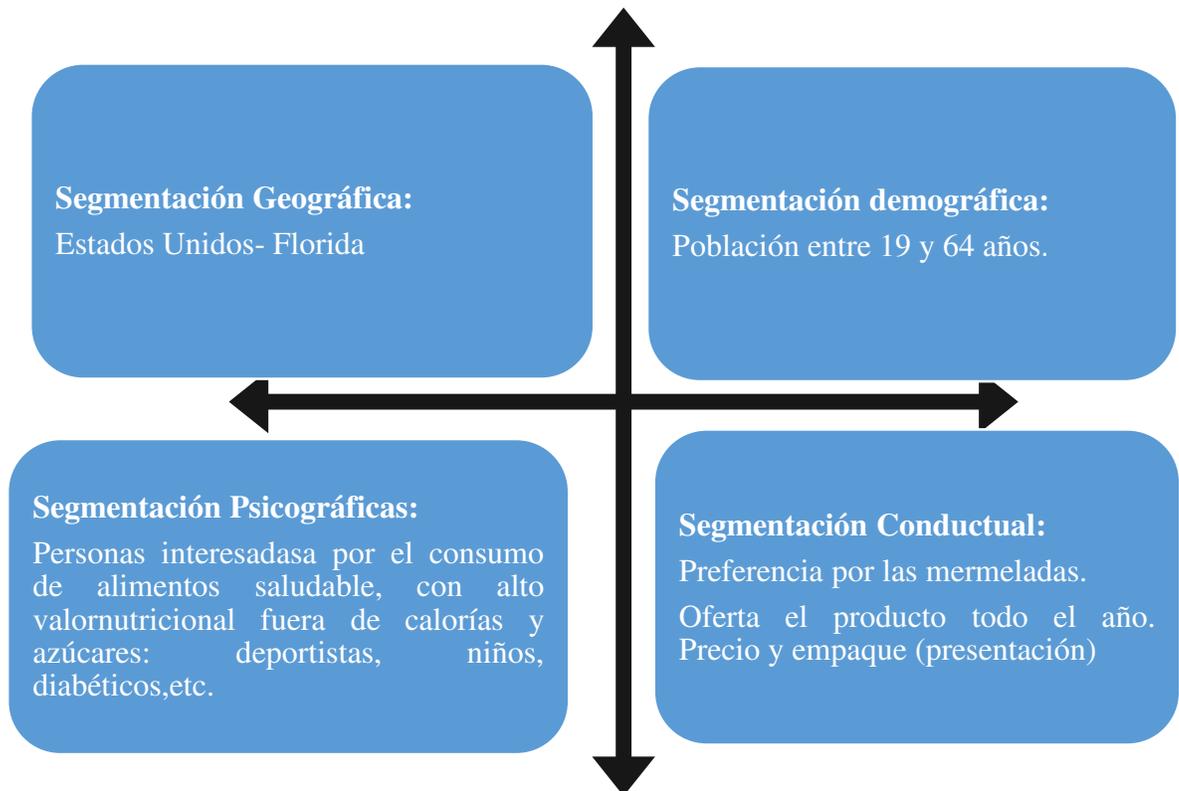


Gráfico 18 Estrategia de Segmentación según Philip Kotler

2.4.2 Estrategia de Posicionamiento

Para las estrategias de posicionamiento es necesario identificar cuáles son los criterios que el consumidor estadounidense toma en cuenta antes de comprar un producto alimenticio:

*Certificación: Los productos deben contar con certificaciones, pues hay tendencia por lo saludable y permitido.

*Envase: Un envase adecuado llamativo y sobretodo que permita preservar la calidad del producto.

*Precio: Un precio accesible y sin dejar de lado la calidad del producto.

*Beneficios del producto: Indicar que beneficio y su valor nutricional.

*Calidad: Un producto saludable, de calidad y que cumpla con los requisitos del mercado objetivo, así como, directamente relacionado con el precio. Además de ingredientes, calidad de fruta, envases y certificaciones.

*Teniendo estos puntos, se utilizará estas estrategias- variables:

*Calidad: Directamente relacionado con el precio. Además de ingredientes, calidad de fruta, envases y certificaciones.

*Uso-beneficio: El producto se califica como un producto saludable ya que utiliza la pulpa de mango, y esta fruta cuenta con vitaminas y es beneficioso para nuestra salud además que no lleva azúcares pues esta endulzado con stevia; siendo este el principal atributo del producto y pudiendo ser consumido también por aquellas personas que deseen llevar una vida saludable como por ejemplo los deportistas, mujeres embarazadas, diabéticos, aquellos que llevan una dieta balanceada y niños.

Sabor: Muchos prefieren la fruta de mango ya que es de un rico sabor, el producto no dejará de tener el sabor, ya que será de pura fruta sin saborizantes u otros químicos, tendrán el mango en una nueva presentación como la mermelada.

2.4.3 Estrategia de distribución

Se debe analizar claramente en el mercado de los Estados Unidos, los canales de distribución que se usará, por ser un producto nuevo en dicho mercado, teniendo en cuenta que debemos posicionarnos creando una buena imagen para el producto.

Debido a que la empresa recién está iniciando sus actividades en el mercado extranjero contará con la participación de un distribuidor, y para atraer la compra de nuestro producto se ofrecerá descuentos cada vez que compra un mayor volumen.

***Canal de Distribución: Productor/ Exportador e Importado/ Distribuidor**

Existen dos actores: El Productor/ Exportador (Avila's Passion SAC.) y el distribuidor. La estrategia consiste en colocar al distribuidor a precio FCA, para que este luego lo coloque en los supermercados, tiendas de comidas saludables como Whole Foods, y hoteles.

Tener en cuenta que el producto irá con marca y el distribuidor solo se encargará de distribuir a los puntos de venta; el beneficio de este canal es que, el distribuidor por su experiencia y conocimiento del mercado, nos permita impulsar los productos para ello se ofrecerá promociones, degustación del producto, descuentos para que la marca sea reconocida en el mercado extranjero. También se participará en ferias y todo ello se hará de la mano con el distribuidor.

2.5. Estrategias de Promoción

La empresa tendrá como estrategia de promoción las siguientes actividades:

1. Envío de muestras:

Se debe enviar muestras del producto al distribuidor para que éste los reparta en los supermercados de Florida y de esta forma se incentivará el producto en el mercado objetivo, ya que el envío desde un producto sin valor comercial puede generar un negocio importante, podrán disfrutar del producto.

Sin dejar de lado las degustaciones que se harán en los supermercados, tiendas y hoteles para así poder posicionar la marca y el producto.

2. Ferias:

Estos eventos de exhibición permitirán que se presente de manera formal el producto, así como también permitirá captar clientes, concretar negocios

comerciales a corto plazo, conocer otros aspectos tales la presentación de nuevos productos, poder recoger nuevas tendencias de mercado. Por esta razón es vital que la empresa Avila's Passion SAC. participe en este tipo de eventos y logre recoger las observaciones como tamaño de envase, sabores, textura, etc., para presentaciones posteriores de otros productos en un futuro.

Tabla 33: Ferias Internacionales

FERIA	CARACTERÍSTICA
Americas Food and Beverage Show	<p>AFB es una feria anual que se realiza en Miami y está dedicada a la industria de alimentos y bebidas. Esta feria exhibe productos organizados por ubicación geográfica y además incluye pabellones especiales, entrega de premios y competencias de primer nivel.</p> <p>Sectores: Agrícola, alimentación, carne, comida natural, comidas congeladas, mariscos.</p> <p>Cada año</p> <p>Próxima Edición Americas Food and Beverage Show Del lunes 25 al martes 26 septiembre 2017 Recinto: Miami Beach Convention Center Ciudad: Miami País: Estados Unidos, USA</p>
The NAFEM	<p>Sectores: Alimentación Hostelería Packaging Diseño de interiores</p> <p>Bienal, cada dos años.</p> <p>Fecha: Del jueves 7 al sábado 9 febrero 2019</p> <p>Recinto: Orange County Convention Center – OCCC</p> <p>Lugar: Orlando Estados Unidos, USA</p>

Elaboración propia
Fuente: (n Ferias, s.f.)

3. Publicaciones, Sitio Web y medios sociales:

En la actualidad, las redes sociales, las páginas web se han convertido en una herramienta de publicidad para aquellas empresas que recién empiezan y necesitan darse a conocer de manera local e internacional.

Las publicaciones van a permitir que nuestra empresa y el producto tengan una mayor difusión. Las redes sociales permitirán que los usuarios visualicen información sobre el producto, promociones, y hasta podrán opiniones o críticas sobre el producto.

La página Web será otra herramienta de publicidad, la empresa brindará mayor información sobre el producto, beneficios, calidad, y sobre la empresa; de esta manera el cliente tendrá mayor confianza en consumir porque sabe que la empresa existe y que lo que se vende es de calidad.

2.6. Tamaño de Planta

La empresa AVILA'S PASSION, por ser nueva en el mercado se dedicará exclusivamente a la comercialización del producto, quiere decir que los procesos de elaboración de producto será tercerizado, la Empresa Esmeralda Corp SA se encargará de la elaboración del producto, ya que cuenta con muchos años de experiencia en el mercado además que cumple con todos los estándares mundiales de calidad y cuenta con rigurosas medidas de control a cada etapa del proceso productivo.

3. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

3.1. Envases, empaques y embalajes

Este factor es importante para el aspecto de la distribución física del producto, es importante escoger un envase y embalaje que mantenga las características organolépticas del producto, quiere decir, un envase que mantenga el mismo aroma, el mismo sabor, el mismo color, la misma textura, etc.

El envase será el recipiente que contenga el producto; este se encargará de conservar y proteger el producto, facilitar el transporte y distinguirlos de otros productos.

El envasado de mermelada de mango con Stevia debe realizarse en condiciones higiénicas que impidan la contaminación del mismo. La presentación del producto será en botellas de 250 gr.

Consideramos que este envase es el más conveniente para el producto debido a que tiene las siguientes características:

- Químicamente inerte (no hay reacción con el alimento)
- No imparte aroma ni sabores al alimento.
- Con una tapa adecuada, conserva perfectamente la hermeticidad y pueden utilizarse tapas de abrir y cerrar para guardar parte del producto en su mismo envase.
- Su transparencia permite que se vea el producto.
- Son reciclables, pueden reutilizarse por el consumidor o la planta procesadora.
- El vidrio es el envase ecológico por naturaleza, y esta es una de las tendencias hoy en día, los consumidores optan por un envase 100% reciclable.

Empaque y embalaje:



Gráfico 19 Modelo de Envase

Fuente: Google

A continuación, se muestra el tipo de embalaje a utilizar para el producto:

Tabla 34: Características caja

Características	
Embalaje	Caja de cartón corrugado
Medidas	32cm X 24cm X 26cm
Color	Marrón
Peso	10.95 kg.
Contiene	24 cajas

Elaboración propia



Gráfico 20 Modelo de Empaque
Fuente: Google



Gráfico 21 Modelo de Embalaje
Fuente: ABC-PACK

3.2. Diseño del rotulado y marcado

3.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado del producto tiene por objetivo brindar al consumidor información sobre las características particulares del producto, está en estrecha relación con el embalaje y sujeto a estándares internacionales.

Para un correcto diseño de la etiqueta del producto y lugar a exportar, se deberán considerar las medidas que son establecidas por la FDA (Food and Drug Administration).

La información del etiquetado general que manda la FDA se debe presentar en ingles utilizando las unidades de medición del sistema inglés (libras, onzas).

Se debe considerar la siguiente información para la etiqueta:

*Declaración de identidad

*Nombre común o usual del alimento (mermelada)

*Marca o logo del producto

* Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen)

*Nombre y el lugar del establecimiento del fabricante

*Envasador, distribuidor o exportador

*País de origen

3.2.2 Diseño del mercado

En el embalaje se debe consignar:

País de origen: Perú

Datos del exportador: Avila's Passion SAC

Datos del Importador: distribuidor

Destino: Estados Unidos, puerto: Miami

Signos Pictográficos

Numeración de bultos

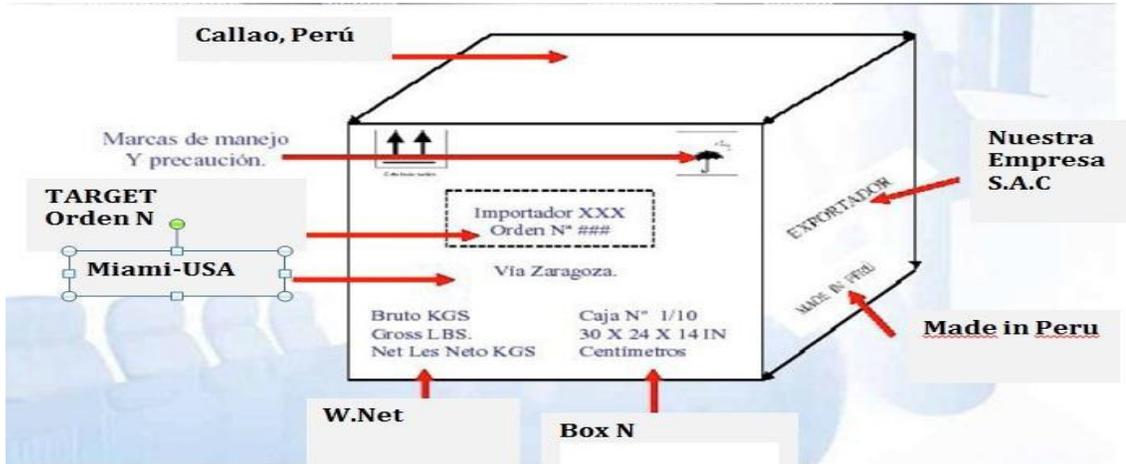


Gráfico 22 Marcado de la caja
Fuente: El trucho s.a.c.

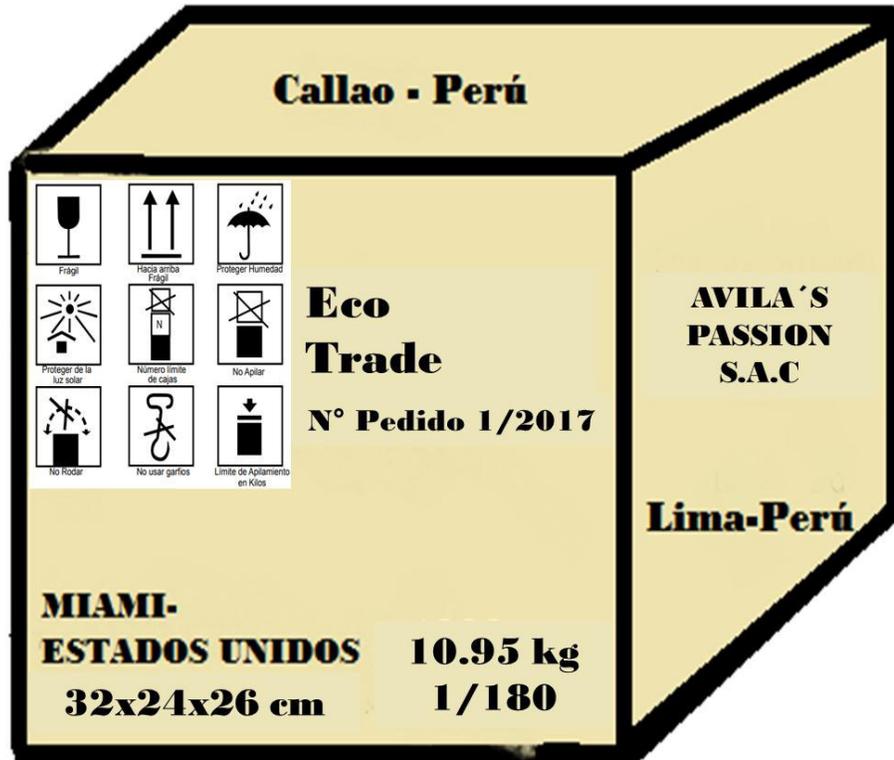


Gráfico 23 Diseño de la caja
Fuente: Elaboración Propia

Pictogramas:

Estos son los pictogramas necesarios que debe tener la caja del producto, para su correcta manipulación.

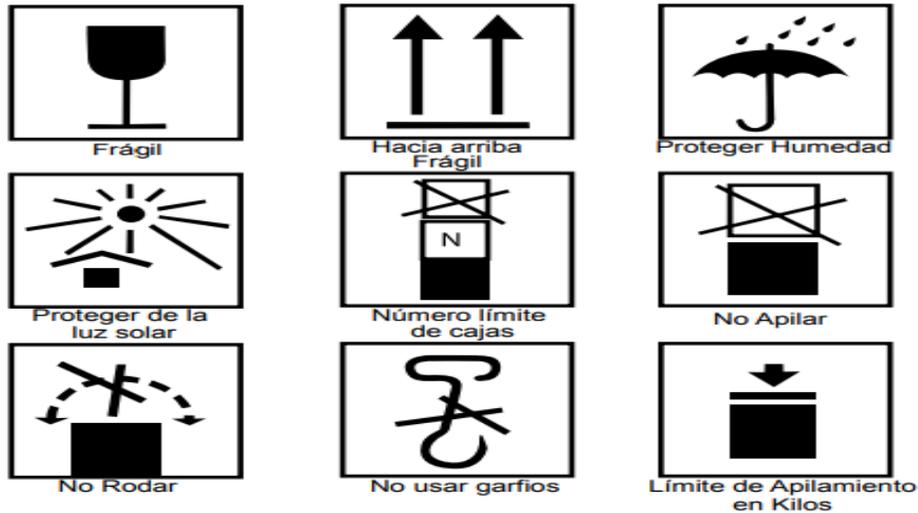


Gráfico 24 Pictogramas

Fuente: Siicex

3.3. Unitarización y cubicaje de la carga

El proceso de unitarización consistirá en agrupar los embalajes (cajas) en una unidad de transferencia de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, por lo que debe conservar su integridad durante el tiempo que dure su movilización.

Paleta:

Las paletas seleccionadas para la exportación de la mercadería son las estándar y deben cumplir con la certificación de la Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias (NIMF) N°15 solicitada por Estados Unidos, para el ingreso de la carga.

Tabla 35: Características del Pallet

Representación Gráfica	Características
	Pallet de Madera
	NIMF 15
	Medidas: 100 x 120 x 15 cm.
	Base: 15 cajas de cartón
	Peso: 20 Kg.

Elaboracion propia

Fuente: Custom Broker Company S.A.

Tabla 36: Unitarización del producto

Representación Gráfica	Unitarización
	Base: 15 Cajas de cartón
	Niveles: 6
	Total de cajas por pallet: 90
	Total de envases por pallet: 2160
	Total de pallet por embarque: 2
Peso por embarque: 1971 Kg.	

Elaboración Propia

A continuación, se muestra a detalle el cálculo de la unitarización de la carga óptima:

Tabla 37: Cálculo de la unitarización de carga

Ítem	Medidas	Unidad de medida
Medida de envase		
Diámetro	23	Centímetros
Ancho	7	Centímetros
Alto	9	Centímetros
Peso de la mermelada	250	Gramos
Medidas de Caja Corrugado		
Largo	32	Centímetros
Ancho	24	Centímetros
Altura	26	Centímetros
Numero de frascos en la caja		
En el ancho de la caja	2	unidades
En el largo de la caja	4	unidades
En la altura de la caja	2	unidades
Numero de mermelada por caja corrugada	24	unidades
Peso por caja	10950	gramos
Medida de paleta		
Ancho	100	centímetros
Largo	20	centímetros
Altura	15	centímetros
N° de cajas corrugadas por ancho de paleta	3	cajas
N° de cajas por largo de paleta	5	cajas
Altura	6	niveles
Total de cajas por paleta	90	cajas
Peso por paleta	985500	gramos

Peso por paleta	985.5	Kilogramos
Total de unidades por paleta	2160	frascos
N° de paletas	2	pallets
N° de cajas por embarque	180	cajas
Numero de mermelada por embarque	4320	unidades
Peso por embarque mensual	1971	kilogramos
N° de cajas anuales	2160	cajas
N° de mermelada anual	51840	unidades
Peso por embarque (anual)	23652	kilogramos

Elaboración propia

En la tabla N°37 se menciona de manera detallada el lote óptimo de las exportaciones mensuales que se realizará la empresa por año donde el total de frascos de mermelada a exportar será 51840 unidades que serán empacadas en cajas.

3.4 Cadena de DFI de exportación

En la cadena del DFI es importante determinar el conjunto de operaciones que nos permitirán conducir el producto desde el lugar de origen (exportador) hasta el país de destino (Importador), de manera eficiente generando los mayores beneficios para la empresa, ello implicará elegir los operadores logísticos que más se ajusten a la operatividad del negocio, buscando y comparando servicios y costos de los mismos. La distancia física entre el exportador y el comprador, hacen que aparezcan una serie de sobrecostos que afectan directamente el precio al que se va a vender el producto.

La cadena de Distribución Física Internacional está enfocada en llevar las cantidades necesarias en el tiempo correcto y al mínimo costo posible, para ello se plantea la siguiente secuencia que explica paso por paso la cadena DFI de exportación que realizará la empresa.

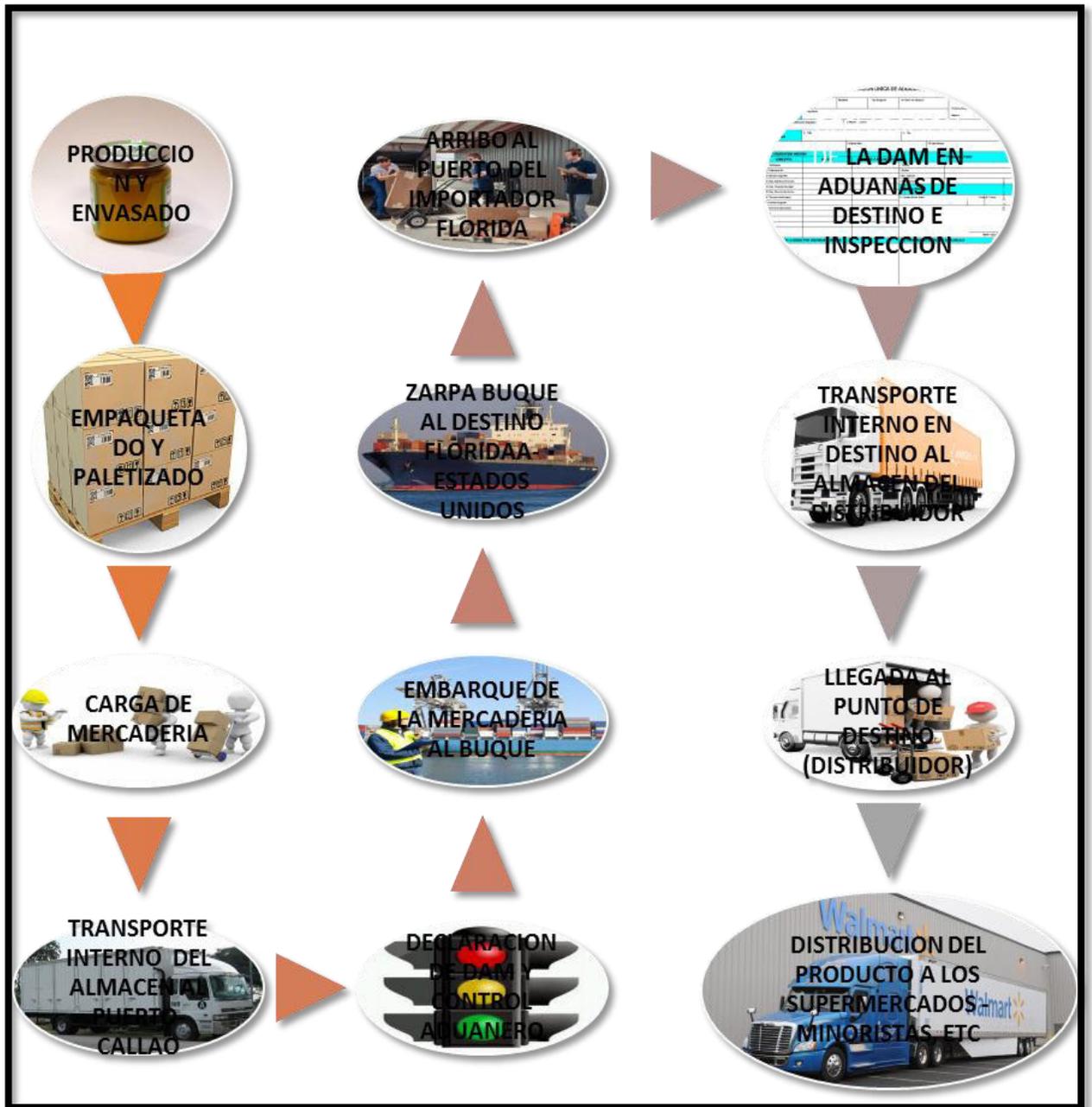


Gráfico 25 Cadena de DFI
Elaboración propia

A continuación, se describe la cadena de DFI mostrada en la secuencia anterior:

1. La DFI tiene como punto de partida el local ubicado en San Juan de Miraflores en donde se realizará la producción y envasado de la mermelada.

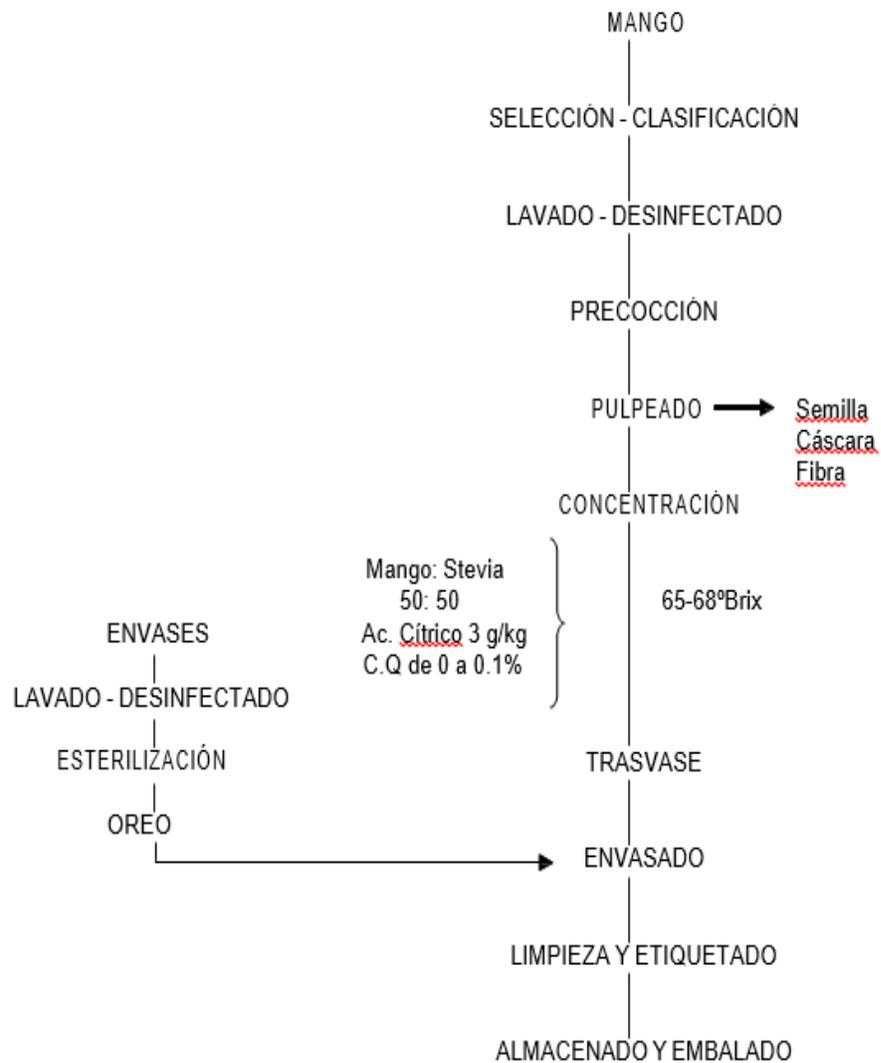


Gráfico 26 Flujo de operaciones para elaborar mermelada de mango

En el gráfico N°26 se visualiza como es el proceso que realiza la empresa tercerizadora Esmeralda Corp. para la producción de mermelada de mango con stevia; pues esta empresa cuenta con certificaciones de Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC, entre otros, además de contar con la licencia de Marca Perú.



Gráfico 27 Certificaciones del proveedor

2.- Los frascos de mermeladas serán colocados en cajas que contendrán 24 frascos por caja, en cada paleta habrá 90 cajas, las cuales serán paletizadas y embaladas. De este procedimiento también se encargará la empresa Esmeralda Corp., ya que es una de las empresas más completas que hay en el mercado, ya que es quien nos prestará el servicio de la producción, envasado, almacenaje y embalaje.

3.- El transporte del producto listo en paletas se realizará desde el almacenamiento de nuestro proveedor Esmeralda Corp., hacia el almacén Neptunia, ya que ese es el punto de entrega al importador.

4.- Una vez ingrese la mercadería al almacén de Aduanas, se procederá con la Declaración de la DAM, lo realizará el agente de aduana Inversiones Aduaneras S.A.C. ante SUNAT, a su vez, esta se encargará de revisar los documentos, carga, etc.; dependiendo del canal que corresponda, y dará su visto para que la mercadería pueda salir del país como exportación definitiva.

5.- De acuerdo a las características del producto, se usará el medio de transporte marítimo desde el puerto de Callao-Perú hasta el puerto de Miami- Estados Unidos, el servicio marítimo según lo indicado por el importador, lo realizará la empresa Jas Forwarding, ya que esta empresa cuenta con amplia experiencia, y cuenta con oficinas propias alrededor del mundo, especialmente en Estados Unidos.

6.- El producto irá como una carga consolidada ya que por embarque se enviará 2 pallets que equivale a 180 cajas de mermelada de mango con stevia.

7.- La mercadería tendrá un viaje aproximadamente de 18 días hasta el puerto de destino, una vez la mercadería llegue al puerto de destino, pasará por una inspección para corroborar que lo declarado en la DAM corresponda a lo que está ingresando al país, para ello revisaran la factura y la orden de compra, entre otros documentos que Aduana de destino lo solicite.

8.-Luego que la mercadería pase por las revisiones correspondientes según Aduana destino, se enviará el producto al almacén de importador en este caso será el distribuidor, los gastos lo asumirá el importador.

9.- Llegando al almacén del importador, este se encargará de distribuir los productos a los diferentes puntos de venta como: supermercados, tiendas de comidas saludables, etc.

De esta forma termina el proceso de distribución física internacional.

3.5. Seguro de las mercancías

La mercancía irá asegurada con una empresa de seguro ya que por ser nuevo en el mercado no se debe arriesgar la mercadería, será un seguro interno, que consta desde Lurín hasta el almacén de Neptunia, e allí donde entregamos la mercadería al cliente y la responsabilidad.

El cliente indica que también contratará seguro de transporte internacional. Con las siguientes características:

Coberturas:

- I.C.C.C. Cláusula del Instituto para mercancías o cargamentos “C”
- Incendio o explosión
- Varada, embarrancada, hundimiento o naufragio del buque o embarcación
- Colisión del buque, embarcación o vehículo con cualquier objeto externo
- Descarga de la mercancía en un puerto de refugio
- Sacrificio de Avería gruesa

Al poner un seguro se cuenta con algunas ventajas para el importador.

Principales ventajas:

Para el propietario: su patrimonio no se verá afectado en caso de que la mercancía sufra un daño con ocasión del transporte.

Para los intermediarios: no tendrá que hacer frente a ningún tipo de reclamación en caso de que la mercancía, que esté bajo su ámbito de responsabilidad, sufra un daño.

La póliza será la siguiente:

Póliza flotante

Encaminada principalmente a atender las necesidades de los propietarios de mercancías, esta póliza obliga al asegurado a dar comunicación de cada uno de los viajes realizados, estableciéndose una tasa para cada uno de ellos en función de la mercancía asegurada.

4. PLAN DE COMERCIO EXTERIOR

4.1. Fijación de precios

La valoración del precio de exportación es la suma de un proceso de análisis de diferentes variables, como: costos de producción; costos de distribución internacional, de promoción y comercialización, en general.

La empresa fijará sus precios tomando en cuenta los siguientes puntos:

- Costos de producción.
- Precios de venta en el mercado objetivo.
 - Precios de productos similares.

4.1.1. Costos y Precios

La empresa se encargará exclusivamente de comercializar las mermeladas de mango endulzado con stevia, y tercerizará la producción, el envasado, el etiquetado, el embalaje y la paletización, quiere decir que el producto terminado lo hará una sola empresa que es Esmeralda Corp., esta empresa cuenta con amplia experiencia, es por ello que se encargaran de toda la producción, cabe recalcar que contaremos con un asistente de control de calidad.

El costo de producción es de \$1.90 dólares americanos la unidad, siendo inicialmente en cada embarque 4,320 mermeladas.

El costo de comercialización y distribución será las siguientes; tomando en cuenta que la exportación será en términos FCA:

- Flete terrestre: \$123.08
- Tramite Documentario: \$24.10
- Certificado de Origen: \$15.00
- Otros Documentos: \$ 18.00

- Comisión de Ag. De Aduana: \$130.00

A continuación, se detalla los costos aplicados para obtener el precio FCA.

Tabla 38: Costos de producción y comercialización

Descripción	Importe	
	\$	
<u>Costos de Producción</u>		
4320 Mermeladas	\$1.90	8,208.00
		8,208.00
<u>Costos de comercialización y distribución</u>		
Flete terrestre	123.08	400.00
Tramite Documentario	24.10	79.00
Certificado origen	15.00	48.75
Otros documentos	18.00	58.50
Comisión Ag Aduana	130.00	422.50
		310.18
Costos financiero	37.00	
		37.00
Costo Total FCA		8,555.18
Utilidad 45%		3,849.83
Precio Total FCA		12,405.01
Precio Unitario FCA		2.87

Fuente: propia

4.1.2. Cotización internacional

Hoy en día la globalización exige que los exportadores presenten buenas ofertas en el mercado internacional, con agilidad y precisión, con menores costos y con tiempos de provisión exactos.

La cotización internacional es la estimación del precio de una mercancía en función de una negociación con fines de exportación. La cual, debe determinar el valor del producto considerando los gastos de producción, exportación y dejando un margen de rentabilidad.

De esta forma, la cotización internacional es un documento que debe tener los datos legales de rigor de la empresa y describir detalladamente, usando los términos de Comercio internacional, el producto, los términos de pago, plazo y lugar de entrega, y precio expresado en el tipo de moneda de la transacción.

A continuación, se verá la cotización internacional de la empresa Avila's Passion SAC.

4.2. Contrato de Compra venta Internacional

Es el acuerdo entre dos partes de diferentes países, en la cual el vendedor se compromete a entregar y garantizar al comprador una mercancía y el comprador a pagar un precio.

El Contrato de Compra Venta Internacional es la representación típica del Comercio Internacional bajo cuyas normas se desarrolla la exportación y la importación entre las partes, cuyos centros operativos están en países distintos y sobre una mercadería lícita que debe pasar por las Aduanas.

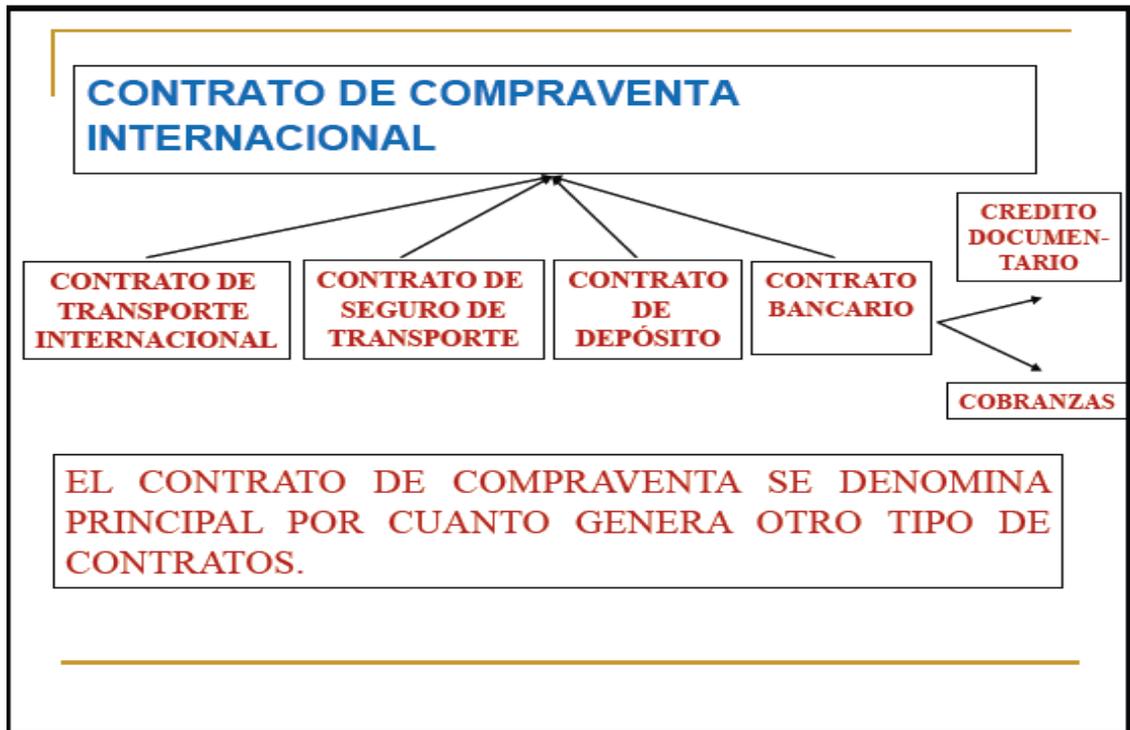


Gráfico 28 Tipos de Contrato de Compraventa Internacional
 Fuente: Cámara de Comercio de Lima

4.3. Elección y aplicación del Incoterm

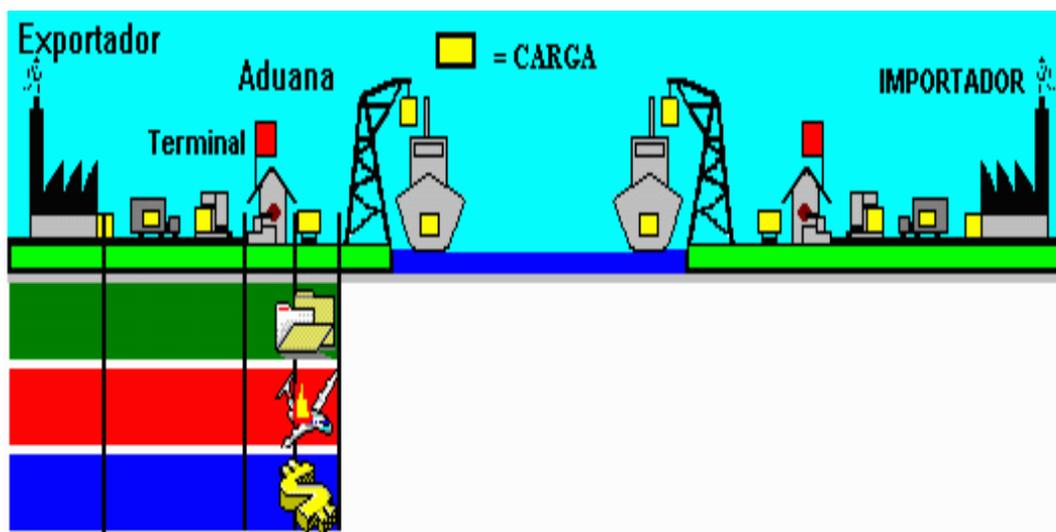
Los Incoterms son unas siglas aceptadas internacionalmente, que aparecen junto con el precio de exportación, y que indican obligaciones de cada una de las partes en relación a todas las actividades relacionadas con el envío de las mercancías y están reguladas por la Cámara de Comercio Internacional de París.

El Incoterm elegido para la exportación es FCA, ya que este Incoterm es recomendado para cargas consolidadas, y el producto a exportar es una carga consolidada, además de que transmitir la responsabilidad y riesgo según el cuadro siguiente:

FCA	
Lugar de entrega	Al transportista en el lugar convenido
Transmision del riesgo	Al transportista en el lugar convenido
Distribucion de gastos:	
Verificacion de peso, calidad o medida	VENDEDOR
Envases y embalajes	VENDEDOR
Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR
Transporte y seguro hasta el lugar convenido	VENDEDOR
Descarga en el punto de salida	COMPRADOR
Retrasos del transportista	COMPRADOR
Retrasos en la carga	COMPRADOR
Carga en el punto de salida	COMPRADOR
Transporte principal	COMPRADOR
Seguro de transporte principal	COMPRADOR
Descarga en el punto de destino	COMPRADOR
Transporte y seguro hasta almacen del comprador	COMPRADOR
Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR

Gráfico 29 Incoterm FCA

Fuente: Cámara de Comercio de Lima



Inglés: Free Carrier (...) Francés: Franco Transporteur (...)
- Denominación INCOTERMS' 80 = FRC

Gráfico 30 Incoterm FCA

Fuente: Cámara de Comercio de Lima

4.4.- Determinación del medio de pago y cobro

- Son los diferentes acuerdos entre comprador y vendedor para determinar el momento de pago de la mercadería.
- Son instrumentos utilizados por los cuales se busca cancelar la obligación de pago que tiene el comprador producto del contrato de compra venta internacional.
- El momento de pago está en relación al embarque y/o entrega del bien.



Gráfico 31 Seguridad y Costo de medio de pago

Transferencias bancarias (T/T)

Es la orden de pago que emite un banco a solicitud de un cliente para pagar a un beneficiario que se encuentra en otro país.

El comprador procede a realizar el pago a través de un banco, sin que este último tenga algún tipo de responsabilidad, excepto la propia intermediación financiera.

Las transferencias bancarias son pagos directos que se aplican en casos en que las condiciones pactadas sean por adelantado, diferido o mixto.

En este medio de pago no se establecen garantías, por lo tanto, se convierte en una modalidad riesgosa para el vendedor, quien queda expuesto a la posibilidad de que demore el pago o que este nunca se realice en caso haya embarcado antes.

El medio de pago elegido es la transferencia bancaria, ya que el Incoterm elegido es FCA y la mercadería se entrega en el lugar pactado que es en el almacén de Neptunia en Callao, a partir de ahí no tenemos responsabilidad alguna, por lo que la mercadería pasa a ser propiedad del importador, para mayor seguridad de ambas partes, la forma de pago será de 50% a la fecha de la orden de compra y 50% a la entrega de la mercadería en el almacén Neptunia, es por ello que se ha visto conveniente usar este medio de pago transferencia bancaria, además que la comisión es menor en comparación a los otros medios.

Este medio es el que se adapta más, ya que según el contrato e Incoterm utilizado el importador será el que contrate el transporte principal y no habría forma de retener el producto en el puerto de destino si se usará los otros medios de pago.

Tabla 39: Ventajas y desventajas de la Transferencia Bancaria

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Importador	<ul style="list-style-type: none"> • La tramitación es rápida. • Cuando el pago es por reposición, se realiza después de que reciba el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con relación al cheque personal, deja de obtener los beneficios que le puede dar la demora en el pago. • Inmovilización de los fondos en el momento de la orden. • Tiene un mayor costo bancario que el cheque personal.
Exportador	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe el pago mucho más rápido. • Seguridad en el pago, porque el pago es irrevocable. • Los gastos bancarios son menores en comparación a otros medios de pago. • Si el pago es antes de la entrega. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entregar la mercadería antes de la transferencia bancaria, corre riesgo de que no le paguen.

Elaboración propia Fuente: Cámaras

4.5.- Elección del régimen de exportación o de importación

El régimen a utilizar es Exportación definitiva.

La exportación definitiva 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 afecta a tributo alguno.

El producto es una mercancía restringida por lo que está sujeta a la presentación de autorizaciones, certificaciones, licencias o permisos y de requerirlo la norma específica, a reconocimiento físico obligatorio.

La Declaración Aduanera de Mercancías: DUA

- Cuando el valor FOB de las mercancías es mayor a \$5,000 USD.
- El despacho es realizado por un Agente de Aduanas



Gráfico 32 Proceso de Exportación
Fuente: Atlantika

4.6.- Gestión aduanera del comercio internacional

Tabla 40: Despacho de Aduana en una Exportación

GESTION DEL DESPACHO DE ADUANA	
1.- Numeración de la Declaración Aduanera (DAM)	<ul style="list-style-type: none"> • El agente de aduana transmite los datos a la Sunat para que se asigne un número de declaración aduanera • Se entrega al agente de aduanas los documentos aduaneros para la numeración de la DAM (40).
2.- Ingreso de Mercadería al Almacén Aduanero <ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Se transporta la mercadería desde nuestros recintos hacia el almacén aduanero. • El agente de carga debe realizar el ingreso de la mercadería al almacén aduanero. • El almacén aduanero emite un ticket de peso. • Se presenta la declaración aduanera y el ticket de peso al almacén para que refrenden el canal del control. • Si se asigna el canal naranja se pasa al siguiente punto, si sale el canal rojo se realiza el reconocimiento físico con Aduana y de corresponder se resuelven incidencias. • El agente de carga se encarga de embarcar la mercadería. Plazo máximo según ley 30 días calendarios.
3. Regularización del Régimen	<ul style="list-style-type: none"> • Dentro de los 30 días calendarios desde la fecha de embarque el agente de Aduanas transmite la regularización de la DAM (41). • En la transmisión de la regularización la Aduana puede solicitar que se le presenten los documentos aduaneros. • Los documentos originales los conserva el agente de Aduanas para su archivo para una fiscalización posterior. • Se concluye el régimen aduanero de exportación.

Elaboración Propia

4.7.- Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama

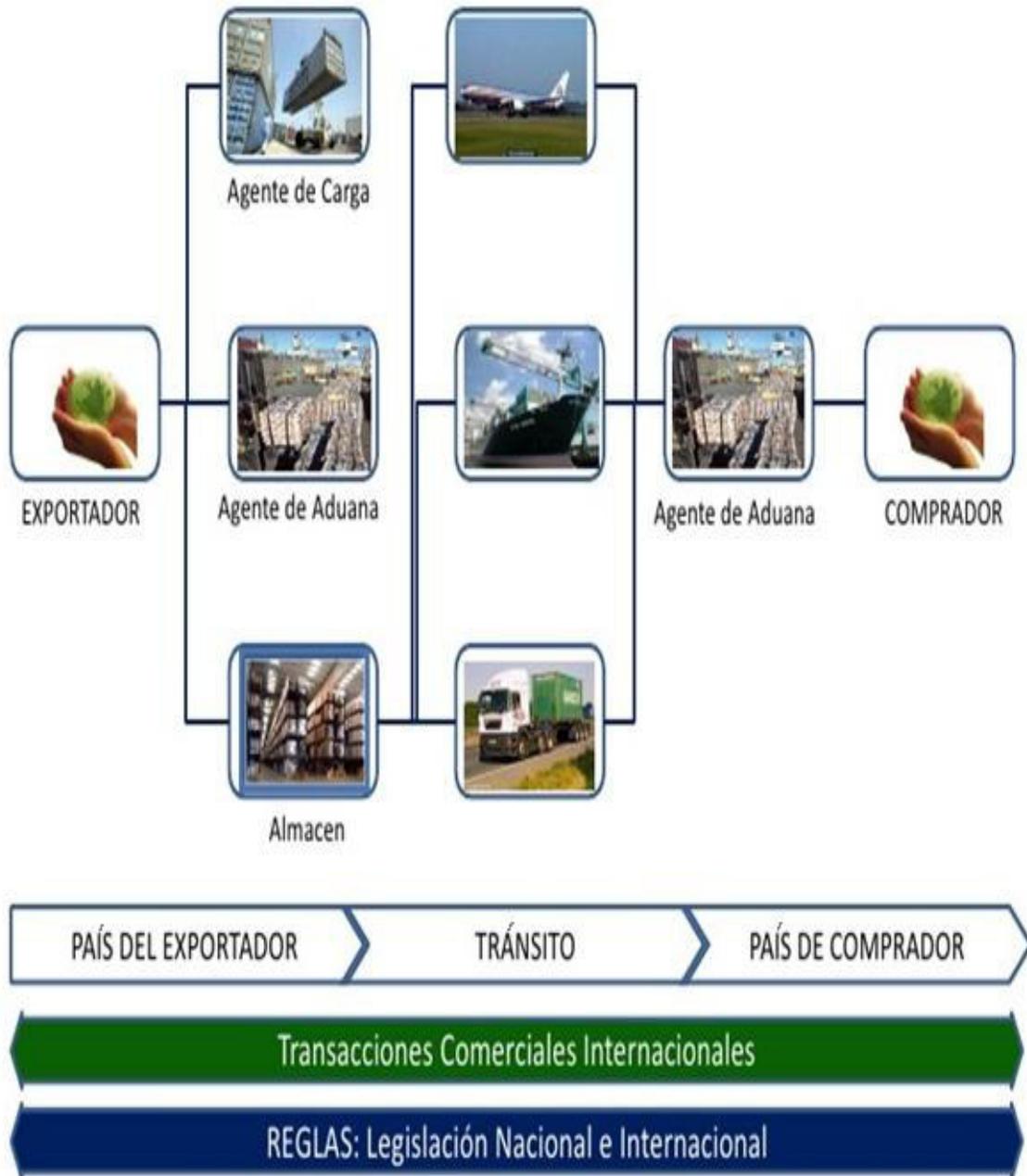


Gráfico 33 Diagrama de Exportación

PROCESO DE EXPORTACIÓN DEFINITIVA

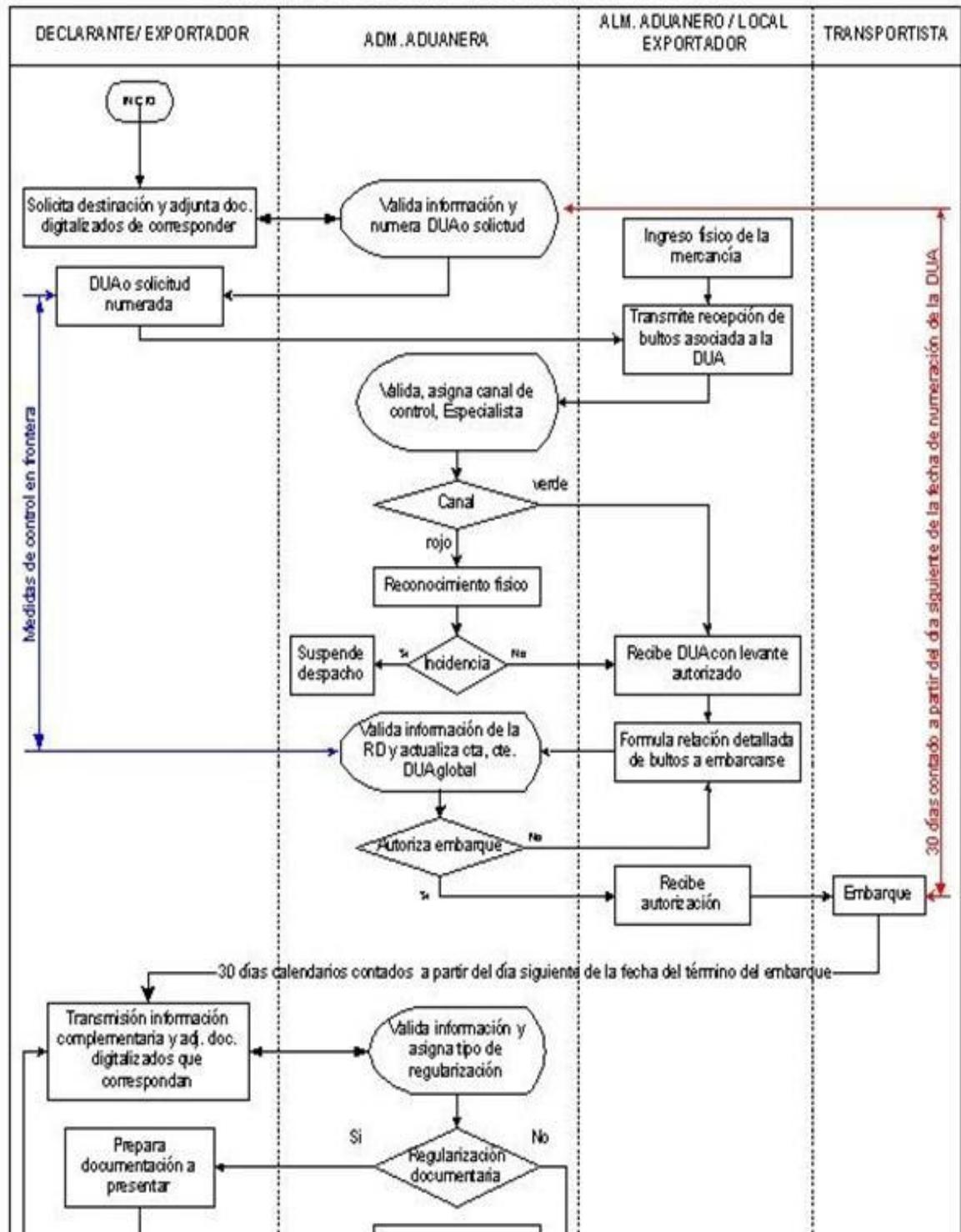


Gráfico 34 Flujograma de Exportación Definitiva

Fuente: SUNAT

5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1.- Inversión Fija

La inversión fija son todas las adquisiciones o compras que la empresa realizará para dar inicio sus actividades, y se basa según cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios necesarios para llevar a cabo el plan.

5.1.1.- Activos Tangibles

Tabla 41: Activos Tangibles

ACTIVOS TANGIBLES en S/.					
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA					
Descripción	U.M.	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total S/.	Dólar
Mantenimiento de Oficina y Planta	unidades	12	S/. 400.00	S/. 4,800.00	\$ 1,476.92
Escritorio de oficina	unidades	4	S/. 300.00	S/. 1,200.00	\$ 369.23
Silla de oficina	unidades	4	S/. 70.00	S/. 280.00	\$ 86.15
Equipos de comunicación	unidades	3	S/. 70.00	S/. 210.00	\$ 64.62
Muebles del área de gerencia	unidades	1	S/. 250.00	S/. 250.00	\$ 76.92
sillas	unidades	4	S/. 50.00	S/. 200.00	\$ 61.54
Pizarras	unidades	1	S/. 30.00	S/. 30.00	\$ 9.23
Estantería	unidades	3	S/. 85.00	S/. 255.00	\$ 78.46
Mesa de sala de reuniones	unidades	1	S/. 350.00	S/. 350.00	\$ 107.69
Extintor	unidades	2	S/. 68.00	S/. 136.00	\$ 41.85
Primeros Auxilios	unidades	1	S/. 100.00	S/. 100.00	\$ 30.77
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA		36	S/. 1,773.00	S/. 7,811.00	\$ 2,403.38

Elaboración propia

Tabla 42: Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
Ítem	Descripción	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
12	Impresora multifunción HP	unidades	1	S/. 600.00	S/. 600.00	\$ 184.62
13	Laptop hp	unidades	1	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00	\$ 492.31
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			2	\$ 2,200.00	S/. 2,200.00	\$ 676.92

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 41 se observa la inversión en activos tangible que se serán utilizadas por la empresa con el único propósito de desarrollar sus actividades y no para sus ventas.

El activo tangible está constituido por los muebles y enseres de oficina como sillas, escritorio, estanterías, etc.; así como también por los equipos como la laptop e impresora como indica la tabla N°42.

5.1.2. Activos Intangibles

Dentro de los activos intangibles están comprendidos los gastos que se realizará en la fase pre operativo de la empresa como: Gatos de constitución, licencia de funcionamiento, certificados, etc.

Tabla 43: Activos Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES NO RECUPERABLES		
DESCRIPCIÓN	VALOR S/.	Dólar
Gastos de constitución/licencia de funcionamiento y defensa civil	S/. 1,814.00	\$ 558.15
Marca nombre comercial	S/. 632.00	\$ 194.46
Gastos de permisos de exportación	S/. 1,000.00	\$ 307.69
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NO RECUPERABLES	S/. 3,446.00	\$ 1,060.31

RECUPERABLES		
GARANTIA DEL LOCAL	S/. 2,000.00	\$ 615.38
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS RECUPERABLES	S/. 2,000.00	\$ 615.38
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	S/. 5,446.00	\$ 1,675.69

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°43, se detallan los activos intangibles de la empresa Inversiones Avila's Passion SAC como los gastos de la marca, constitución de la empresa; que son activos no recuperables; de la misma forma se visualiza la garantía del local, cabe decir que este es un activo intangible recuperable, ya que cuando termine el contrato, ese dinero retornará.

Tabla 44: Inversión total en activo fijo y diferido

INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVO FIJO Y DIFERIDO				
CONCEPTO		COSTO		Dólar
ACTIVOS FIJOS		S/. 10,011.00	\$	3,080.31
ACTIVOS DIFERIDOS		S/. 5,446.00	\$	1,675.69
SUBTOTAL		S/. 15,457.00	\$	4,756.00
IMPREVISTOS	3%	S/. 463.71	\$	142.68
TOTAL		S/. 15,920.71	\$	4,898.68

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Capital de Trabajo

Es la inversión que comprende los recursos monetarios necesarios para el buen funcionamiento durante la fase operativa del negocio. En la siguiente tabla se presenta la inversión total de trabajo estimado.

Tabla 45: Capital de trabajo

DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO			
CONCEPTO		COSTO MENSUAL	COSTO MENSUAL
SUELDOS		S/. 7,000.00	\$ 2,153.85
MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA		S/. 4,800.00	\$ 1,476.92
SERVICIOS BASICOS		S/. 410.00	\$ 126.15
TRANSPORTE		S/. 400.00	\$ 123.08
SUMINISTROS DE OFICINA		S/. 150.00	\$ 46.15
VIATICOS Y MOVILIZACION		S/. 400.00	\$ 123.08
MATERIA PRIMA		S/. 20,046.00	\$ 6,168.00
TOTAL		S/. 33,206.00	\$ 10,217.23
TOTAL ANUAL		S/. 398,472.00	\$ 122,606.77

Elaboración propia

En la Tabla N°45, se puede apreciar el capital de trabajo, el cual está basado en los sueldos, mantenimiento de oficina, servicios básicos, suministro de oficina, materia prima, etc., siendo el total de capital de trabajo mensual: 33,206.00 soles mensuales.

5.3 Inversión Total

La inversión total está conformada por los activos fijos, activos diferidos (intangibles) y el capital de trabajo, según se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 46: Plan de Inversión

PLAN DE INVERSIÓN		
ACTIVOS FIJOS	VALOR	Dólar
MUEBLES Y ENSERES	S/. 7,811.00	\$ 2,403.38
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	S/. 2,200.00	\$ 676.92
SUBTOTAL	S/. 10,011.00	\$ 3,080.31
ACTIVOS DIFERIDOS		Dólar
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	S/. 1,814.00	\$ 558.15
MARCA NOMBRE COMERCIAL	S/. 632.00	\$ 194.46
GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACIÓN	S/. 1,000.00	\$ 307.69
GARANTIA DEL LOCAL	S/. 2,000.00	\$ 615.38
IMPREVISTO	S/. 463.71	\$ 142.68
SUBTOTAL	S/. 5,909.71	\$ 1,818.37
CAPITAL DE TRABAJO		
SUELDOS	S/. 7,000.00	\$ 2,153.85
MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA	S/. 4,800.00	\$ 1,476.92
SERVICIOS BASICOS	S/. 410.00	\$ 126.15
TRANSPORTE	S/. 400.00	\$ 123.08
SUMINISTROS DE OFICINA	S/. 150.00	\$ 46.15
VIATICOS Y MOVILIZACIÓN	S/. 400.00	\$ 123.08
PRODUCTO	S/. 20,046.00	\$ 6,168.00
SUBTOTAL	S/. 33,206.00	\$ 10,217.23
TOTAL DE INVERSIONES	S/. 49,126.71	\$ 15,115.91

Elaboración propia

En la tabla N°46, se muestra el total de inversión en soles y dólares, dentro de ella está comprendida los activos fijos con S/ 10,011.00, activos intangibles S/ 5,909.71 y capital de trabajo S/ 33,206.00; siendo el capital de trabajo la mayor inversión de la empresa.

5.4 Estructura de Inversión y financiamiento

El financiamiento conjunto de recurso monetarios y de crédito que permitirán asumir la inversión del plan.

Tabla 47: Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
CAPITAL PROPIO		100%
CAPITAL FINANCIADA		0%
INVERSION TOTAL	S/.	82,332.71
	\$	25,333.14

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°47, se muestra que el capital propio es el 100% y que no habrá financiamiento; cabe decir que la empresa está constituida por 5 socias, y según el acuerdo todas las socias aportarán la misma cantidad de dinero en soles, por lo que no se tiene que sacar ningún tipo de préstamo, ya que lo que se quiere es obtener utilidades o ganancias en el menor tiempo posible. Además, que las 5 socias cuentan con dinero en efectivo ya que este plan se tiene pensado desde hace mucho.

5.5 Fuentes Financieras y condiciones de crédito

Como ya se mencionó anteriormente, la empresa Inversiones Avila's Passion SAC, no pedirá crédito de ninguna entidad financiera, ya que las socias serán las que inviertan su capital propio.

5.6 Presupuesto de Costos

A continuación, se presentan los diferentes costos que tendrá la empresa para el desarrollo de sus actividades.

Tabla 48: Costos Administrativos

COSTOS ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y salarios	S/. 7,630.00	S/. 91,560.00
Gastos de oficina	S/. 1,560.00	S/. 18,720.00
TOTAL	S/. 9,190.00	S/. 110,280.00
	\$ 2,827.69	\$ 33,932.31

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49: Costos Operacionales

COSTOS OPERACIONALES		
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	MENSUAL
ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA: Caja de cartón Envase, etiqueta	S/. 235,872.00	S/. 19,656.00
FCA- Comisión Agencia Aduanas	S/. 4,680.00	S/. 390.00
COSTOS OPERACIONALES	S/. 240,552.00	S/. 20,046.00
CONCEPTO	\$ 74,016.00	\$ 6,168.00

Elaboración propia

Tabla 50: Costo de Venta

COSTOS DE VENTA			
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	COSTO ANUAL
Transporte nacional	S/. 400.00	S/. 4,800.00	\$ 1,476.92
Com. Agente de Aduana	S/. 422.50	S/. 5,070.00	\$ 1,560.00
Tramite Documentario	S/. 79.00	S/. 948.00	\$ 291.69
Certificado de origen	S/. 48.75	S/. 585.00	\$ 180.00
Otros documentos	S/. 58.50	S/. 702.00	\$ 216.00
Aforo o Previo (Físico)	S/. -	S/. -	\$ -
Currier	S/. -	S/. -	\$ -
Marketing	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	\$ 3,692.31
viáticos	S/. -	S/. -	\$ -
TOTAL	S/. 2,008.75	S/. 24,105.00	\$ 7,416.92

Elaboración propia

Tabla 51: Costos Totales de Operación

COSTOS TOTALES DE OPERACIÓN		
CONCEPTO	COSTOS	
Materia Prima	S/. 20,046.00	\$ 6,168.00
Operaciones	S/. 1,500.00	\$ 461.54
Ventas	S/. 6,218.75	\$ 1,913.46
Total Mensual	S/. 27,764.75	\$ 8,543.00

Elaboración Propia

En las tablas anteriores se visualizó el presupuesto de los costos incurridos mensualmente para la producción de 4320 mermeladas, estos son los costos que tendrá la empresa una vez iniciada sus actividades.

5.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto en donde los ingresos totales son equivalentes a los costos totales, es decir, es no existe utilidad ni pérdida para la empresa; por lo que es importante hallar este punto de equilibrio para saber cuántas unidades debo producir para obtener una utilidad deseada, así como saber cuánto debo vender para obtener una rentabilidad.

Tabla 52: Determinación del punto de equilibrio

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO				
CONCEPTO	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL
INGRESOS	S/. 483,109.06	S/. 40,259.09	\$ 148,648.94	\$ 12,387.41
COSTOS OPERACIÓN	S/. 240,552.00	S/. 20,046.00	\$ 74,016.00	\$ 6,168.00
COSTOS VENTAS	S/. 26,264.75	S/. 2,008.75	\$ 8,081.46	\$ 618.08
COSTOS FIJOS	S/. 110,280.00	S/. 1,900.00	\$ 33,932.31	\$ 584.62

Elaboración propia

Tabla 53: Punto de equilibrio

	PRODUCTO	\$
Punto de equilibrio	38,130.65	
Precio equilibrio	S/. 9.32	\$ 2.87
Ingresos en equilibrio	S/. 355,346.67	\$ 109,337.44

Elaboración propia

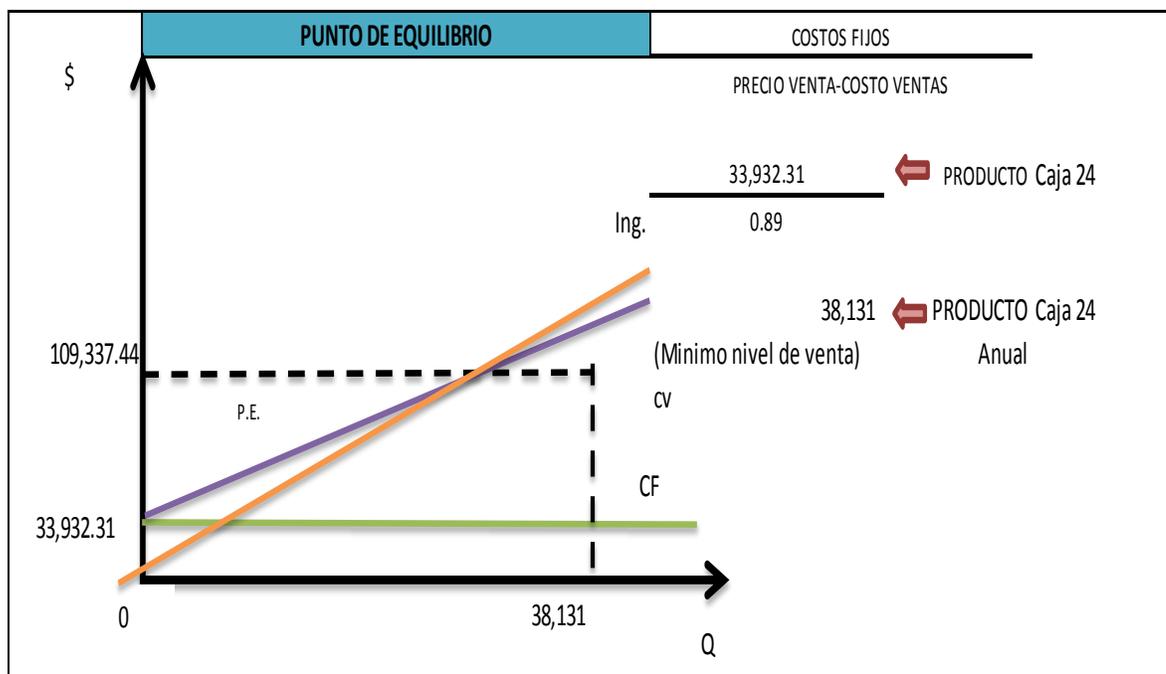


Gráfico 35 Punto de equilibrio

Según se muestra en la tabla N°53 y Gráfico N° 35; el punto de equilibrio que la empresa tendrá para no ganar ni perder es de 38,131 unidades; esto quiere decir que la empresa debe vender 38,131 unidades de mermelada para poder recuperar lo invertido fuera de utilidades.

5.8 Tributación de la exportación

La exportación se encuentra libre de tributos, de acuerdo a la Sunat.

5.9 Presupuesto de Ingresos

Tabla 54: Presupuesto de Ingresos

PRODUCTO	CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
MERMELADA DE MANGO ENDULZADA CON STEVIA	Unidades	51,840	53,395	56,065	59,990	61,789
	Total	\$ 148,648.20	\$ 153,107.65	\$ 160,763.03	\$ 172,016.44	\$ 177,176.93

Elaboración propia

En la tabla N° 54 se muestra los presupuestos de ingresos estimado por año que la empresa pretender tener según sus ventas anuales.

5.10 Presupuesto de Egresos

Tabla 55: Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 25,846.15	\$ 26,621.54	\$ 27,952.62	\$ 29,909.30	\$ 30,806.58
COSTO SOCIAL	\$ 5,683.57	\$ 5,854.08	\$ 6,146.78	\$ 6,577.05	\$ 6,774.37
DEPRECIACION	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88
ALQUILERES	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00
SERVICIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 36,299.60	\$ 37,247.49	\$ 38,869.27	\$ 41,256.23	\$ 42,350.82

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°55, se muestra el presupuesto de egresos, teniendo en cuenta los siguientes puntos: personal administrativo, costo social, depreciación, alquileres y servicios. Se calculó los presupuestos de egresos por año.

5.11 Flujo de Caja Proyectada

El flujo de caja es la proyección que muestra la capacidad de la empresa para pagar sus deudas, así como también mide la liquidez de la empresa.

Tabla 56: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD	\$ 25,333.14	\$ 21,027.84	\$ 21,668.78	\$ 22,769.06	\$ 24,386.46	\$ 25,128.16
DEPRECIACIÓN		\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88
PRÉSTAMO BANCARIO						
(+)INVERSIÓN INICIAL	\$ 25,333.14					
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10,217.23
	-\$ 25,333.14	\$ 20,685.96	\$ 21,326.90	\$ 22,427.18	\$ 24,044.59	\$ 35,003.51

Fuente: Propia

Según Tabla N°56, se muestra el flujo de caja por 5 años consecutivos teniendo desde el año 1 utilidades para la empresa.

5.12 Estado de Ganancias y Pérdidas

Conocido también como estado de resultados, es un reporte financiero que muestra los ingresos, los gastos incurridos por la empresa en un periodo determinado y como resultado el beneficio o pérdida de la empresa.

Tabla 57: Estado de Ganancias y pérdidas

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑO	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 148,648.94	\$ 153,108.41	\$ 160,763.83	\$ 172,017.30	\$ 177,177.82
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 82,097.46	\$ 84,560.39	\$ 88,788.40	\$ 95,003.59	\$ 97,853.70
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 66,551.48	\$ 68,548.03	\$ 71,975.43	\$ 77,013.71	\$ 79,324.12
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 40,034.19	\$ 41,224.96	\$ 43,269.11	\$ 46,274.02	\$ 47,651.98
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 33,932.31	\$ 34,950.28	\$ 36,697.79	\$ 39,266.64	\$ 40,444.64
GASTOS DE OFICINA	\$ 5,760.00	\$ 5,932.80	\$ 6,229.44	\$ 6,665.50	\$ 6,865.47
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88	\$ 341.88
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 5,169.23	\$ 5,324.31	\$ 5,590.52	\$ 5,981.86	\$ 6,161.32
AGENTE DE ADUANA	\$ 1,560.00	\$ 1,606.80	\$ 1,687.14	\$ 1,805.24	\$ 1,859.40
AGENTE DE CARGA	\$ 291.69	\$ 300.44	\$ 315.47	\$ 337.55	\$ 347.67
GASTOS OPERATIVOS	\$ 180.00	\$ 185.40	\$ 194.67	\$ 208.30	\$ 214.55
OTROS DOCUMENTOS	\$ 216.00	\$ 222.48	\$ 233.60	\$ 249.96	\$ 257.45
MARKETING	\$ 3,692.31	\$ 3,803.08	\$ 3,993.23	\$ 4,272.76	\$ 4,400.94
TRANSPORTE NACIONALES	\$ 1,476.92	\$ 1,521.23	\$ 1,597.29	\$ 1,709.10	\$ 1,760.38
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INTERÉS PRÉSTAMO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS	\$ 21,348.06	\$ 21,998.76	\$ 23,115.79	\$ 24,757.83	\$ 25,510.82
(-15%) PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD IMPONIBLE	\$ 21,348.06	\$ 21,998.76	\$ 23,115.79	\$ 24,757.83	\$ 25,510.82
(-1.5%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 320.22	\$ 329.98	\$ 346.74	\$ 371.37	\$ 382.66
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 21,027.84	\$ 21,668.78	\$ 22,769.06	\$ 24,386.46	\$ 25,128.16
(-10%) RESERVA LEGAL	\$ 2,102.78	\$ 2,166.88	\$ 2,276.91	\$ 2,438.65	\$ 2,512.82
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	\$ 18,925.06	\$ 19,501.90	\$ 20,492.15	\$ 21,947.82	\$ 22,615.34

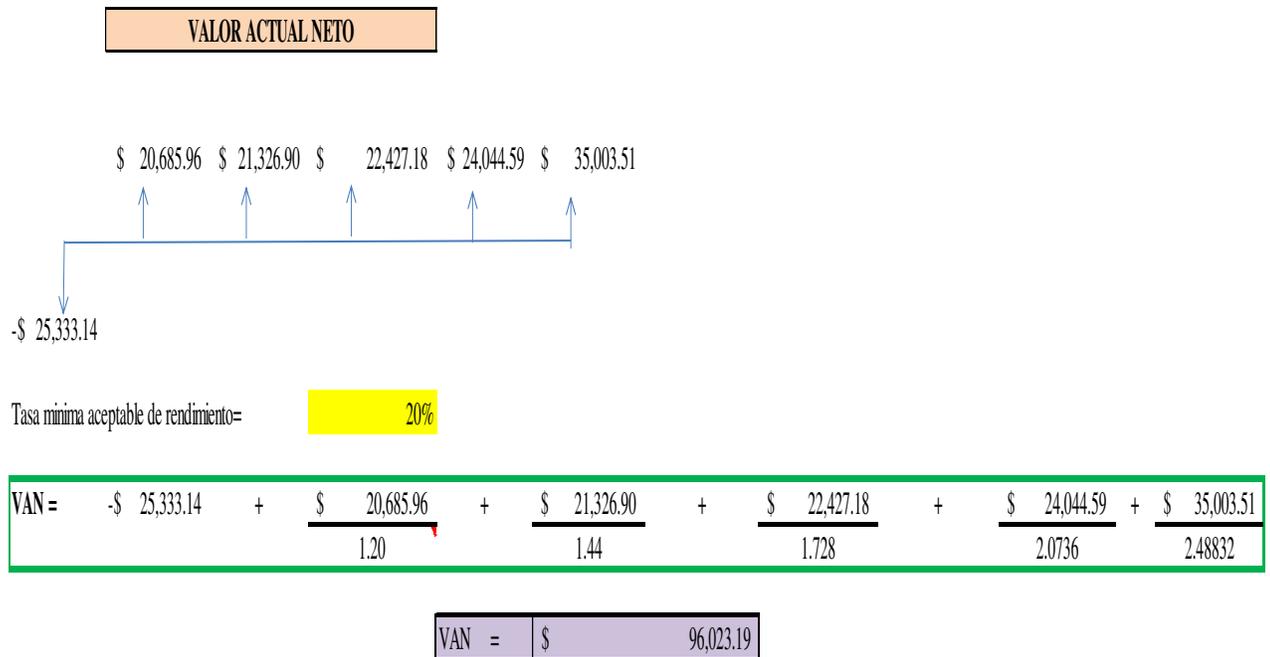
Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°57, se muestra el estado de pérdida y ganancias de 5 años consecutivos, dando como resultado utilidades para la empresa, quiere decir que la empresa si tendrá ganancias y no pérdidas, lo cual es positivo.

5.13 Evaluación de la Inversión

5.13.1. Evaluación Económica

La evaluación economía de la inversión, evaluará las ganancias y costos de un proyecto entorno a la sociedad. A continuación, se halla el VAN y TIR.



Como se visualiza se tiene un Valor Actual Neto de \$ 96,023.19; quiere decir que el proyecto es rentable.

TASA INTERNA DE RETORNO

$$\text{TIR} = -\$ 25,333.14 + \frac{\$ 20,685.96}{(1+i)^1} + \frac{\$ 21,326.90}{(1+i)^2} + \frac{\$ 22,427.18}{(1+i)^3} + \frac{\$ 24,044.59}{(1+i)^4} + \frac{\$ 35,003.51}{(1+i)^5}$$

$$\text{TIR} = 82\%$$

La tasa interna de retorno TIR es 82%, lo que asegura el retorno de la inversión.

5.13.2 Evaluación Financiera

El proyecto no cuenta con préstamo financiero, por lo que no es necesaria una evaluación financiera.

5.14.3 Evaluación Social

La empresa Inversiones Avila's Passion SAC, empresa de exportación de mermelada de mango endulzado con stevia. Este plan de negocio no genera ningún tipo de conflicto social o protesta de algún sindicato.

El plan de negocio está orientado a desarrollar actividades de comercialización de mermelada hacia el mercado extranjero. De esta forma la empresa promueve el desarrollo económico de los productores de mango, de los que elaboran la mermelada; de esta forma generará pedidos a estas pequeñas empresas y puedan sostenerse en el mercado.

El plan de negocio de la empresa Inversiones Avila's Passion SAC, empresa de exportación de mermelada de mango endulzado con stevia no genera ningún tipo de conflicto social o protesta de algún sindicato.

La empresa está ubicada en Ate, desde allí realiza sus operaciones, ya que solo es la oficina administrativa; y cuenta con licencia de funcionamiento.

5.14.4 Evaluación Ambiental

Uno de los factores más significativos que la empresa ha considerado para dar inicio de sus actividades es el impacto ambiental.

La empresa exportadora de mermelada de mango utilizará envases de vidrio, pudiendo ser estas recicladas y reutilizadas promoviendo de esta manera el cuidado con el medio ambiente; así como también usará las cajas de cartón pudiendo ser recicladas después de su uso principal que es proteger el producto.

La empresa productora cumplirá con todas las normas ambientales para la elaboración de mermelada teniendo en cuenta que verificará la siembra de mango y que esta será de forma natural sin químicos.

Por lo tanto, el plan de negocio no causará ningún impacto ambiental negativo, por lo que es viable desde el punto de vista ambiental.

5.15 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Fórmula

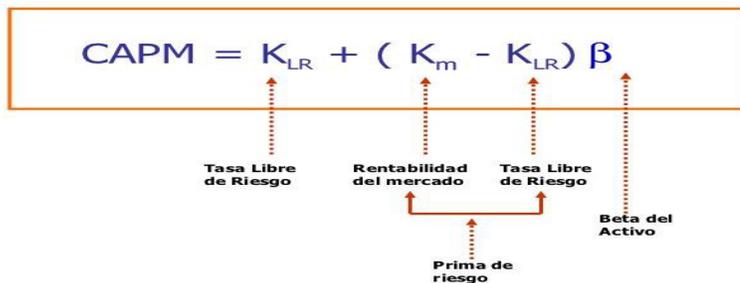


Tabla 58: Evaluación de costos de capital propio

CAPM	Costo de capital propio	3.31%
Rf	Tasa libre de riesgo	0.90%
β	Beta del sector (Building Materials)	0.38
Rm – Rf	Prima por riesgo de mercado	6.3400%

Fuente: Elaboración propia

5.16 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Tabla 59: Cuadro de Riesgo de Tipo de Cambio

Total soles (TC 3.25)	483,106.65	497,599.85	522,479.84	559,053.43	575,825.03
Total soles (TC 3.15)	468,241.83	482,289.08	506,403.54	541,851.79	558,107.34
Diferencia en soles	14,864.82	15,310.76	16,076.30	17,201.64	17,717.69

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla N°59, se muestra dos escenarios del tipo de cambio, el escenario optimista con un tipo de cambio actual de 3.25 el cual hace que al cambiarlo en soles ingrese más de dinero que con el tipo de cambio pesimista. Se concluye que el tipo de cambio al monto de la negociación también incluye en nuestros ingresos.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. El mercado de Estados Unidos es altamente competitivo, exigente y riguroso, por lo que se debe cumplir con las normas y leyes de nuestro mercado objetivo, de esta forma obtendremos confianza del distribuidor y de los potenciales consumidores, así como también se evitará sobre costos por un producto devuelto por el cliente.
2. El mercado de Estados Unidos es el país con mayor consumo de mango ya que es el mayor importador de esta fruta, quiere decir, que hay una tendencia positiva a este sabor por lo que este plan de negocio aprovechará esta ventaja para introducir su marca de mermelada de mango con stevia.
3. La tendencia en el mercado de Estados Unidos es el consumo de productos alimenticios que este a base de productos naturales, como también bajos en calorías, bajo en azúcar, y a su vez que sea un producto que tenga ventajas para la salud de los consumidores.
4. La mermelada de mango tiene como un gran valor agregado la Stevia, ya que es un endulzante natural que no tiene calorías ni perjudica la salud, por lo que puede ser consumida por mujeres y varones que cuiden su cuerpo, por niños, por aquellos que cuentan con una dieta, mujeres embarazadas, etc. La stevia puede ser utilizada en muchos productos, de esta forma se puede aprovechar de sus beneficios.
5. Los resultados de los indicadores económicos de este plan de negocio indican que el proyecto es viable y rentable, ya que el VAN tiene como resultado mayor a cero y el TIR es de 82%, superior a la tasa que se espera recuperar de la inversión.

6.2 Recomendaciones

- 1.** Cumplir con las normas y leyes que el país de destino nos exija, ya que depende de ello nuestro producto podrá ingresar al mercado, además que se debe presentar un producto de acuerdo a las exigencias de los consumidores finales.
- 2.** Aprovechar al máximo las diferentes variedades de frutas exóticas que cuenta nuestro país para poder procesarlo y ofrecer a los diversos mercados internacionales.
- 3.** Posicionar la marca del producto en el estado de Florida que es nuestro mercado objetivo para luego poder entrar a las siguientes ciudades de Estados Unidos, de esta forma ampliar nuestro mercado, teniendo en cuenta las tiendas como Whole Foods.
- 4.** Mantener el valor agregado del producto, teniendo en cuenta que hay diferentes variedades de endulzantes naturales que se podría tomar en cuenta en un próximo producto.
- 5.** Realizar investigación de nuevos mercados, buscar nuevas alternativas de distribución del producto, para posicionar mejor la marca, así como también participar de ferias y eventos.

REFERENCIAS

- AGRODATA PERÚ. (08 de 2017). *Jaleas y Mermeladas Frutas Perú Exportación*. Obtenido de <https://www.agrodataperu.com/?s=jaleas>
- ANDINA del Perú para el Mundo. (09 de 2017). *ComerxPerú: Producción de mango se recupera tras dos años de caída*. Obtenido de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-comexperu-produccion-mango-se-recupera-tras-dos-anos-caida-652645.aspx>
- CAMARAS. (09 de 2017). *Plan Cameral de las Exportaciones*. Obtenido de <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/b0b36b68-fb0d-414c-9fd6-373801eaea05>
- CENSUS BUREAU. (s.f.). *Censos Estados Unidos-Florida*. Obtenido de <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/FL/PST045216#>
- CENSUS BUREAU. (s.f.). *Censos New York, Florida, New Jersey*. Obtenido de <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/NY,NJ,FL/PST045216>
- DB CITY. (08 de 2017). *Estadística Florida*. Obtenido de <http://es.db-city.com/Estados-Unidos--Florida>
- ENCARTA. (s.f.). *Voyages Photos-Fotografía Florida-Estados Unidos*. Obtenido de http://www.voyagesphotosmanu.com/mapa_estados_unidos.html
- FDA. (08 de 2017). *U.S. Food & Drug Administration*. Obtenido de <https://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/default.htm>
- GESTIÓN. (08 de 2017). *Estados Unidos ofrece grandes oportunidades para mermeladas y purés peruanos*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/estados-unidos-ofrece-grandes-oportunidades-mermeladas-y-pures-peruanos-2167312>
- INDECOPI. (08 de 08 de 2017). *Registro de Marca y otros Signos*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INEI. (07 de 08 de 2017). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (08 de 2017). *Modelo y Formatos*. Obtenido de <http://www2.trabajo.gob.pe/guia-de-tramites/tramites-t-u-p-a-del-mtpe/>
- Municipalidad de Ate. (07 de 08 de 2017). *Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas*. Obtenido de http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/bus/preClaTraInstitucion.asp?ent_nom=Municipalidad%20Distrital%20de%20ATE&id_entidad=10050

- n´Ferias. (s.f.). *Ferias de Alimentación en Estados Unidos-USA*. Obtenido de <http://www.nferias.com/alimentacion/estados-unidos/?page=5>
- ProInversión. (08 de 08 de 2017). *Cuadro Comparativo de Sociedades*. Obtenido de <http://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?prf=0&jer=5732&sec=1>
- PROMPERÚ. (08 de 2017). *Exploración por Partidas*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaíses_x_Partida.aspx
- PROMPERÚ. (s.f.). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos 2015*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
- PYMEX. (s.f.). *Tipos de Contrato en el Trabajo en el Perú*. Obtenido de <https://pymex.pe/noticias/peru/tipos-de-contratos-de-trabajo-en-el-peru>
- SANTANDER. (08 de 2017). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>
- SIICEX. (08 de 2017). *Empresas Exportadoras de la Partida*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_portletid_=SFichaProductoEmpresaX&_page_=216.17100&scriptdo=cc_fp_empresax&session__pTarifa=2007999100&colOrder=3#anclafecha
- SIICEX. (08 de 2017). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100#anclafecha
- Stevia contra la Diabetes. (s.f.). *La Stevia en el mercado peruano*. Obtenido de <http://www.stevia.pe/la-stevia-en-el-mercado-peruano>
- SUNAT. (07 de 08 de 2017). *Emprender*. Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- SUNAT. (08 de 08 de 2017). *Planilla Electrónica*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame/3228-01-concepto-pdt-plame>
- SUNAT. (09 de 08 de 2017). *Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
- SUNAT. (08 de 08 de 2017). *Regímenes Tributarios*. Obtenido de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->
- SUNAT. (08 de 2017). *Tratamiento Arancelario*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (08 de 2017). *SUNAT*.
Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>

TRADEMAP. (08 de 2017). *Estadísticas del Comercio*. Obtenido de
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||080450|||6|1|1|1|2|1|2|1|

TRADEMAP. (08 de 2017). *Lista de importadores según lista*. Obtenido de
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||200799|||6|1|1|1|2|1|2|1|

UNIVEG PERU. (09 de 2017). Obtenido de <http://www.univeg.pe/es/mangos.php>

ANEXOS

Anexo N° 01 Modelo de constitución Sociedad Anónima Cerrada

MODELO DE CONSTITUCIÓN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA – S.A.C. (CON APORTE EN BIENES DINERARIOS)

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, QUE OTORGAN:

A. NOMBRE DEL SOCIO 1], DE NACIONALIDAD: [NACIONALIDAD], OCUPACIÓN: [PROFESIÓN U OCUPACIÓN], CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: [DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], ESTADO CIVIL: [ESTADO CIVIL (SOLTERO, CASADO, VIUDA, DIVORCIADO)], [NOMBRE DEL CÓNYUGE (DE SER CASADO)], [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL CÓNYUGE (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)],

B. NOMBRE DEL SOCIO 2], DE NACIONALIDAD: [NACIONALIDAD], OCUPACIÓN: [PROFESIÓN U OCUPACIÓN], CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: [DOCUMENTO DE IDENTIDAD(DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], ESTADO CIVIL: [ESTADO CIVIL (SOLTERO, CASADO, VIUDA, DIVORCIADO)], [NOMBRE DEL CÓNYUGE (DE SER CASADO)], [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL CÓNYUGE (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)],

(...)

C. NOMBRE DEL SOCIO N], DE NACIONALIDAD: [NACIONALIDAD], OCUPACIÓN: [PROFESIÓN U OCUPACIÓN], CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: [DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], ESTADO CIVIL: [ESTADO CIVIL (SOLTERO, CASADO, VIUDA, DIVORCIADO)], [NOMBRE DEL CÓNYUGE (DE SER CASADO)], [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL CÓNYUGE (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)],

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN [DOMICILIO]. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO.- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE [DENOMINACIÓN SOCIAL],

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE [ABREVIATURA.] S.A.C.

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO.- EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. [MONTO S/.] ([MONTO EN LETRAS] Y 00/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN [NUMERO DE ACCIONES] ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. XX.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. [NOMBRE DEL SOCIO 1], SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 1] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO 1] MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. [NOMBRE DEL SOCIO 2], SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 2] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO 2] MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
(...)
3. [NOMBRE DEL SOCIO X], SUSCRIBE [NUMERO DE ACCIONE X] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO X] MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO.- LA SOCIEDAD SE REGISTRÁ 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.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: [DENOMINACIÓN SOCIAL] SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA”.

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE [ABREVIATURA.] S.A.C;

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN [DOMICILIO], PROVINCIA DE [PROVINCIA] Y DEPARTAMENTO DE [DEPARTAMENTO], PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL.- LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A [OBJETO SOCIAL]. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTICULO 3º.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. [MONTO S/.] ([MONTO EN LETRAS] Y 00/100 NUEVOS SOLES), REPRESENTADO POR [NÚMERO DE ACCIONES] ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. XX.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTICULO 4º.-TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PÁRRAFO DEL ARTICULO 237º DE LA "LEY".

ARTICULO 5º.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y
- B) LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO

ARTICULO 6º.-JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA.

TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

ARTICULO 7º.-JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA "LEY".

ARTICULO 8º.-LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 185º AL 197º DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN 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 GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY N° 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.

C) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

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 PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL, OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO 9º.-MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198º Y 199º DE LA "LEY", ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201º AL 206º Y 215º AL 220º, RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

ARTICULO 10º.-ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º, 221º AL 233º DE LA "LEY".

ARTICULO 11º.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º A 422º DE LA "LEY".

CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: [NOMBRE DEL GERENTE GENERAL] CON [DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], CON DOMICILIO EN: [DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL], DISTRITO DE [DISTRITO DEL DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL], PROVINCIA DE [PROVINCIA DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL], DEPARTAMENTO DE [DEPARTAMENTO DEL DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL].

ASI MISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A [NOMBRE DEL SUB GERENTE], IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD [TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], CON NUMERO: [NUMERO DEL DOCUMENTO DE IDENTIDAD] QUIEN TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES: REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.

- INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS C, D, E Y F DEL ARTÍCULO 8º DEL ESTATUTO.

CIUDAD], [FECHA FORMULARIO: DÍA, MES Y AÑO EN LETRAS].

Anexo N° 02 Declaración jurada de Observancia de condiciones de seguridad



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ATE
SUB GERENCIA DE DEFNSA CIVIL



DECLARACION JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (LEY N° 28976) - (LEY N° 29664 - SINAGERD)

EXP N° _____

Yo, _____ Identificado con DNI / RUC _____

Giro Solicitado: _____

Propietario y/o conductor del local ubicado en: _____

	SI	NO
1.0 ARQUITECTURA		
1.1 El ingreso y salida del local presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m., la puerta no abre directamente sobre el desnivel y las vías de evacuación se encuentran libres de obstáculos, vidrios o espejos		
2.0 ESTRUCTURAS		
2.1 Local no presenta severo deterioro en paredes, columnas, techos y vigas		
2.2 Sistema de puesta a tierra (Codigo Nacional Electrico - Tomo V)		
3.0 INSTALACIONES ELECTRICAS		
3.1 El Tablero electrico es de material no combustible (metal o resina) tiene interruptores termomagneticos (ITM's) identificados y no utiliza llaves de cuchillas		
3.2 El tablero electrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir de julio del 2006		
3.3 No se utiliza cables mellizos en instalaciones fijas. El cableado electrico se encuentra protegido mediante canales o tubos de PVC y las cajas de paso tiene tapa.		
3.4 Los tomacorrientes tienen conexión a tierra en baños, cocina y para equipos con enchufe de tres espigas. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utilizan adaptadores multiples.		
3.5 Los equipos de alumbrado (foco, fluorescentes, lamparas, etc.) no presentan conexiones expuestas. Si cuenta con luces de emergencia, estas se encuentran operativas.		
3.6 Tiene pozo a tierra y certificado de medicion de la resistencia (menor o igual a 25 ohm)		
3.7 Los anuncios publicitarios con energia electrica tienen cableado adecuado y cuentan con conexión a tierra		
4.0 SEGURIDAD Y PROTECCION CONTRA INCENDIO		
4.1 El local cuenta con señales de seguridad (salidas, riesgo y extintores).		
4.2 El local cuenta con al menos con un extintor de polvo quimico seco 6 kgs, un extintor por cada 25 m2 de área. Los extintores estan operativos y con carga vigente.		
4.3 Los materiales y/o productos estan almacenados de forma segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías de evacuacion		
4.4 las instalaciones de Gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 kg. Tienen tuberias de cobre y estan 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 y ductos de extraccion de humo (chimeneas se encuentran libres de grasa)		

NOTA: Se encuentran excluidos del GRUPO 1 los giros de PUB, LICORERIA, DISCOTECA, BAR, CASINOS, JUEGOS DE AZAR, MAQUINAS TRAGAMONEDAS, FERRETERIAS o giros afines a los mismos (RESTAURANTE, FUENTE SODA, INTERNET, COMIDA AL PASO, CHIFA entre otros); así como aquellos cuyo desarrollo implique el almacenamiento, uso o comercialización de PRODUCTOS TOXICOS O ALTAMENTE INFLAMABLES y aquellos que por su naturaleza, requieran la obtención de un Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinario (D.S. N° 066-2007-PCM, numeral 9.1 parrafo 3°)

La presente Declaración Jurada tiene una vigencia de dos (02) años a partir de su firma (R.J M° 251-2008-INDECI, 9.2), debiéndose iniciar el procedimiento de renovación antes de la pérdida de su vigencia; entendiéndose que los datos consignados son REALES, sujetos a verificación posterior, que de resultar falsa o equivocada, se procederá a la Revocación de la Licencia de Funcionamiento que se haya entregado, y de corresponder se aplicará las sanciones según correspondan, a resarcir los daños que pudiera haber ocasionado y asumirá su responsabilidad civil y/o penal a que hubiere lugar.



Firma del Propietario o Conductor

DNI N° _____

Fecha de Expedición: _____ Fecha de Caducidad: _____

Anexo N° 03 Solicitud a la Municipalidad de Ate

SOLICITUD CON CARÁCTER DE DECLARACIÓN JURADA											
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO - LEY N° 28978											
 MUNICIPALIDAD DE ATE Gerencia de Desarrollo Económico Sub-Gerencia de Promoción, Fomento Empresarial y Turismo		N° 0000		<input type="checkbox"/> LICENCIA TEMPORAL		IDENTIFICACIÓN DE GRUPO G1 G2 G3					
I.- PROCEDIMIENTO QUE SOLICITA (Marcar procedimiento que corresponda)											
						Cesionario (indique)		Licencia principal		Año	
1	Apertura	Conjunta con anuncio simple	6	Variación de área	INDIQUE PROCEDIMIENTO	N° de recibo de pago				Fecha	
2	Mercado abastos, galería y centro comercial (Lic. Corporativa)	A Adosado a fachada y/o toldo	7	Ampliación de giro compatible							
3	Cesionario	B Luminoso ó iluminado y/o toldo	8	Por cambio de razón social	N° Lic. Anterior	N° Certificado ITSE de Detalle				Fecha	
4	Duplicado de Licencia	5 Cese (Lic. Funcionamiento y autorización conjunta)	9	Otros datos vinculados con la Licencia							
II.- DATOS DEL ADMINISTRADO: Persona Natural o Jurídica											
Apellidos y Nombres ó Razón Social											
RUC (11 dígitos)											
(Domicilio Fiscal) Av. - Calle - Jirón - Pasaje											
Nro. Interior Mz. Lote											
Urb. - Coop. - Asoc. - AA.RH. - Etc.											
REPRESENTANTE LEGAL : Apellidos y Nombres											
Distrito											
Teléfono											
III.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO : ACTIVIDAD ECONOMICA, TIPO, UBICACIÓN GEOGRAFICA											
<input type="checkbox"/> COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> SERVICIO											
Sector catastral											
Zona											
Av. - Calle - Jirón - Pasaje											
Nro. Interior Dpto. Mz. Lote											
Block/Tda.											
Zona Urbana (Urb., Coop., Asoc., AA.RH., PPJJ., Agrup., etc.)											
Etapa Grupo UCV UVC Nivel (piso) Otro											
Área dedicada a la actividad											
Nombre Comercial (si lo hubiera)											
M2 N° ESTACIONAMIENTO											
NOMBRE COMERCIAL											
GIRO SOLICITADO											
CIU ZONIF.											
GIRO PRINCIPAL											
A.T.N.											
IV.- DETALLE DEL ANUNCIO PUBLICITARIO											
Tipo de anuncio publicitario: A) (simple adosado a fachada y/o toldo) B) (luminoso ó iluminado y/o toldo)											
a.m. HORA p.m.											
a											
LEYENDA (ANUNCIO)					LEYENDA (TOLDO)						
Base	x	Alto	=	Total m2	Material predominante	Largo	x	Ancho	=	Área desde el piso	Material predominante
V.- DETALLE DE UBICACIÓN (Indicar ubicación física del establecimiento)											
VI.- CESE DE LICENCIA (Indicar número y nombre o razón social del titular)											
Declaro bajo juramento que el local con Licencia de Funcionamiento otorgada a mi persona, ha dejado de realizar actividad, motivo por el cual solicito se declare el CESE de la licencia N°:											
Oforgado a: CESE DE LICENCIA número lic. año											
APROBACION AUTOMATICA, Art. 12° Ley 28978. Como constancia de la aprobación automática de la solicitud del titular de la actividad, basta la copia del escrito o del formato presentado conteniendo el sello oficial de recepción, sin observaciones e indicando el número de registro de la solicitud, fecha, hora y firma del agente receptor. Salvo lo dispuesto en el segundo párrafo del Artículo 12° de la Ley											
DECLARO BAJO JURAMENTO, que los datos consignados en la presente solicitud con carácter de declaración jurada, son los existentes y verdaderos, por lo cual me sujeto a la verificación posterior. En caso de haber proporcionado información y/o documentación que no correspondan a la verdad, tengo pleno conocimiento que se me podrá aplicar sanciones administrativas y/o iniciar las acciones penales por dolo contra la administración pública, revocándose automáticamente la autorización que se me otorgue. Asimismo, me comprometo a brindar facilidades para las acciones de fiscalización y control de las autoridades municipales competentes.											
RECEPCION TD											
V°B°		Firma y Nombre del titular ó Representante Legal				DNVCE		Ate, de 20			
SOPPET											

Anexo N° 04 Contrato de trabajo de naturaleza temporal

CONTRATO DE TRABAJO DE NATURALEZA TEMPORAL POR INICIO O INCREMENTO 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. 57º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en, debidamente representada por el señor (2)con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente **EL EMPLEADOR**; y de la otra parte don (3).....; 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 (4)requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad)

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 (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde eldel 2013, fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta eldedel 2013, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia elde del 2013 y concluye el.....de.....del 2013.

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a..... de.....horas a..... horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) 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. 9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SETIMO: 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, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 2013.

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

- (1) Colocar nombre de la empresa
- (2) Colocar el nombre del representante de la empresa
- (3) Colocar el nombre del trabajador
- (4) Colocar el Objeto Social de la empresa y la justificación del uso de esta modalidad.
- (5) Indicar el cargo del trabajador

DEBEMOS TENER EN CUENTA

- Duración del contrato plazo máximo según modalidad.
- Modalidad, indicar causa objetivas de la contratación.
- Estatus laboral, puesto u ocupación.
- Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses).
- Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario o se contrate trabajadores de Dirección o Confianza.
- Remuneración del trabajador
- Horario de trabajo.

Anexo N° 05 Contrato de trabajo a plazo fijo

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO BAJO LA MODALIDAD DE CONTRATO DE TEMPORADA

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de "Contrato de Temporada", que celebran al amparo del Art. 67º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR, y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N° y domicilio fiscal en, debidamente representada por el señor (2)....., con D.N.I. N°, según poder inscrito en la partida registral No..... del Registro de Personas Jurídicas de Lima, a quien en adelante se le denominará simplemente **EL EMPLEADOR**; y de la otra parte (3)....., 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 es una empresa dedicada a (4).....la cual requiere cubrir las necesidades de recursos humanos con el objeto de incrementar la producción de por ejemplo: **helados originados por el aumento de la demanda** durante la temporada del (5).....

SEGUNDO: Por el presente documento **EL EMPLEADOR** contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada en la cláusula precedente, los servicios de **EL TRABAJADOR** quien desempeñará el cargo de (6)....., en relación con el objeto precisado en la cláusula primera.

TERCERO: El presente contrato tiene una duración de.... Meses (**El tiempo que dure la temporada**), cuyo inicio será el dedel 2013 y concluye el ... de del 2013.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el.... de..... del 2013 y termina el De..... del 2013.

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a.....dehoras ahoras.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante AAT) 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. 9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SETIMO: EL EMPLEADOR abonara al **TRABAJADOR** la cantidad de S/..... como remuneración mensual, de la cual se deducirán las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten aplicables.

OCTAVO: 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.

Conforme con todas las cláusulas anteriores, firman las partes, por triplicado a losdías del mes dedel año 2013.

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

- (1) Colocar nombre de la empresa
- (2) Colocar el representante de la empresa
- (3) Colocar el nombre del trabajador
- (4) Colocar el Objeto Social de la empresa y justificación del motivo del uso de esta modalidad.
- (5) Colocar la temporada
- (6) Describir el puesto del trabajador

DEBEMOS TENER EN CUENTA

- Duración de la temporada, La naturaleza de la actividad de la empresa, naturaleza de las labores
- Modalidad, indicar causa objetivas de la contratación.
- Estatus laboral, puesto u ocupación.
- Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses).
- Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario o se contrate trabajadores de Dirección o Confianza.
- Remuneración del trabajador
- Horario de trabajo.



Sra.
Elizabeth Avila.
INVERSIONES AVILA.
LIMA.

La presente porta cordiales saludos y la Cotización solicitada de Mermelada ecológica de Mango con Stevia, que alcanzo en hoja adjunta manifestándole lo siguiente:

1. La presente cotización se elaboró en el momento que la materia prima (la fruta) aún no está en plena época de producción, quedando la posibilidad de ajustar los costos a posteriori.
2. El costo de empaque de cartón corrugado está incluido en precio del producto.
3. El costo de transporte de Chachapoyas –Lima por los 1080 Kg, es de S/ 990.00 de Agencia a Agencia (Transp. Shalom). La entrega en el terminal marítimo del Callao lo consideran como reparto, con costo adicional.
4. Como propuesta alternativa. Costo Transp. Chachapoyas – Puerto marítimo de Paita S/ 400.00.
5. La Región Amazonas esta exonerada de impuestos y más aún, tratándose de exportación de productos agroindustriales, no se considera impuestos. Salvo algunas condiciones.
6. La entrega de la mercancía es en el almacén del Transportista en Chachapoyas. Salvo acuerdos a la firma del contrato.
7. La forma de pago es: 50% para iniciar la producción del pedido y 50% al momento de retirar la mercancía de la Agencia del Transportista en Lima. O en las oficinas de aduanas de Paita.
8. El tiempo de entrega por la cantidad solicitada es de mínimo 10 días, y máximo de 15 días laborables desde la recepción de pago inicial. Sin embargo, en este caso particular se hará en 20 días debido a la gestión del Registro Sanitario y etiquetas.
9. No manejamos datos ni servicios de paletizado ni Presupuestos de Almacén.

Considerando el motivo de esta cotización de interés de ambos, por mi parte trataré de conseguir más oportunidades a fin de reducir costos y que este negocio sea más rentable.

Mientras tanto, le agradezco por considerarnos en su plan de negocios y permitirnos llegar con nuestra propuesta y estaré atento a cualquier inquietud de parte de ustedes.

Saludos desde La Jalca, Chachapoyas, Amazonas.

Atentamente

Francisco J. Huamán Huamán.
Cel, 984687226 , 944396769

Anexo N° 07 Contrato de compraventa internacional

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: INVERSIONES AVILA´S PASSION SAC., con RUC N° 20439049541, inscrita en los Registros Públicos, debidamente representada por su Gerente General, Sra. Juanita Avila Rodas con Documento de Identidad N° 402563854, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Av. José Carlos Mariátegui UVC 5, Lote 34, Zona E, Ate, Lima-Perú, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte ECOTRADE, debidamente representado por su Director don John Kehoe, señalando domicilio el ubicado en Calle 2867 W Trade Ave, Miami, Florida 33133, Estados Unidos, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: Mermelada de Mango endulzado con Stevia, en presentación de frasco de vidrio de 250 gramos y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos USD\$ 2.87 FCA por unidad.
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a embarcar la mercadería en el periodo de 20 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio es FCA Neptunia-Callao USD \$ 2.87 por unidad. Siendo el total a pagar por las 4320 unidades USD\$ 12,398.40 dólares americanos.

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

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

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado al momento que se genera la orden de compra equivalente al CINCUENTA POR CIENTO (50 %), y el restante CINCUENTA POR CIENTO (50 %) a la entrega del producto en el almacén.

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

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

El modo de entrega acordado para la mercancía será de FCA Neptunia-Callao, traspasando los riesgos el VENDEDOR al COMPRADOR en el almacén Neptunia-Callao.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,3 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier

inconformidad con los productos dentro de 5 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR**.

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 40 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

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

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

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

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución

del presente acuerdo. Dicho tribunal estará compuesto por tres miembros, uno de los cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer arbitro o si cualquiera de las partes no designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Lima.

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima.

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme el Reglamento.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 20 Días del mes de Octubre 2017.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

Anexo N° 08 Cotización EcoTrade

Lima 15 de Octubre de 2017

Señores

EcoTrade

Atención.- Mr. John Kehoe - Director

Estimado Señor:

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

PRODUCTO	:	MERMELADA DE MANGO CON STEVIA
PRESENTACION	:	FRASCO DE VIDRIO 250 gramos
PARTIDA ARANCELARIA	:	2007.99.91.00
CANTIDAD	:	4,320 FRASCOS
PROPORCION EMBALAJE	:	CAJAS DE CARTON CORRUGADO L: 32CM X A: 24CM X H: 26 CM
PRECIO FCA CALLAO	:	US \$ 2.87 X Unidad
FORMA DE PAGO	:	POR ADELANTADO 50% A LA ORDEN DE COMPRA, 50% AL MOMENTO DE LA ENTREGA EN EL ALMACEN.
FECHA DE EMBARQUE	:	20 DIAS DESPUES DE HABER ACEPTADO EL PRIMER PAGO
MEDIO DE TRANSPORTE	:	MARITIMO (SIN TRANSBORDO)
PUERTO DE EMBARQUE	:	CALLAO – PERU
VALIDEZ DE LA OFERTA	:	30 DIAS

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

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

Atentamente

JUANITA AVILA RODAS

GERENTE COMERCIAL

Anexo N° 09 Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL

COMMERCIAL INVOICE								
Exporter: INVERSIONES AVILA'S PASSION SAC. Av. José Carlos Mariátegui UVC 5 Lote 34 Zor Ate, Lima, Perú Teléfono: (51-1) 987327614			Invoice No. & Date: EXP 01/01-2017 22-OCT-2017		Buyers Order No. & Date: IMP001 22-OCT-2017			
			Other reference (s):		Proforma			
Consignee: ECOTRADE 2867 W TRADE AVE – MIAMI FLORIDA 33133, UNITED STATE TELÉFONO: 001-305-648-1000			Buyer (if other than consignee): ECOTRADE 2867 W TRADE AVE – MIAMI FLORIDA 33133, UNITED STATE TELÉFONO: 001-305-648-1000					
Pre-carriage By SEA		Place of Receipt		Country of origin PERU		Country of destination UNITED STATES		
Sea Details		Port of Loading CALLAO SEA PORT		Payment Terms: T/T 50% on the date of the purchase order and 50% at the moment of delivering the products				
Port of Discharge MIAMI PORT		Final Destination MIAMI - FLORIDA		Bank Details: Banco Scotiabank, N° cuenta: 011-135-10				
Boxes Marks		Numbering	Number	Description of Goods	Quantity	Presentation	FCA Price	Total FCA
Container No.		of the boxes	of Boxes				USD	USD
EcoTrade Container #HASU4		1. - 180	180	Mermelada de Mango endulzada c (Mf Date Nov-2017 Exp Date Nov-2018)	4,320	Units	2.87	12,398.40
			180	TOTAL FCA			12,398.40	
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Twenty-five thousand four hundred eighty-six and 00/100 dollars								
Manufacturer: Esmeralda Corp								
Total Net Wt:		1,845.000	Total Shipper:					
Total Gross Wt:		1,971.000	Total CBM:					
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF PERUVIAN ORIGIN								
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT								

Anexo N° 10 Packing List

PACKING LIST

PACKING LIST										
Exporter: INVERSIONES AVILA'S PASSION SAC. Av. José Carlos Mariátegui UVC 5 Lote 34 Zona E Ate, Lima, Perú Teléfono: (51-1) 987327614			Invoice No. & Date: EXP 01/01-2017 22-OCT-2017							
			Buyers Order No. & Date: IMP001 22-OCT-2017			Proforma				
			Other reference (s):			Bill of Lading No. & Date: SUDUB6601A00ZCZN 10-NOV-2017				
Consignee: ECOTRADE 2867 W TRADE AVE – MIAMI FLORIDA 33133, UNITED STATE TELÉFONO: 001-305-648-1000			Buyer (if other than consignee): ECOTRADE 2867 W TRADE AVE – MIAMI FLORIDA 33133, UNITED STATE TELÉFONO: 001-305-648-1000							
Pre-carriage By SEA		Place of Receipt		Country of origin PERU			Country of destination UNITED STATES			
				Payment Terms: T/T 50% on the date of the purchase order and 50% at the moment of delivering the products						
Sea Details		Port of Loading CALLAO SEA PORT		Bank Details: Banco Scotiabank, N° cuenta: 011-135-10						
Port of Discharge MIAMI PORT		Final Destination MIAMI - FLOI	Final MIAMI							
Boxes Marks		Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods		Batch No.	Quantity	Net weight in KGS	Gross weight in KGS	CBM
EcoTrade Container #HASU4		1. - 180	180	Mermelada de Mango con Stevia (Mf Date Nov-2017 Exp Date Nov-2018)		J3100E	4,320	10.25	10.95	
			180	TOTAL				1,845.000	1,971.000	
Manufacturer: Esmeralda Corp										
Total Net Wt: 1,845.000 Total Shipper: 180										
Total Gross Wt: 1,971.000 Total CBM:										
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF PERUVIAN ORIGIN										
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT										