



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

**EXPORTACIÓN DE NÉCTAR DE MACA Y QUINUA CON STEVIA
AL MERCADO DE NEW JERSEY – ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADO POR
RICK MAYCOL CHUQUIVILCA ECHEVARRIA**

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

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE NÉCTAR DE MACA Y QUINUA CON STEVIA AL
MERCADO DE NEW JERSEY – ESTADOS UNIDOS**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Presentado por

RICK MAYCOL CHUQUIVILCA ECHEVARRIA

LIMA, PERÚ

2017

Índice

RESUMEN EJECUTIVO.....	5
1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	6
1.1 Nombre o razón social	6
1.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU)	6
1.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial.....	6
1.4 Objetivos de la empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	7
1.5 Ley de MYPE, Micro y pequeña empresa, características.....	10
1.6 Estructura orgánica	10
1.7 Cuadro de asignación de personal.....	12
1.8 Forma jurídica empresarial	12
1.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	14
1.10 Requisitos y trámites municipales.....	17
1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades.....	18
1.12 Registro de Planilla Mensual de Pagos (PLAME).....	20
1.13 Régimen laboral especial y general laboral	21
1.14 Modalidades de contratos laborales	22
1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas.....	23
2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	24
2.1 Descripción del producto	24
2.2 Investigación del Mercado Objetivo	26
2.2.1 Segmentación de mercado objetivo	27
2.2.2 Tendencias de Consumo	29
2.3 Análisis de la oferta y la demanda	30
2.3.1 Análisis de la oferta	30
2.3.2 Análisis de la demanda	32
2.4 Estrategias de ventas y distribución	33
2.4.1 Estrategias de segmentación	33
2.4.2 Estrategias de posicionamiento.....	34
2.4.3 Estrategias de distribución	34
2.5 Estrategias de Promoción.....	35
2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	35
3. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	36
3.1 Envases, empaques y embalajes.....	36
3.2 Diseño de rotulado y marcado	38

3.2.1	Diseño de rotulado	38
3.2.2	Diseño de marcado.....	38
3.3	Unitarización y cubicaje de la carga	39
3.3.1	Unitarización.....	39
3.3.2	Cubicaje de la Carga	40
3.4	Cadena de DFI de Exportación	41
3.5	Seguro de las mercancías	42
4.	PLAN DE COMERCIO EXTERIOR	43
4.1	Fijación de precios	43
4.1.1	Costos y Precio	43
4.1.2	Cotización internacional	44
4.2	Contrato de compraventa internacional (exportaciones) y sus documentos	45
4.3	Elección y aplicación del Incoterm.....	52
4.4	Determinación del medio de pago y cobro	53
4.5	Elección del régimen de exportación	54
4.6	Gestión aduanera del comercio internacional	55
4.7	Flujograma	58
5.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	59
5.1	Inversión fija	59
5.1.1	Activos tangibles	59
5.1.2	Activos intangibles	60
5.2	Capital de Trabajo.....	61
5.3	Inversión total	61
5.4	Estructura de inversión y financiamiento.....	62
5.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	62
5.6	Presupuesto de costos	63
5.7	Punto de equilibrio.....	65
5.8	Tributación de la exportación	66
5.9	Presupuesto de ingresos	66
5.10	Presupuesto de egresos.....	67
5.11	Flujo de caja proyectado	67
5.12	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	68
5.13	Evaluación de la inversión	69
5.13.1	Evaluación económica.....	69
5.13.2	Evaluación financiera	69

5.13.3	Evaluación social.....	70
5.13.4	Impacto ambiental	70
5.14	Evaluación del costo de oportunidad del capital de trabajo.....	70
5.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	70
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
6.1	Conclusiones	72
6.2	Recomendaciones	72

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de negocio consiste en la creación de una empresa exportadora y comercializadora del néctar de maca y quinua con stevia de 500 ml, en empaque de tetra pak, dirigido hacia el mercado de New Jersey - Estados Unidos.

El néctar es 100% natural, gracias a unos de sus ingredientes como la maca, es un energizante por excelencia, la cual aumenta la fuerza, libido, resistencia, rendimiento físico e intelectual y la sensación de bienestar general. También contiene quinua que es una semilla comestible que se ha puesto de moda internacionalmente entre las personas amantes de la comida saludable, ya que está repleta de valiosos nutrientes, contiene grandes cantidades de flavonoides, incluyendo quercetina y kaempferol, potentes antioxidantes vegetales, con numerosos beneficios para la salud. Asimismo esta endulzado con stevia, usado como una alternativa o sustituto del azúcar, este edulcorante puede ser muy útil para perder o controlar el peso, es una buena opción para los diabéticos, ya que no afecta negativamente a los niveles de azúcar en la sangre, la stevia ya se utilizó en la gaseosa “Coca-Cola Life”, producto de The Coca-Cola Company, fue lanzado en Argentina en junio de 2013.

Dirigida para las personas de todas las edades, por su agradable sabor y porque no tiene contraindicaciones de consumo, es ideal para deportistas, ejecutivos y estudiantes, muy atractivo en el mercado destino, toda vez que este producto contiene ingredientes con alto valor nutritivo reconocido a nivel internacional.

Para poner en marcha este plan de negocios se necesita de una inversión total de S/. 104,249.49, donde el Banco Scotiabank puede financiar un 70% que equivale a S/. 72,974.65 con el 27% de interés en un plazo de 3 años, el 30% restante equivale a S/. 31,274.85, tendría que ser por financiamiento propio.

En este plan de negocios se realizó una investigación de la oferta y la demanda del mercado destino, asimismo se analizó financiera y económicamente, donde resulto viable, lo que permite que cualquier inversionista pueda poner en marcha dicho negocio de exportación.

1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1 Nombre o razón social

La razón social de la empresa es “Maca de los Andes S.A.C.”, este nombre se eligió por el lugar donde se cosecha la maca, la cual es el elemento principal del producto que será exportado a New Jersey – Estados Unidos.

1.2 Actividad económica o codificación internacional (CIIU)

De acuerdo al sistema de clasificación industrial internacional uniforme para la exportación de néctar de maca y quinua con stevia es el siguiente:

Tabla N° 01: Clasificación Internacional

CIIU	Ventas al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
GRUPO	463
CLASE	4630

Fuente: Elaboración Propia

1.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial

La ubicación de la planta de la empresa “Maca de los Andes S.A.C”, es en la Av. Dominicos N° 1345 distrito de San Martín de Porres, lugar donde funcionará el almacén y el área administrativa, tiene un área de 300 m². Se llegó a elegir este lugar específico mediante un número de factores más relevantes de acuerdo a los seleccionados que son los siguientes:

- ✓ Cercanía a los insumos.
- ✓ Acceso a Vías de comunicación.
- ✓ Disponibilidad de almacenes o tiendas por departamentos para adquisiciones de materiales.
- ✓ Condiciones medio ambiental adecuado para la comodidad del cliente.

- ✓ Integridad y sobriedad; se basa en el uso apropiado de nuestros productos y se inspira en la promoción de un estilo de vida sana.

Objetivos del negocio:

- ✓ Internacionalizar la empresa dedicada a esta actividad.
- ✓ Promocionar la calidad, sus propiedades nutritivas y curativas del néctar de maca y quinua con stevia al mercado internacional.
- ✓ Integrarse con empresas que comercializan este producto a nivel internacional.
- ✓ Visión internacional del mercado del néctar de maca y quinua con stevia.

Valores:

El desarrollo del producto está basado en satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciendo un producto innovador y de calidad, satisfaciendo a nuestros clientes y colaboradores, tomando como valores fundamentales:

- ✓ Innovación: siempre se trata de que haya una continua innovación en nuestros productos, para que el cliente se sienta satisfecho.
- ✓ Responsabilidad: cumplimos con nuestros deberes desde el principio y hacemos uso correcto de nuestros recursos.
- ✓ Constancia: somos perseverantes en el desarrollo de nuestros productos.
- ✓ Puntualidad: en la comercialización y exportación de productos de acuerdo a los contratos firmados.
- ✓ Calidad: los insumos serán de la mejor calidad, para ello se elegirán en forma muy acuciosa a los proveedores.
- ✓ Seguridad: la empresa tendrá mucho cuidado con la empresa tercerizada que se encargará de la elaboración y producción de los productos para garantizar su calidad.

Cultura Organizacional:

Una cultura con valores que guían el comportamiento, la identidad de la empresa y determinan su forma de pensar y manera de ser, trabajo en equipo como

familia con una misma visión y misión para el logro de metas y objetivos, pensando siempre en la calidad del producto y satisfacción del cliente.

La cultura organizacional de la empresa Maca de los Andes S.A.C., se enfoca plenamente en la satisfacción del cliente con la gran labor de cada uno de los trabajadores comprometidos con la empresa.

ANÁLISIS FODA:

Análisis Interno (Fortalezas y debilidades).

Fortalezas:

- ✓ El principal insumo (maca, quinua y stevia) es de primera calidad y la mejor del mundo.
- ✓ El precio del producto es muy competitivo.
- ✓ El producto tiene propiedades curativas como anticancerígenas.

Debilidades:

- ✓ Aumento de impuestos.
- ✓ Continuidad del crecimiento económico del país.
- ✓ Acceso a supervisión de producción de materia prima.

Análisis Externo (Oportunidades y Amenazas):

Oportunidades:

- ✓ El mercado elegido tiene un alto consumo per cápita de jugos y néctares.
- ✓ El consumidor final tiende a consumir productos para el cuidado de su salud.

Amenazas:

- ✓ Competencia local y/o extranjera.
- ✓ Desabastecimiento de materia prima por desastres.

1.5 Ley de MYPE, Micro y pequeña empresa, características

Según la Ley N° 30056 publicada el 2 de julio de 2013 con la finalidad de facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Tiene como objetivo promover la formalización y desarrollo de la micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME):

Tabla N° 02: Características de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Ley N° 30056		
Tipos de Empresas	Ventas anuales	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	No hay límites
Pequeña Empresa	Más de 150 UIT y hasta 1700 UIT	No hay límites
Mediana Empresa	Más de 1700 UIT y hasta 2300 UIT	No hay límites

Fuente: Sunat

La empresa “Maca de los Andes S.A.C”, es una pequeña empresa, porque sus ventas anuales serán mayores a 150 UIT.

1.6 Estructura orgánica

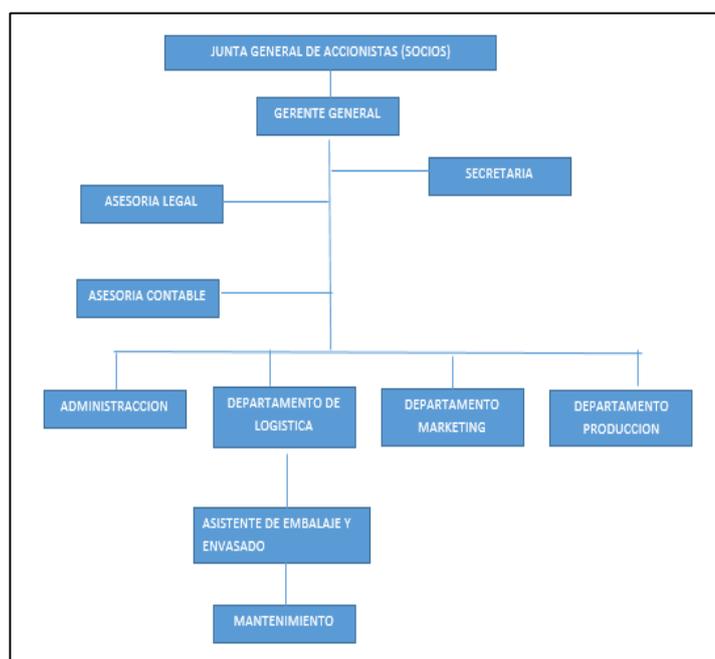


Figura N° 02: Estructura Orgánica de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia

Este organigrama presenta la estructura administrativa de la empresa, la misma que está conformada de la siguiente manera:

1. Junta General de Accionistas: conformado por dos socios.
2. Gerente General: representa a la empresa frente a los Stakeholder, se encargará de aprobar los planes de la organización, controlar el cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa.
3. Secretaria: se encargará de realizar la documentación, trámites y soporte tanto al gerente general como al asesor legal y contable.
4. Asesoría Legal y Contable: se encarga de supervisar, controlar y programar el manejo de los recursos financieros en cuanto a ingresos y egresos, también se encargará de la parte legal de la empresa.
5. Jefe de Administración: se encargará de planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de la cadena de suministros de la empresa, tener en orden toda la documentación y facilitárselo al contador para que realice las declaraciones mensuales ante la Sunat. Asimismo realizara informes de presupuestos y seguimiento a las facturas por pagar y cobrar.
6. Jefe Logístico: es quien se encarga de comprar los insumos y/o materia prima, llevar un registro de stock de las parihuelas, el control de materias primas, empaques, suministros y otros como también llevar el control de inventario de las entradas y salidas de los productos e insumos.
7. Jefe de Marketing: se encargará del desarrollo e innovación del producto mediante estrategias, análisis y control de ventas, comunicación incluyendo publicidad y relaciones públicas.
8. Jefe de Producción: se encargará que el producto final cumpla con la calidad, costo y tiempo requerido, controlará y administrará los insumos y/o materias primas, realizara fechas y programación de entrega de los productos. Además hacer el seguimiento al área de logística para que no falta sus insumos y/o productos.
9. Asistentes de Embalaje y Envasado: se encargarán del etiquetado de los productos, su embalaje y preparación para su posterior exportación.
10. Mantenimiento: se encargará oportunamente de todos los servicios de limpieza que requiera el mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones de la planta.

1.7 Cuadro de asignación de personal.

Tabla N° 03: Asignación de personal

NOMBRE DE LA UNIDAD	NÚMERO DE CARGOS	DENOMINACIÓN DEL CARGO ESTRUCTURADO	DENOMINACIÓN DEL CARGO CALIFICADO
Junta general de accionistas	2	Socios	
Gerencia general	1	Gerente general	Lic. Administración
Secretaría	1	Asistente	Tec. Secretariado
Asesoría contable	1	Contador	Tec. Contabilidad
Asesoría legal	1	Abogado	Lic. Derecho
Departamento de Administración	1	Administrador	Tec. Administración
Departamento de Marketing	1	Publicidad	Tec. Marketing
Departamento de Producción	1	Producción	Tec. Producción
Departamento de Logística	1	Logística	Tec. Logística
Mantenimiento	1	Limpieza	Secundaria completa
Procesamiento	2	Embalaje y envasado	Secundaria completa

Fuente: Elaboración Propia

1.8 Forma jurídica empresarial

En nuestro país la ley establece distintos tipos societarios, a continuación se explicará las principales características de estos:

Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada:

- ✓ La cantidad de participacionistas es de 2 a 20 socios.
- ✓ La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."
- ✓ Junta General de Socios y Gerencia.
- ✓ Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%.
- ✓ Duración Indeterminada.
- ✓ La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.

Sociedad Anónima Abierta:

- ✓ Es aquella que realizó oferta primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones, tiene más de 750 accionistas, más del 35% de

su capital pertenece a 175 o más accionistas, se constituye como tal o sus accionistas deciden la adaptación a esta modalidad.

- ✓ La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Abierta", o de las siglas "S.A.A."
- ✓ Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.
- ✓ Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%.
- ✓ Duración Determinado o Indeterminado.
- ✓ La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Sociedad Anónima Cerrada:

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

Sociedad Anónima:

- ✓ La cantidad son de 2 accionistas como mínimo.
- ✓ La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima", o de las Siglas "S.A."
- ✓ Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.
- ✓ Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones tecnológicas intangibles.
- ✓ Duración Determinado o Indeterminado.
- ✓ La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Hemos decidido constituir una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.). Esta decisión está basada en tres criterios:

- ✓ Primer Lugar: Es una figura muy recomendable para una empresa familiar, pequeña o mediana.
- ✓ Segundo Lugar: Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado.
- ✓ Tercer Lugar: No es relevante el volumen económico de la empresa, puede ser grande o pequeño, pero sí es importante el número reducido de accionistas que la conforma.

1.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

La marca de este producto ha sido registrado ante la entidad gubernamental competente que es INDECOPI, con la denominación “Maquiste”, el nombre fue elegido por sus siglas iniciales de sus ingredientes principales: Maca (Ma), quinua (qui) y stevia (ste), suele denominarse como “marca registrada” (en inglés, trademark), la cual se muestra de forma abreviada con los iconos TM, M.R. o ®, aunque esto no es indicativo del registro ante la autoridad competente.

El registro de la marca es importante para distinguir y diferenciar productos o servicios en el mercado, necesariamente debe ser posible representarlo gráficamente y tener aptitud distintiva. Una marca puede estar constituida por palabras, dibujos, letras, números o embalajes, objetos, emblemas o elementos figurativos, etc. Asimismo existen marcas sonoras (sonido o melodía). Es posible registrar incluso marcas olfativas: una fragancia determinada puede ser protegida como marca.

Procedimiento en Indecopi:

- ✓ Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- ✓ Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
 1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería

- (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- ✓ Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
 - ✓ Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
 1. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
 2. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: `logos-dsd@indecopi.gob.pe` (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
 - ✓ Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
 - ✓ En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
 - ✓ De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro,

1.10 Requisitos y trámites municipales

La licencia de funcionamiento se gestionará ante la municipalidad de San Martín de Porres, porque corresponde a la jurisdicción del lugar de la planta donde funcionará el almacén y el área administrativa. Esta autorización permitirá el desarrollo de actividades económicas, la exigencia de los requisitos está contemplado en la ley N° 28976, ley marco de Licencia de Funcionamiento.

Requisitos para para obtener la Licencia de Funcionamiento:

- ✓ Solicitud de licencia de funcionamiento.
- ✓ Certificado de inspección técnica de defensa civil básica.
- ✓ Copia de ruc.
- ✓ Copia de DNI, de ser el solicitante una persona jurídica.
- ✓ Croquis de la ubicación de la planta.
- ✓ Pago de s/. 285.00 con inspección básica en defensa civil - municipal.
- ✓ Pago de s/. 160.00 a Indeci.
- ✓ Licencia al toque.

Trámites municipales:

- ✓ Se realizará en el Pasaje Santa Rosa N° 172 – 180 - Cercado de Lima, Teléfonos: 632-1548 / 632-1550.
- ✓ Lo pueden realizar personas naturales, jurídicas o entes colectivos, nacionales o extranjeros, de derecho privado o público, incluyendo empresas o entidades del Estado, de manera previa a la apertura, o instalación en establecimientos que cuentan con Licencia de Funcionamiento, y con autorización expresa del titular.
- ✓ El procedimiento se iniciará en el módulo de Atención y Trámite (MAT).
- ✓ La autoridad competente para resolver algún inconveniente o problema en los tramites, son el departamento de Autorización Municipal de Funcionamiento, la subgerencia de Autorizaciones Comerciales y la Gerencia de Desarrollo Económico.

1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades

Una vez que se obtenga el asiento registral de la inscripción de la empresa como persona jurídica por parte de los Registros Públicos – SUNARP, se deberá tramitar la inscripción en el RUC, registro a cargo de la SUNAT. El régimen tributario establece la forma de pago de impuestos, se elegirá cualquier régimen dependiendo el tipo y tamaño del negocio. Hay cuatro regímenes tributarios: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG).

Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS):

- ✓ Las ventas mensuales no deben superar los S/. 8,000.
- ✓ Emiten solo boleta de venta y/o tickets, que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.
- ✓ Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen.
- ✓ Un único pago mensual según categoría.
- ✓ No se llevan libros contables.
- ✓ No está obligada a presentar declaraciones mensuales y anuales.

Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER):

- ✓ Las ventas anuales no deben superar los S/. 525,000.
- ✓ Emite todo tipo de comprobantes de pago.
- ✓ Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen.
- ✓ Presenta declaración mensual por IGV y Renta.
- ✓ Solo lleva dos registros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas).
- ✓ No está obligada a presentar declaraciones anuales.

Régimen MYPE Tributario (RMT):

- ✓ Los ingresos anuales no deben superar las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).
- ✓ Emite todo tipo de comprobantes de pago.
- ✓ No tiene actividades restringidas.

- ✓ Presenta declaración y pago a cuenta mensual del impuesto a la renta con tasas diferenciadas de acuerdo a sus ingresos netos anuales.
- ✓ Presenta declaración anual con tasas diferenciadas de acuerdo con su ganancia o utilidad.
- ✓ Está obligada a llevar libros contables de acuerdo a sus ingresos.

Régimen General (RG):

- ✓ No tiene límites de ventas.
- ✓ Emite todo tipo de comprobantes de pago.
- ✓ No tiene actividades restringidas.
- ✓ Presenta declaración mensual por IGV, renta y declaración anual.
- ✓ De acuerdo a sus ingresos puede llevar contabilidad completa.

La empresa “Maca de los Andes S.A.C”, se adecua al Régimen MYPE Tributario (RMT), porque sus ingresos anuales no superan las 1700 UIT en el ejercicio gravable, la misma que cuenta con las siguientes ventajas: montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida, tasas reducidas, posibilidad de suspender los pagos a cuenta y el poder emitir comprobantes de cualquier tipo. Además pueden emitir otros documentos complementarios a los comprobantes de pago, que son los siguientes: notas de crédito, notas de débito, guías de remisión remitente, en los casos que se realice traslado de mercaderías.

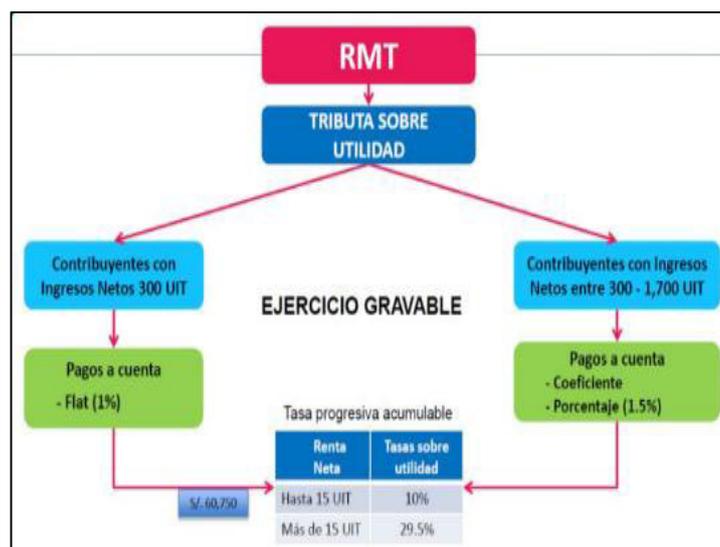


Figura N° 04: Régimen MYPE Tributario

Fuente: Sunat

1.12 Registro de Planilla Mensual de Pagos (PLAME)

La planilla mensual de pagos se denomina PLAME, segundo componente de la planilla electrónica, contiene información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los prestadores de servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

Conceptos a declarar en el PLAME:

- ✓ Información establecida en la R.M N.º 121-2011-TR.
- ✓ Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta y cuarta categoría.
- ✓ Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad.
- ✓ Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990.
- ✓ Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD.

Tabla N° 04: Datos que el PLAME obtiene del T-REGISTRO

CATEGORÍA	DEFINICIÓN
Empleador	Sector al que pertenece el empleador, Indicador de ser microempresa inscrita en el REMYPE e Indicador de aportar al SENATI.
Trabajador	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de trabajador, régimen pensionario, régimen de salud, indicador SCTR-Salud y pensión y Situación del trabajador.
Pensionistas	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de pensionista, régimen pensionario y situación del pensionista
Personal en Formación Laboral	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, y fecha de nacimiento
Personal de Terceros	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento e indicador de aporte al SCTR Salud cuando la cobertura es proporcionada por EsSalud. Si la cobertura de salud la brinda una EPS sus datos no son descargados al PDT Planilla Electrónica – PLAME.

Fuente: Sunat

1.13 Régimen laboral especial y general laboral

Este régimen laboral tiene como finalidad promover la formalización de los trabajadores de la micro y pequeña empresa, así como el acceso a los derechos sociolaborales, seguridad, salud en el trabajo y seguridad social, reconocidos por Ley N° 28015 (promoción y formalización de la micro y pequeña empresa), cuya vigencia ha sido prorrogada durante 3 años en virtud de la Ley N° 30056, ley que modifica diversas leyes para facilitar el crecimiento empresarial.

Derechos sociolaborales de los trabajadores de la micro empresa:

- ✓ Contar con una jornada máxima de 8 horas o 48 horas semanales.
- ✓ Gozar de 24 horas continuas de descanso físico a la semana.
- ✓ Percibir una remuneración mínima vital.
- ✓ Gozar de 15 días de vacaciones por cada año de trabajo, o su parte proporcional (pudiendo reducir de los 15 a 7 días con la debida compensación económica).
- ✓ Gozar de los feriados establecidos en el régimen laboral común o general.

Derechos sociolaborales de los trabajadores de la pequeña empresa:

- ✓ Contar con una jornada máxima de 8 horas diarias o 48 horas semanales.
- ✓ Gozar de 24 horas continuas de descanso físico a la semana.
- ✓ Por Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), el trabajador percibirá ½ sueldo por cada año de trabajo.
- ✓ Gozar de 15 días de vacaciones por cada año de trabajo, o su parte proporcional.
- ✓ Percibir una remuneración mínima vital.
- ✓ Por gratificaciones tiene derecho a ½ sueldo en julio y ½ sueldo en diciembre, cuando haya laborado el semestre completo, es decir de enero a junio y julio a diciembre, o caso contrario, percibirá la parte proporcional por los meses completos laborados en razón del medio sueldo.
- ✓ Percibir utilidades, según los alcances del Decreto Legislativo N° 892.
- ✓ Gozar de los feriados establecidos en el régimen laboral común o general.

1.14 Modalidades de contratos laborales

Son aquellos contratos que se dan por un periodo determinado y que se celebran en razón de las necesidades del mercado o de la empresa, así como cuando lo exija la naturaleza temporal o accidental del servicio que se va prestar o de la obra que se ha de ejecutar. Existen tres grupos de contratos de trabajo sujetos a modalidad:

Contrato indefinido:

- ✓ No tiene una fecha determinada de expiración.
- ✓ La causal de despido puede ser una falta grave que amerite que un trabajador deba ser apartado de la empresa.
- ✓ El empleado bajo este tipo de contrato goza de todos los beneficios laborales que brinda la ley peruana: CTS, asignación familiar, gratificaciones, vacaciones, seguro social, entre otros.

Contrato a plazo fijo o determinado:

- ✓ El empleado y empleador acuerdan que el vínculo laboral solo sea por un tiempo determinado o actividad específica.
- ✓ El plazo no puede superar los cinco años.
- ✓ Dentro de este contrato están los de tipo temporal, que se dan por lanzamiento o inicio de actividad, como las campañas del día de la madre.
- ✓ Dentro de este contrato están los de tipo ocasional, por suplencia, como reemplazo por vacaciones o descanso.
- ✓ Dentro de este contrato están los de tipo accidental, este último puede ser específico (que permite actividades cuyo inicio y fin estén claramente predeterminados) o intermitente (para necesidades permanentes pero discontinuas).

Contrato a tiempo parcial o "part time":

- ✓ Demanda un horario de trabajo que no supera una jornada de 4 horas diarias.
- ✓ Los trabajadores no tienen derecho a beneficios como CTS o vacaciones.
- ✓ Tienen derecho a gratificaciones legales, descanso semanal obligatorio y en feriados.

1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas

Contrato comercial:

Un contrato comercial se refiere a un acuerdo legal que relaciona entre las partes mediante el cual ambos están obligados a cumplir ciertos puntos acordados. Los contratos pueden ser escritos o verbales y redactarse de manera formal e informal. La mayoría de las empresas en la actualidad celebran sus contratos por escrito para dejar en claro los términos del acuerdo, con frecuencia buscan asesoramiento legal al celebrar contratos importantes.

Los contratos pueden abarcar todos los aspectos comerciales como contrataciones, salarios, seguridad del empleado, locaciones, préstamos, etc. Si una de las partes no cumple con el acuerdo establecido en dicho contrato, se puede considerar que se está produciendo un incumplimiento de contrato, para tal caso se impone un recurso legal para hacer cumplir el contrato, caso contrario se le solicita a la parte en cuestión que pague una compensación por los daños ocasionados por incumplimiento.

Responsabilidad Social de los Accionistas:

Los socios están conformados por Rick Maycol Chuquivilca Echevarria con N° DNI 42419861 y María Isabel Villalobos Solís con N° DNI 48478932 y su responsabilidad es generalmente limitada a la cifra de capital aportada por cada uno de ellos. En la empresa “Maca de los Andes S.A.C” el representante legal que cuenta con las facultades para la firma de los contratos comerciales es el gerente general. El gerente general es también el representante con responsabilidad civil sobre la empresa, siendo su responsabilidad penal, civil y administrativa.

2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1 Descripción del producto

El producto tiene como nombre “Maquiste”, de la empresa “Maca de los Andes S.A.C”, es un néctar de maca y quinua con stevia, bebida nutritiva elaborada con dos productos naturales de altas concentraciones nutricionales y alimenticias muy reconocidas a nivel mundial. Además del valor agregado que es endulzada con una mezcla natural que incluye las hojas de stevia, es un producto alternativo a las otras bebidas de néctar y gaseosas, posee un alto valor nutritivo, en proteínas, carbohidratos, fibra, energía, vitaminas y minerales. Se presenta en envases de tetra pack de 500 ml., con un logotipo novedoso para captar la atención de los consumidores.

Presentación:

- ✓ Tamaño: 500 ml.
- ✓ Sabor: Maca y Quinua con Stevia.
- ✓ Vitaminas: B1, B2, B12, C, D3, E y P.
- ✓ Minerales: calcio, fósforo, hierro, magnesio, zinc, potasio y manganeso.
- ✓ Presentación del envase: Tetra Pack.

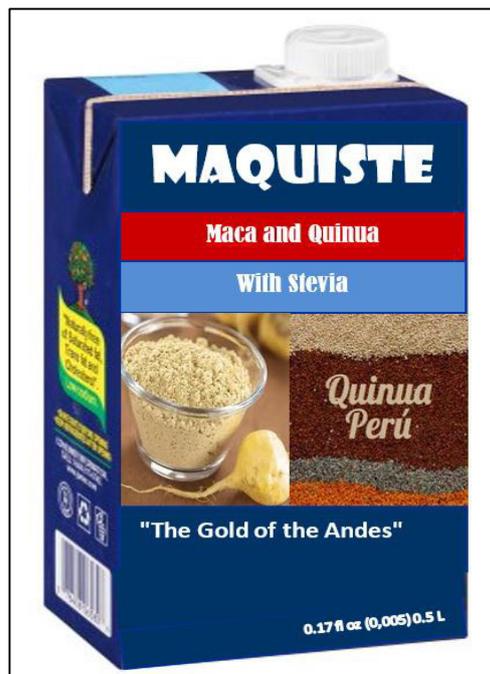


Figura N° 05: Presentación del producto

Fuente: Elaboración propia

2.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria del néctar “Maquiste” es 2009.90.00.00 que corresponde a la siguiente clasificación del arancel de aduanas:

Tabla N° 05: Clasificación arancelaria

SECCIÓN: IV	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS
CAPITULO: 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
20.08	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte
2008.11	-- Maníes (cacahuets, cacahuates):
2008.11.10.00	--- Manteca
2008.11.90.00	--- Los demás
2008.19	-- Los demás, incluidas las mezclas:
2008.19.10.00	--- Nueces de marañón (mery, cajuil, anacardo, «cajú»)
2008.19.20.00	--- Pistachos
20.09	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
2009.89.40.00	--- De mango
2009.89.50.00	--- De camu camu (Myrciaria dubia)
2009.89.60.00	--- De hortaliza
2009.89.90.00	--- Los demás
2009.90.00.00	- Mezclas de jugos

Fuente: Elaboración Propia

2.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor de la empresa “Maca de los Andes S.A.C”, es ofrecer al consumidor final, un néctar de maca y quinua con stevia 100% natural, libre de químicos, es un energizante con un sabor muy agradable, ideal para deportistas, gimnastas, ejecutivos y estudiantes.

2.1.3 Ficha técnica comercial

La ficha técnica comercial del néctar de maca y quinua con stevia, nos permite medir los costos, rentabilidad, factibilidad, sostenibilidad, datos suficientes para tomar decisiones de desarrollo de actividades de exportación hacia el mercado de New Jersey – Estados Unidos.

Tabla N° 06: Características del producto

PRODUCTO	NÉCTAR DE MACA Y QUINUA CON STEVIA
Partida arancelaria	2009.90.00.00
Uso	Energizante para deportistas, ejecutivos y estudiantes
Calidad y contenido	100% natural y altamente nutritivo
Presentación	envase de tetra pak de 500 ml
Precio FOB EE.UU.	US \$ 0.95 X unidad
Forma de pago	por adelantado
Fecha de embarque	60% al inicio y 40% fecha de embarque 30 días después de haber aceptado el primer pago
Medio de transporte	marítimo (sin transbordo)
Puerto de embarque	Callao - Perú
Validez de la oferta	30 días

Fuente: Elaboración Propia

2.2 Investigación del Mercado Objetivo

El mercado objetivo es New Jersey – Estados Unidos, es uno de los 50 estados, su capital es Trenton y su ciudad más poblada es Newark, está ubicado en las regiones Mid-Atlantic y noreste del país. Limita al norte con Nueva York, al este con el Océano Atlántico, al suroeste con Delaware y al oeste con Pensilvania. Es uno de los más ricos y más avanzados de los EE.UU., su riqueza se debe a la proximidad de las ciudades de Nueva York y Filadelfia. Hay gran población hispana, chinos y haitianos.



Figura N° 06: Mapa de New Jersey – Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia

New Jersey el 2016 cerró con una población de 8.944.469 personas, que ha supuesto un incremento de 9.048 habitantes respecto al 2015, en el que la población fue de 8.935.421 personas, con lo que varió un 0,1% en el último año. Es el 11º estado de EE.UU., en cuanto a población se refiere. Este estado cuenta con 396 habitantes por Km2, es el estado más pequeño del país, pero más densamente poblado. Tiene reputación de ser uno de los estados más liberales y tolerantes de la nación.

Tabla N° 07: Crecimiento poblacional de New Jersey

NEW JERSEY – ESTADOS UNIDOS		
Fecha	Densidad	Población
2016	396	8.944.469
2015	396	8.935.421
2014	395	8.925.001
2013	394	8.899.162
2012	393	8.873.211
2011	391	8.841.243
2010	390	8.803.729
2009	388	8.755.602
2008	386	8.711.090
2007	384	8.677.885

Fuente: Elaboración Propia

2.2.1 Segmentación de mercado objetivo

El mercado objetivo para la empresa Maca de los Andes S.A.C., serán las personas de todas las edades, ya que el producto final es un néctar de maca y quinua con stevia 100% natural, el producto no tiene contraindicaciones para el consumo, siendo ideal para deportistas, gimnastas, ejecutivos y estudiantes, porque es un energizante con un sabor muy agradable.

MACRO LOCALIZACIÓN:

Consumo Per cápita:

Se eligió a Estados Unidos como país de destino del producto porque es el país que tiene la mayor importación de jugos y procesados y el más alto índice de consumo per cápita a nivel mundial. Adicionalmente las exportaciones peruanas del producto han evolucionado favorablemente creciendo en más de 140% en los últimos años.

Beneficios arancelarios:

El Perú tiene un tratado de libre comercio con EEUU que le da beneficios arancelarios para comercializar muchos productos con los estados de este país.

Cercanía a puertos:

Nueva Jersey es uno de los principales puertos de acceso a EEUU.

Preferencias del consumidor:

EEUU es un país más importador que exportador mundial de jugos, néctares y preparados envasados y otro factor importante es que viene disminuyendo año a año el consumo de bebidas gaseosas y el consumidor norteamericano se inclina por los jugos o néctares preparados y envasados que importa.

MICRO LOCALIZACIÓN:

Consumo per cápita:

El consumo per cápita de jugos y néctares en New Jersey es el más alto de EEUU, y además allí radica la colonia más grande de latinos que son los principales conocedores y consumidores del producto.

Cercanía a puertos:

New Jersey es un puerto importante y estratégico con conexión a todos los estados en forma directa.

Canales de Distribución:

- ✓ Distribuidores Minoristas: Los supermercados que producen Jugos venden sus productos directamente a los consumidores.
- ✓ Distribuidores mayoristas: La distribución de jugos se realiza por medio de distribuidores, que son los supermercados, gasolineras; establecimientos que exhiben su producto en diferentes zonas de EEUU y en ocasiones la empresa exporta al mercado internacional y lo promueven a través de los supermercados y gasolineras extranjeras. (Wall Mart, por ejemplo).

2.2.2 Tendencias de Consumo

El consumo total de jugos en los EEUU alcanzó, en el período 2014-16, los 778 miles de toneladas, a un nivel de 65 brix. Esta cifra representa un aumento en el consumo con respecto al año anterior del 10%, pero una disminución con relación al consumo promedio de los últimos 5 años, el cual alcanzó un promedio de 800 mil toneladas.

La importación total de todo tipo de jugos por parte de los EEUU alcanzó en el año 2015 los 1.787 millones de dólares, por una cantidad total de 1.150 millones de galones. El consumo per cápita de jugo de frutas en los Estados Unidos es el más alto del mundo con 52.15 litros por persona al año. El envejecimiento paulatino de la población tendrá también un efecto importante en el aumento del consumo de jugos, especialmente por la preocupación de las personas mayores por conservar la salud consumiendo productos naturales, segmento de consumidores al que será necesario prestar especial atención a fin de posicionar los jugos naturales.

Las bebidas refrescantes como los jugos de frutas, tienen mayor consumo en los estados del sur y del oeste los cuales presentan altas temperaturas a lo largo del año. Aunque por el momento los jugos de frutas tropicales de mango, guayaba y maracuyá no tienen una gran presencia en el mercado, en comparación con los jugos de naranja, manzana y uva que dominan las preferencias; hay una tendencia creciente al consumo de jugos de frutas tropicales puros, o mezclados con jugos de las frutas tradicionales.

En EEUU, las empresas comercializadoras multinacionales, como Dole, Chiquita y Del Monte, juegan un papel muy importante en el mercado de productos tropicales, que prácticamente llegan a controlar en algunos productos como el plátano. Los “brokers” suelen trabajar a consignación y algunos de ellos, contratan producción a futuro, o por lo menos, con apoyo de adelantos económicos a los productores, obteniendo el compromiso de entrega del producto para su venta.

Las cadenas de autoservicio cuentan con sus propios centros de recepción y distribución a tiendas, las más grandes como Wall Mart, tratan directamente con los proveedores externos de fruta.

2.3 Análisis de la oferta y la demanda

2.3.1 Análisis de la oferta

La producción nacional de jugos, néctares y refrescos ascenderá a 374,800 toneladas métricas al cierre del 2016, registrando un avance interanual de 8.3%.

Según un estudio realizado por el centro de inteligencia de negocios y mercados del consultora, este crecimiento será impulsado principalmente por la demanda interna y por factores como la tendencia hacia el consumo de productos elaborados a base de ingredientes naturales, permitiendo preservar y mejorar la salud, la intensa y agresiva campaña promocional, básicamente a través del canal moderno, la practicidad que ofrece el producto, ante consumidores jóvenes con menor disponibilidad de tiempo para elaborar sus propios jugos.

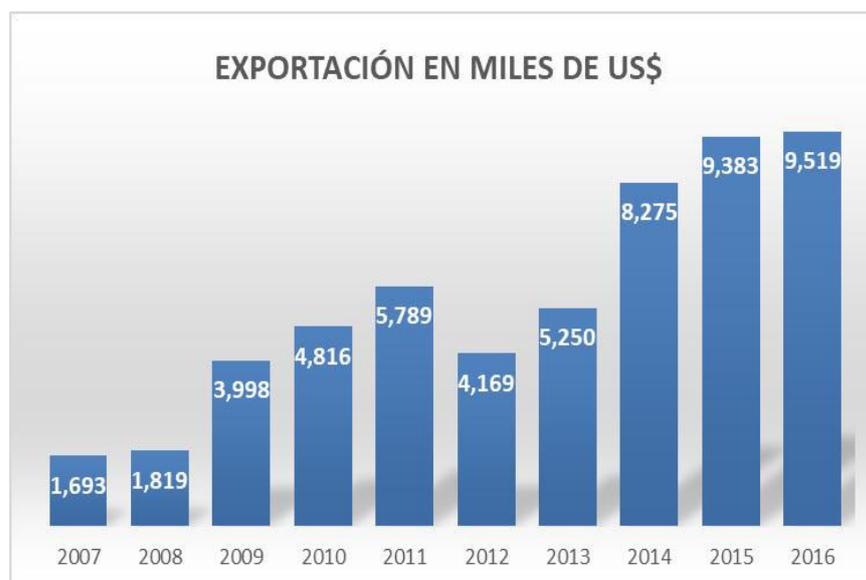


Figura N° 07: Exportaciones de la partida arancelaria de Perú al Mundo

Fuente: Trademap (2017)

La información obtenida nos indica que nuestro país ha exportado al mundo en el año 2007 un total de US\$ 1.69 millones y en el año 2016 se logró exportar US\$ 9.51 millones, significando un incremento de 462.26% en este período de 10 años.

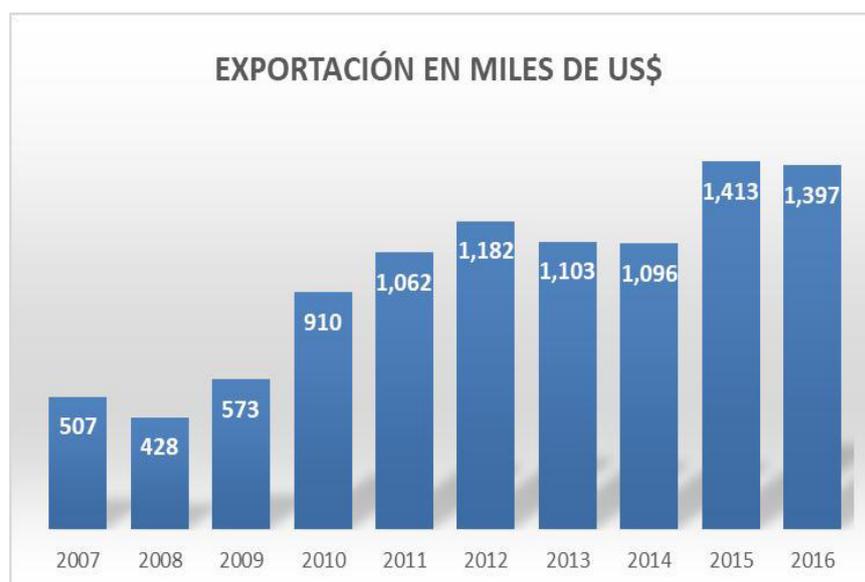


Figura N° 08: Exportaciones de la partida arancelaria de Perú a EE.UU.

Fuente: Trademap (2017)

La información obtenida nos indica que nuestro país ha exportado a EE.UU. en el año 2007 un total de US\$ 0.507 millones y en el año 2016 se logró exportar US\$ 1.397 millones, significando un incremento de 175.54% en este período de 10 años.

Producción de jugos o néctares en el Perú:

El rubro de jugos y néctares envasados en el Perú, tiene al público infantil y juvenil como sus principales consumidores, terminó el 2016 habiendo movido S/980 millones expresados en 374 mil litros de consumo.

Tabla N° 08: Empresas que exportan la partida arancelaria

EMPRESAS	% Var 16-15	% Part. 16
Bio Frutos S.A.C.	58%	86%
Tropical New Dimensión S.A.C.	94%	6%
Sobifruits S.A.C.	-1%	3%
Inca Invest S.A.C.	283%	1%
Agro Huney Perú S.A.C.	-21%	0%
CPX Perú S.A.C.	-3%	0%

Fuente: Sunat (2017)

2.3.2 Análisis de la demanda

El mercado de New Jersey - Estados Unidos, resulta ser atractivo por la diversificación de su población en gustos y preferencias. El total de bebidas se encuentra repartidos de la siguiente manera: 49% de las bebidas suaves, 19.45% cervezas y los jugos de frutas ocupan el 13.2%.

Dentro de una escala mundial de países consumidores de bebidas suaves Estados Unidos tiene un consumo de 205 litros al año, le sigue México con 140 litros y el tercer lugar Puerto Rico con 120 litros por consumidor. Los norteamericanos consumen 56.70 litros por año de bebidas a base de frutas, representando el 27.31% del consumo total de bebidas suaves. En estudios realizados sobre las preferencias en el consumo de bebidas de frutas, el 60% de la población prefiere los jugos frente a un 39.8%, que prefieren los refrescos.



Figura N° 09: Importaciones de la partida arancelaria de EE.UU del Mundo

Fuente: Trademap (2017)

Como podemos ver las importaciones de Estados Unidos del Mundo en el rubro néctares y jugos han evolucionado desde hace 10 años, en el año 2007 se importaron US\$ 319.27 millones y en el año 2016 se importaron US\$ 860.02 millones, lo que significó en ese período un incremento de 169.36% en este rubro a nivel mundial de parte de Estados Unidos.



Figura N° 10: Importaciones de la partida arancelaria de EE.UU de Perú

Fuente: Trademap (2017)

Como podemos ver las importaciones de Estados Unidos de Perú han venido en crecimiento constante desde hace 10 años, en el año 2007 se importaron 253,000 US\$ y en el año 2016 se logró una importación de US\$ 1'116,000, lo que significó en ese período un incremento de 341.10%. Lo que nos confirma la demanda creciente y sostenida del producto.

2.4 Estrategias de ventas y distribución

Se trabajará con ventas al crédito y al contado. Los pedidos serán realizados con un adelanto del 50% con la aceptación de la orden de compra (producción) y el 50% a la entrega y recepción del producto en el destino o en el caso de que sea FOB según las condiciones estipuladas en el contrato internacional de compra-venta. Las ventas se realizarán on line via email y empleando las estrategias de e-commerce.

2.4.1 Estrategias de segmentación

Se empleará la segmentación múltiple en esta exportación, dos o más grupos diferentes de clientes potenciales se identifican como segmentos de mercado meta. Se desarrolla una mezcla de mercadotecnia por separado para obtener cada segmento; una compañía desarrollara una variedad diferente del producto básico para cada segmento como parte de la estrategia de segmentación múltiple. Para nuestro caso se elegirán

estratos de la población que consumen productos similares, consumido por casi todas las edades, sin embargo, nuestros rangos serán de 5 a 10 años, de 11 a 20 años, de 21 a 30 años, de 31 a 40 años y de 41 a más años.

2.4.2 Estrategias de posicionamiento

Nuestra estrategia de posicionamiento está basada en una estrategia de precios:

- ✓ El primer nivel – más básico – se hará al comparar los precios entre los productos ofrecidos por la empresa, por lo que se llamará nivel interno.
- ✓ El segundo nivel – más global – se hará al comparar la propuesta de la empresa frente al resto de los mercados, por lo que se llamará nivel externo.
- ✓ La combinación de ambos niveles para cada producto entregará la estrategia de precios adecuada.

2.4.3 Estrategias de distribución

La distribución de los productos suele seguir el siguiente esquema:

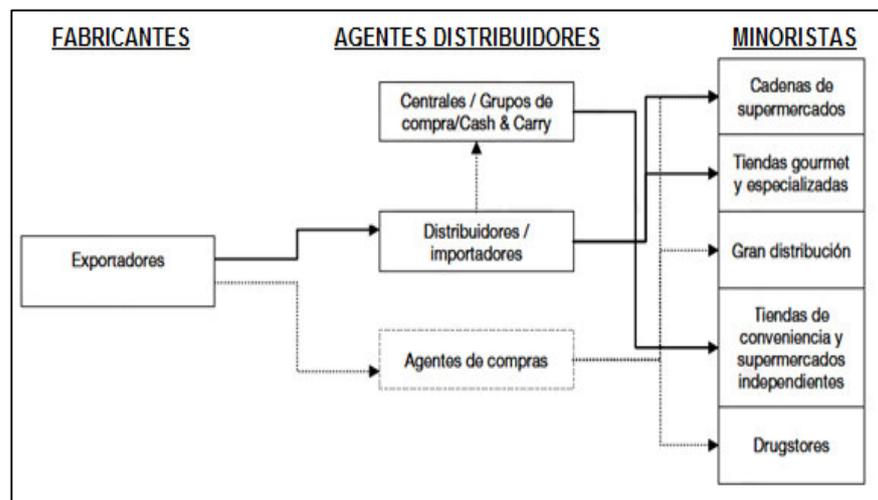


Figura N° 11: Canales de distribución del producto

Fuente: Elaboración propia

Esta figura refleja quiénes son los agentes distribuidores y minoristas de productos alimenticios en los Estados Unidos. La empresa Maca de los Andes S.A.C., dirigirá sus exportaciones de néctar de quinua y maca con stevia a los agentes y brokers

extranjeros, quienes son los que entrarán en contacto con las cadenas de supermercados y tiendas gourmet.

2.5 Estrategias de Promoción

Se promoverá un descuento del 3% para compras mayores a 10,000 unidades y de 5% para compras mayores a 20,000 unidades.

2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes

Con relación al mercado:

La demanda del néctar es estable en los últimos años y está proyectada a que se mantenga. El consumidor norteamericano gasta más en productos naturales y cuidado personal, revisa y lee los valores nutricionales del producto que va a comprar.

Con relación a la materia prima:

El tamaño del negocio estará en función a la cantidad y disponibilidad de la materia prima y la cantidad de personal requerido para realizar el proceso productivo del producto. Para almacenar la materia prima se cuenta con un depósito de almacenamiento de un área de 300 m², a fin de conservar la materia prima en óptimas condiciones.

Con relación a la mano de obra:

La disponibilidad de la mano de obra será altamente calificada es decir contarán con las actitudes para laboral en la empresa puesto que se les va a capacitar en lo que respecta al manejo de los procesos. Además, las condiciones y beneficios laborales que se ofrecen son por encima del mercado.

Con relación a los recursos legales:

Los insumos a utilizar se encuentran permitidos dentro de los requerimientos de DIGESA además el estado promulgó la Ley N° 29196 que tiene como finalidad promover el desarrollo sostenible y competitivo de la producción orgánica o ecológica en el Perú.

3. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

3.1 Envases, empaques y embalajes

Envase:

El envase del néctar de maca y quinua endulzado con stevia, será en un envase de tetra pak de 500 ml. Este envase permite distribuir néctares y jugos sin necesidad de refrigeración ni conservantes añadidos, manteniendo todas sus propiedades nutritivas, además contribuye con el medio ambiente ya que es un producto reciclable.

Empaque:

El empaque va ser el mismo envase primario porque va ser como se presentará comercialmente el producto, brindara seguridad al producto durante los desplazamientos, la presentación es cautivadora y amigable con el medio ambiente.

Embalaje:

El embalaje a utilizar para este producto será las cajas de cartón corrugado, cumplirá su función de empaque terciario que tendrá la finalidad de facilitar la manipulación, transporte y conservación del producto, la cual será embalado con: Plástico, cartón, flejes metálicos, pallets o parihuelas. Cada caja de cartón tendrá 32 envases de tetra pak de 500 ml cada uno, las paletas serán embaladas en el exterior con stretch film y flejes metálicos para asegurar durante su manipuleo.

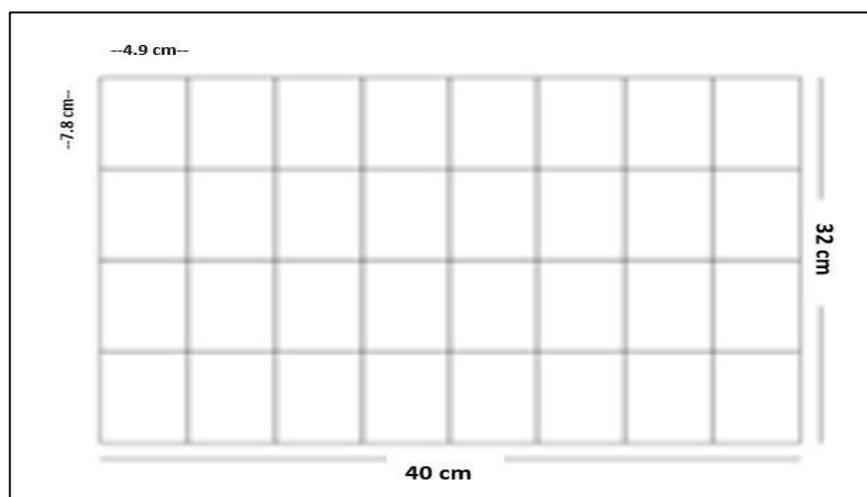


Figura N° 12: Distribución de envases en una caja x 32 unidades

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 09: Ficha técnica del envase del néctar de maca y quinua con stevia

MATERIAL		DIMENSIONES
Envase	Tetra Pak de 500 ml	13.0 cm (altura) 7.8 cm (largo) 4.9 cm (ancho)
Embalaje	Caja de cartón	14.0 cm (altura) 40.0 cm (largo) 32.0 cm (ancho)
Pallets		1200 x 1000 mm
Rotulo	Con un número de lote de producción, fecha de producción y fecha de vencimiento	

Fuente: Elaboración propia

El embalaje del néctar de maca y quinua con stevia serán cajas de cartón corrugado de: 40 cm de largo x 32 cm de ancho x 14 cm. de alto. Se envía en caja de material de cartón de onda sencilla con doble pared para brindar mayor resistencia, con un tipo de onda B (FAO, 2015). Esto usualmente disminuye los daños en el transporte y se colocarán 32 unidades por caja.

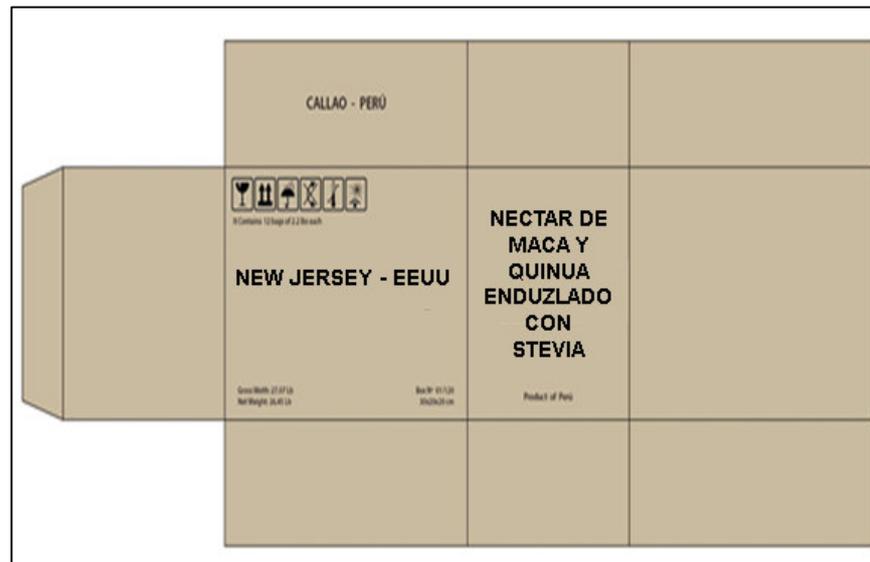


Figura N° 13: Modelo de caja de cartón corrugado

Fuente: Elaboración propia

3.2 Diseño de rotulado y marcado

3.2.1 Diseño de rotulado

El rotulado de los contenedores de embarque para la exportación del néctar de maca y quinua con stevia, ayuda a identificar y anunciar el producto facilitando su manejo. Esta información puede ser impresa en el material de empaque o puede ser sobrepuesta como etiqueta impresa adherible. Todos los contenedores deben estar etiquetados y marcados en el idioma del país de destino con la siguiente información:

- ✓ Nombre o denominación del producto.
- ✓ País de fabricación.
- ✓ Si el producto es perecible.
- ✓ Fecha de vencimiento.
- ✓ Condiciones de conservación.
- ✓ Observaciones.
- ✓ Contenido neto de producto, expresado en unidades de masa o volumen.
- ✓ En caso de que el producto contenga algún insumo o materia prima que representa algún riesgo para el consumidor este debe ser declarado.
- ✓ Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de registro único de contribuyente (RUC).
- ✓ Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo cuando estos sean previsibles.
- ✓ El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud de usuario cuando sea aplicable.

3.2.2 Diseño de marcado

El diseño de marcado para la exportación del néctar de maca y quinua con stevia, indica que el embalaje cumple con los requisitos establecidos en la Norma Técnica correspondiente y que están relacionados con la fabricación, pero no con el empleo del embalaje/envase. Por lo tanto, la marca no confirma necesariamente que el embalaje pueda ser empleado para alguna sustancia en particular.

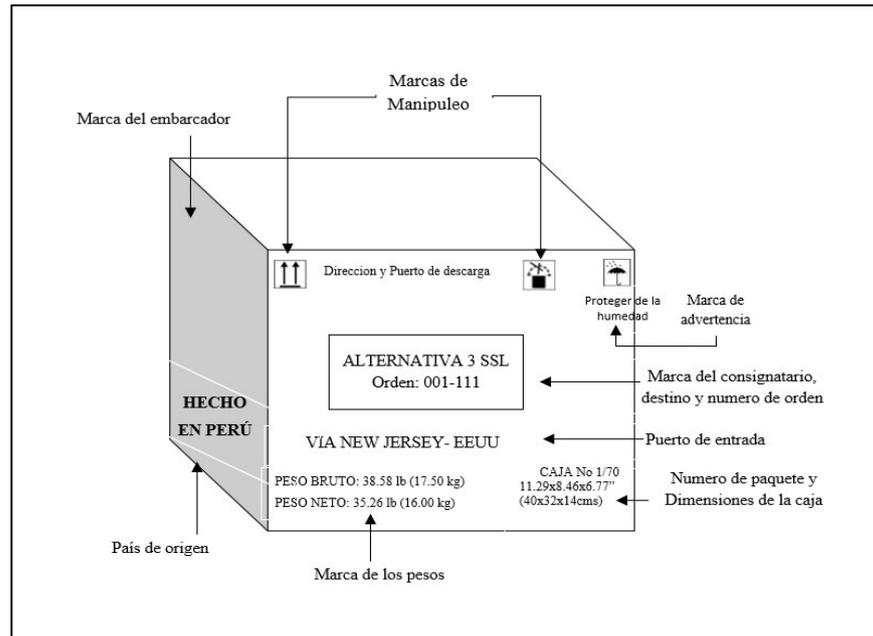


Figura N° 14: Modelo de marcado

Fuente: Elaboración propia

3.3 Unitarización y cubillaje de la carga

3.3.1 Unitarización

La unitarización es el agrupamiento físico de las cajas básicas en unidades de carga, para ello se utilizará paletas, esquineros papel film y separadores que ayuden a la optimización de tiempo, costo y espacio, con la finalidad que el producto no sufra daños durante su manipulación y transporte.

Naturaleza de la carga:

El néctar de maca y quinua con stevia, es una carga no perecible, ni peligrosa, solo es frágil por ser el envase primario de tetra pak, lo cual se marcará en las cajas con el signo de “No rodar”.

Tipo de Carga:

Esta carga se encuentra como carga general y es unitarizada en palets. La unitarización de la carga será a través del palet estándar o universal que tiene las medidas de largo de 1200 mm y de ancho de 1000 mm.

Paletización:

- ✓ Las paletas tendrán 09 cajas en cada fila.
- ✓ Se apilarán 10 filas como máximo para evitar daños de la mercadería.
- ✓ Se tendrá un total de 90 cajas por palet.
- ✓ En cada fila se adicionará un separador para dar más estabilidad.
- ✓ Se armará una estructura con esquineros para que exista un soporte.
- ✓ Se envolverá todo el palet con las cajas con film.

3.3.2 Cubicaje de la Carga

- ✓ Se exportará un total de 28,800 cajitas de néctar de 500 ml.
- ✓ Cada caja tiene una capacidad de 32 cajitas de néctar de 500 ml, por tal motivo se necesitarán 900 cajas.
- ✓ Cada palet tiene una capacidad de llevar 90 cajas por fila, considerando que solo podemos apilar 10 filas, se podrá llevar un total de 900 cajas por palet.
- ✓ Tenemos 900 cajas y cada palet carga 90 cajas, por lo que tendríamos que utilizar 10 palets, para cargar el total de palets.
- ✓ Entonces se necesitará de un contenedor de 20' para cargar un volumen de 18m³ y un peso de 15,35010 kg.

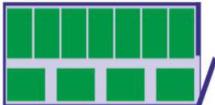
	Dimensiones exteriores (mm)		Dimensiones interiores (mm)	
	Largo	6.058	Largo	5.883
	Ancho	2.438	Ancho	2.330
	Alto	2.591	Alto	2.355
	Puerta (mm)		Peso (kg)	
	Ancho	2.342	Tara	1.900
	Alto	2.280	Carga Máx.	21.800
Plano de colocación de 10 palets estándar (1,2 m x 1,0 m)		Plano de colocación de 11 euro palets (1,2 m x 0,8 m)		
				

Figura N° 15: Contenerización del néctar de maca y quinua con stevia

Fuente: Promperú

3.4 Cadena de DFI de Exportación

La cadena de Distribución Física Internacional (DFI) es una función de la logística internacional que tiene por finalidad determinar la ruta más adecuada para el traslado de la carga del almacén del exportador al almacén del importador, cumpliendo con los términos negociados que se acordaron en el contrato. Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrega en destino.

Tabla N° 10: Costos unitarios por servicio de los operadores logísticos que intervienen en la DFI. Por un contenedor de 20’

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO POR CONTENEDOR
Flete	Unidad	1	\$ 1,500.00
Deposito temporal	Unidad	1	\$ 220.00
Carga / descarga	Unidad	1	\$ 250.00
VB°	Unidad	1	\$ 180.00
Agencia de Aduana	Unidad	1	\$ 100.00
Handling	Unidad	1	\$ 70.00
Flete Interno almacén "M"	Unidad	1	\$ 180.00
Total			\$ 2,320.00

Fuente: Elaboración propia

La cadena de distribución inicia con la adquisición de la materia prima (maca, quinua y stevia), de un proveedor reconocido en el mercado, asimismo se tercerizará el proceso productivo para obtener el néctar de maca y quinua con stevia, contratado por la empresa Maca de los Andes S.A.C., quien se encargará del empaquetado y del embalaje del producto, en su planta que se encuentra ubicada en la Av. Dominicos N° 1345 distrito de San Martín de Porres.

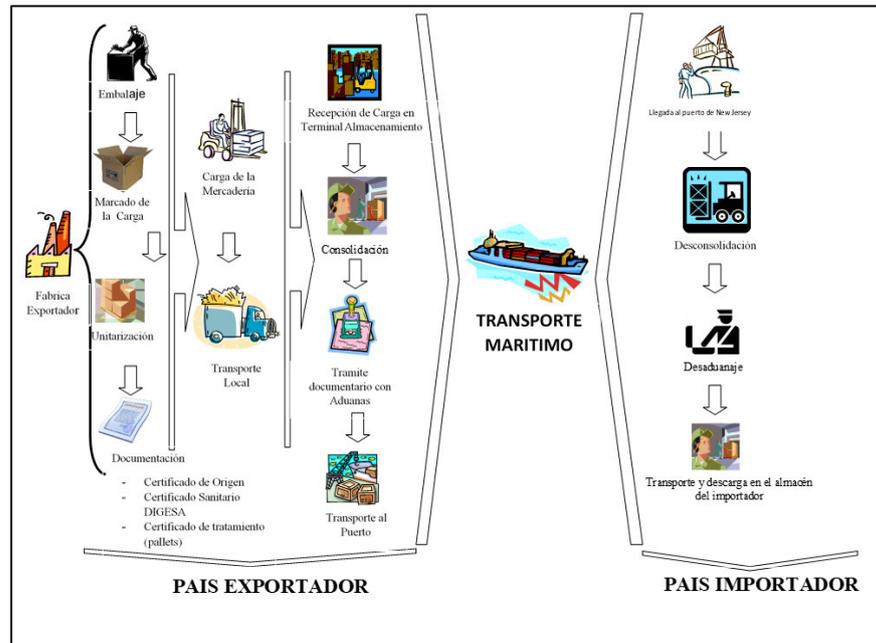


Figura N° 16: Cadena de Distribución Física Internacional

Fuente: Elaboración propia

3.5 Seguro de las mercancías

El transporte internacional de mercancías en general está sujeto a riesgos, como la posibilidad de que sufra daños durante el transporte, que puedan resultar en una disminución total o parcialmente su valor, por tal motivo la empresa Maca de los Andes S.A.C., aplicara el incoterm Franco a Bordo (FOB), donde las obligaciones del vendedor se cumplen cuando la mercancía ha cruzado la batayola del buque en el puerto de embarque. En los actuales contratos FOB, es casi siempre el comprador quien prepara el contrato de transporte y el responsable de todos los costos y riesgos desde este punto en adelante. La responsabilidad contractual del exportador sólo finaliza cuando el néctar cruza la batayola del buque. Pero el ECC también afirma que el comprador es responsable de asegurar la mercancía desde el momento en que abandona el almacén último u otro lugar de almacenamiento del puerto de embarque.

4. PLAN DE COMERCIO EXTERIOR

4.1 Fijación de precios

Para determinar el precio de venta de exportación nos basaremos en los costos en que se incurrirán en el proceso de exportación y los precios referenciales que cuentan los competidores que comercializan los diversos tipos de jugos o néctares en el mercado de destino y lo de la competencia.

El precio del producto (néctar de maca y quinua endulzado con stevia) varía entre 0.65 dólares y 1.15 dólares en el mercado de destino para productos de similar categoría, dependiendo de las características y bondades del producto; para este caso se trata de un producto con muchas propiedades nutritivas, exótico, con propiedades curativas reconocidas, un producto nuevo, entre otros valores agregados; por lo que el precio del néctar de maca y quinua con stevia, sería en 0.95 dólares por cada unidad de tetra pak de 500 ml, lo cual permitirá ingresar al mercado y poder competir, ya que cuenta con excelente calidad.

4.1.1 Costos y Precio

Métodos basados en el coste:

Los costos están basados en los que se incurriría en el proceso de exportación, así como también en la distribución física internacional. Los costos son los siguientes:

- ✓ Costo del producto
- ✓ Transporte
- ✓ Gastos del depósito temporal
- ✓ Agente de Aduana
- ✓ Consolidación
- ✓ Documentación

Métodos basados en la Competencia:

De acuerdo a la información obtenida del internet se llegó a la conclusión que los precios ofrecidos por la competencia fluctúan entre 0.65 y 1.15 dólares.

4.1.2 Cotización internacional

Lima 05 de setiembre de 2017

Señores

Kings Farm Food Store 747 Lyons Ave Irvington, NJ.

Atención. - Mr. Jack Colin - Manager Product

Estimado Señor:

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

PRODUCTO : NÉCTAR DE MACA Y QUINUA CON STEVIA
PRESENTACION : ENVASE DE TETRA PAK DE 500 ML
PARTIDA ARANCELARIA: 2009.90.00.00
CANTIDAD : 900 CAJAS
PROPORCION EMBALAJE: CAJAS DE CARTON CORRUGADO
L: 40CM X A: 32CM X H: 14 CM
PRECIO FOB EE.UU. : US \$ 0.95 X UNIDAD
FORMA DE PAGO : POR ADELANTADO
60% AL INICIO, 40% FECHA EMBARQUE
FECHA DE EMBARQUE : 30 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

RICK CHUQUIVILCA ECHEVARRIA (GERENTE GENERAL)

Tabla N° 11: Calculo del costo del néctar para la exportación

MATERIA PRIMA			
CONCEPTO	COSTO UNIT. EN \$	CANTIDAD MENSUAL A EXPORTAR	SUB TOTAL
Maca, Quinoa y Stevia	0.6	28,800	17,294.11
			17,294.11
EMPAQUE, EMBALAJE, OPERADOR LOGÍSTICO Y COMERCIALIZACIÓN			
CONCEPTO	COSTO UNIT. EN \$	CANTIDAD NECESARIA	SUB TOTALES
Etiquetas	0.02	28,800	576
Stretch film	0.02	900	18
Cajas unitarias	0.05	900	45
Transporte interno (Del local al terminal)			150
Falso flete			150
Comisión agencia de aduana x Cont. 20 pies			250
Traslado			50
Handling			20
Manipuleo			20
Comisión Bancaria x cobranzas documentarias			170
Uso de la Cuadrilla por aforo físico			150
Seguros			432.35
Gastos operativos			50
Otros			100
			2,181.35
SUB TOTAL DEL COSTO DE EXPORTACIÓN MENSUAL			19,475.46
TOTAL DEL COSTO DE EXPORTACIÓN ANUAL			233,705.50
COSTO UNITARIO DEL NECTAR DE 500 ml (En dólares)			0.68
PRECIO DE VENTA DEL NECTAR DE 500 ml (En dólares)			0.95
TOTAL DE EXPORTACIÓN MENSUAL			27,265.64
TOTAL DE EXPORTACIÓN ANUAL			327,187.70

Fuente: Elaboración propia

Cantidad por embarque:

- ✓ Se realizará un embarque por mes y doce al año.
- ✓ Cada embarque contendrá 900 cajas de néctar de 500 ml.
- ✓ Cada embarque contendrá 28,800 unidades de néctar de 500 ml.

4.2 Contrato de compraventa internacional (exportaciones) y sus documentos

El contrato de compraventa internacional es el factor central de toda transacción comercial, constituyéndose en el punto de partida del comercio internacional e instrumento jurídico de la actividad económica mundial. Este contrato está regido por la Convención de las Naciones Unidas sobre contrato de compraventa internacional de mercaderías, que fue aprobada y suscrita en Viena el 11 de abril de 1980, entro en vigencia el 1 de enero de 1988. El contrato que se aplicara para este plan de negocios es el siguiente:

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL:

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: Maca de los Andes S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de la República Peruana, debidamente representada por su gerente general Rick Chuquivilca Echevarria, con Documento de Identidad N° 42419861, domiciliado en su oficina principal ubicado en la Av. Dominicos N° 1345 distrito de San Martín de Porres, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte la Kings Farm Food Store 747 Lyons Ave Irvington, NJ., inscrito en la Partida N° 02145758 Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° A2375834, debidamente representado por su Gerente General don Jack Colin, identificado con DNI N° 03254851 y señalando el domicilio ubicado en la Calle Ravine Drive, Suite 3, N° P.O.BOX 545, Urbanización Matawan, República de los 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:

- ✓ 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).
- ✓ 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: Néctar de maca y quinua con stevia de 500 ml, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo 2.

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

PLAZO DE ENTREGA:

Clausula tercera:

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

PRECIO:

Clausula cuarta:

Las Partes acuerdan el precio FOB de US \$ 30.4 X caja por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en el plazo de 30 días (05 de octubre del 2017).

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto. El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB (“Free on Board”) si el envío se hará por vía marítima, o FCA (“Free Carrier”, transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO:

Clausula quinta:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a El VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado equivalente al SESENTA PORCIENTO (60 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CUARENTA PORCIENTO (40 %) después de 30 días de recibidos los productos por parte del comprador. Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y EL COMPRADOR considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de EL VENDEDOR y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO:

Clausula sexta:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS:

Clausula séptima:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA:

Clausula octava:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado. Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar. Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga. Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS:

Clausula novena:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS:

Clausula décima:

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

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

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular. Si dicha inconformidad es notificada por EL COMPRADOR, EL VENDEDOR deberá tener las siguientes opciones:

- ✓ Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador.
- ✓ Reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES:

Clausula décimo 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 décimo 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 décimo tercera:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, toda la disputa surgida en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de

Aduanas y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de ambos países, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de prescritas por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS:

Clausula décimo cuarta:

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

NOTIFICACIONES:

Clausula décimo 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 décimo 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 cinco días del mes de setiembre del 2017.

.....
EL VENDEDOR

.....
EL COMPRADOR

4.3 Elección y aplicación del Incoterm

Los INCOTERMS son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías. Se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías. Los Incoterms regulan cuatro aspectos básicos de contrato de compraventa internacional: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de gastos y los trámites de documentos aduaneros.

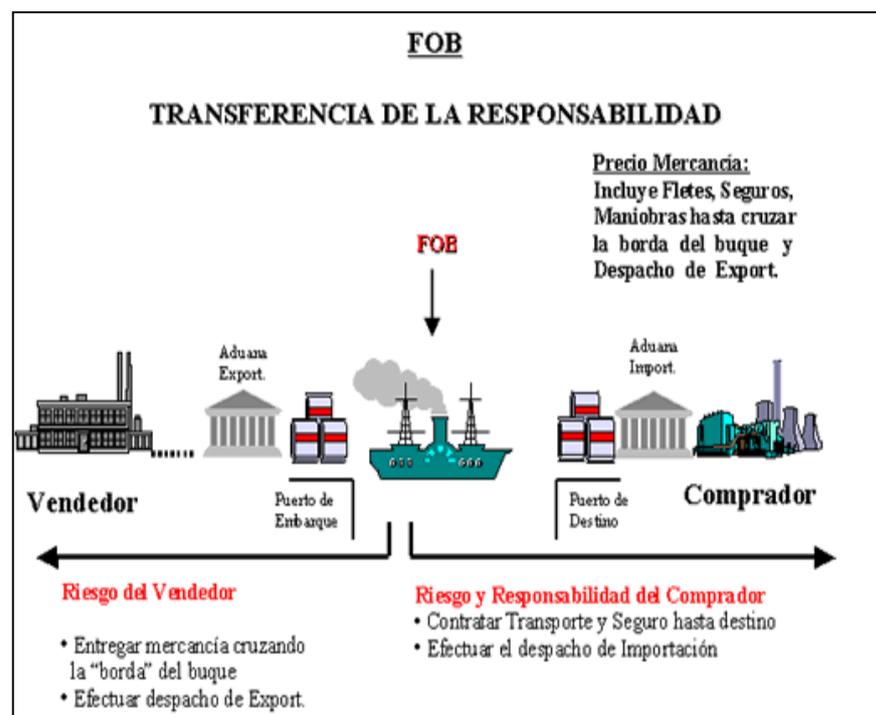


Figura N° 17: Cadena de Distribución Física Internacional

Fuente: Elaboración propia

El Incoterm que aplicaremos es FOB CALLAO, significa que como vendedor entregaremos la mercancía cuando sobrepase la borda del buque en el puerto de embarque (Callao) convenido y el comprador debe asumir los costes y riesgos de la pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto, desde la perspectiva del comprador este incoterm no solo ofrece mayor control sobre el proceso de envío que el CIF; sino que también da mayor control sobre los costos de envío asociados y el costo final de los bienes. La gran parte de los compradores este incoterm le parece más sensato.

4.4 Determinación del medio de pago y cobro

El medio de pago elegido en los primeros años de operación con el comprador será a través del Crédito Documentario decimos ello porque a medida que exista la confianza por parte de nuestra empresa de despachar a tiempo y en los plazos que se pacte en las futuras órdenes de compra ver lo posible de cambiarlo a una transferencia bancaria. La elección del crédito documentario se debe a que es el medio de pago que ofrece mayor nivel de seguridad en las transacciones internacionales asumiendo un bajo riesgo de un posible no pago de nuestro comprador.

El crédito documentario es una orden que el importador da a su banco para que proceda al pago de la operación en el momento en que el banco del exportador le presente la documentación acreditativa de que la mercancía ha sido enviada de la manera convenida. El banco del importador va a pagar si la documentación está en regla, con independencia de que en ese momento el importador tenga saldo o no. Es decir, el banco del importador garantiza la operación.

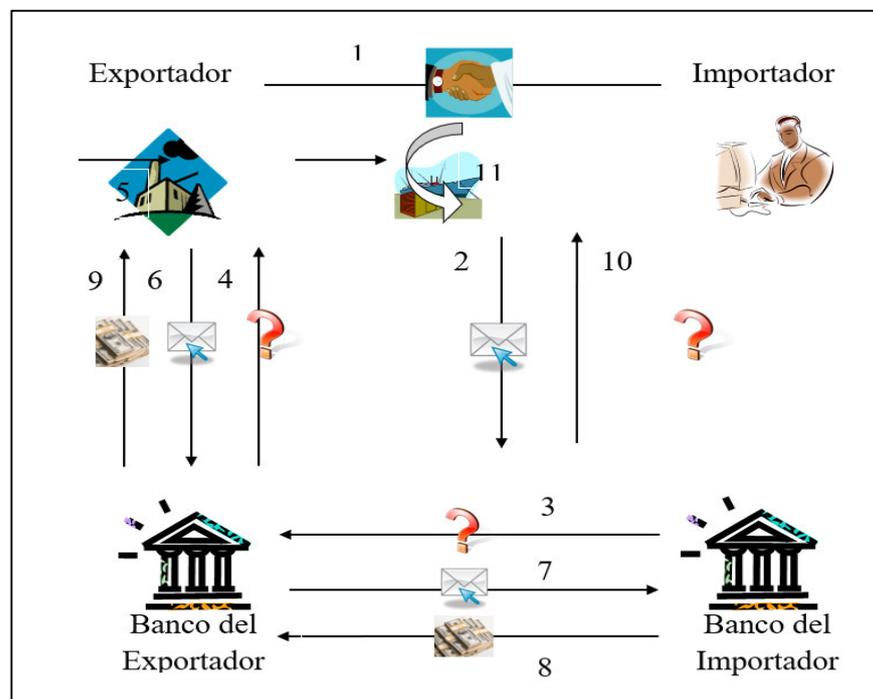


Figura N° 18: Fases del crédito documentario

Fuente: Elaboración propia

Leyenda de las fases del crédito documentario:

- ✓ Firma del contrato entre el exportador e importador.
- ✓ El importador solicita a su banco la apertura de un crédito documentario a favor del exportador.
- ✓ El banco del importador emite el crédito y se pone en contacto con el banco del exportador para que confirme el crédito.
- ✓ El banco del exportador confirma el crédito al exportador.
- ✓ El exportador envía la mercancía al país del destino en función del contrato pactado.
- ✓ El exportador presenta la documentación exigida para confirmar el despacho de la mercancía al banco del importador.
- ✓ El banco del exportador remite los documentos al banco del importador.
- ✓ El banco del importador revisa los documentos y reembolsa el importe al banco del exportador o congela el pago en caso de haber deficiencias en la documentación presentada.
- ✓ El banco del exportador paga al exportador.
- ✓ El banco del importador adeuda al importador y le entrega la documentación al importador.
- ✓ El importador, con los documentos, procede a retirar la mercancía.

Eventualmente y dependiendo de las relaciones comerciales y de las transacciones que se realicen y de la confianza que se establezca con nuestros compradores, en un futuro se podrá optar por la carta de crédito en la modalidad de irrevocable, confirmada y a la vista.

4.5 Elección del régimen de exportación

El régimen de exportación que se elegirá es la Exportación Definitiva porque va ser una exportación para el consumo en otro país. De acuerdo al Decreto Legislativo N° 1053 publicado el 27 de junio del 2008 bajo la Ley General de Aduanas así como su Reglamento, define la exportación definitiva como un régimen aduanero que permite la salida del territorio de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior donde a la vez indica que la exportación definitiva no está afectada a ningún tributo.

Los documentos que se requieren para una exportación son los siguientes:

- ✓ Factura Comercial Copia Sunat es el documento que indica la venta del producto al importador en la cual se indica la descripción, incoterm, precio unitario, precio total, las cantidades, etc.
- ✓ Lista de empaque sirve para la identificación de las mercancías, este debe coincidir con la factura.
- ✓ Certificado de Origen este documento explica la naturaleza de la mercancía y el lugar de su fabricación.
- ✓ Certificado de Seguro este contrato permitirá asegurar la mercancía, previo pago de una prima durante el plazo de duración del contrato.
- ✓ Conocimiento de embarque (BL): Contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular.

4.6 Gestión aduanera del comercio internacional

Para efectuar los trámites de exportación, se debe contar con RUC, es un registro único y centralizado de los contribuyentes y/o responsables de los tributos que administra la Sunat, la cual facilita la salida al exterior de las mercancías.

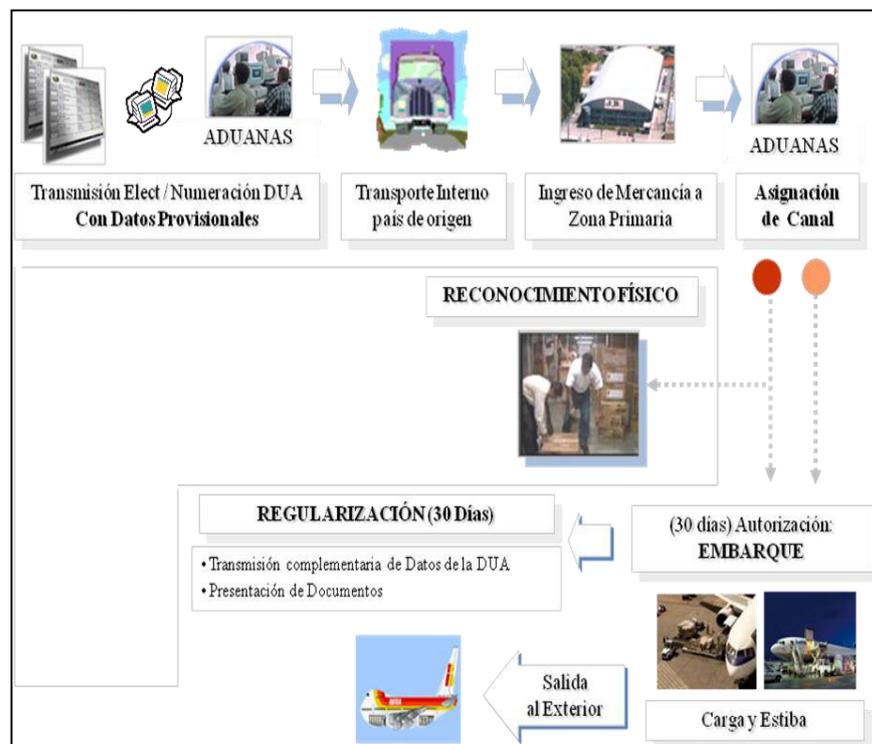


Figura N° 19: Procedimiento de Exportación - Aduanas

Fuente: Elaboración propia

Declaración Aduanera de Mercancía (DAM) que anteriormente se llamaba Declaración Única de Aduanas (DUA) con datos provisionales.

PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN - ADUANAS:

Transmisión electrónica:

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

Sigad:

Convalida información, numera la DAM para que el despachador de aduana proceda a imprimir la DAM para el ingreso de la mercancía al depósito temporal.

Depósito Temporal:

El exportador o despachador de aduana ingresa la mercancía al depósito temporal, almacenes de las compañías aéreas entre otros; como requisito previo al canal de control de la DAM.

Sigad:

Una vez recibida la información sobre la recepción de la mercancía transmitida electrónicamente por parte del depósito temporal a la Aduana de despacho, y de encontrarse conforme, el Sigad somete en forma aleatoria las declaraciones aduaneras de mercancía para la asignación de canal de control. Pudiendo corresponderles reconocimiento físico o canal naranja, quedando en este último caso la mercancía expedita para su embarque.

Reconocimiento físico:

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

El depósito temporal:

Permite el embarque de la mercancía en situación de levante autorizado. Esta condición la obtienen las DAM con canal naranja o canal rojo debidamente diligenciadas.

Control de Embarque:

El transportista verifica el embarque de la mercancía y anota en la casilla 14 de la DAM, la cantidad de bultos efectivamente embarcados, peso bruto total, fecha y hora de inicio como términos de embarque, culminando su actuación con su sello y firma. Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de treinta días calendario contado a partir del día siguiente de la numeración de la declaración.

DAM dejada sin efecto:

Los despachadores de aduana pueden solicitar se deje sin efecto, las DAM con datos provisionales seleccionados con canal naranja, así como las diligenciadas con canal rojo, vía transmisión electrónica. Las declaraciones seleccionadas a canal rojo sin diligenciar, pueden dejarse sin efectos, a través de solicitudes mediante expediente. Las DAM con datos provisionales de mercancías no embarcadas al exterior sin canal de control asignado durante el plazo otorgado, se dejan sin efecto automáticamente por el SIGAD.

Regularización del DAM con datos definitivos:

El despachador de aduana, dentro del plazo de 30 días calendario a partir del día siguiente de la fecha del término de embarque, de acuerdo a lo establecido en el Reglamento. Transmite electrónicamente la información complementaria de la DAM y los documentos digitalizados.

La Administración Aduanera a la aceptación de la información complementaria determina que declaraciones requiere para su regularización la presentación física de los documentos que sustentan la exportación. Si en caso es asignada a presentación física de los documentos se presenta lo siguiente en el área de exportación sea en la Aduana Marítima o Aduana Área.

- ✓ DAM (41) con datos complementarios.
- ✓ DAM (40) con datos provisionales.
- ✓ Copia carbonada o copia simple visada y firmada por el personal autorizado del transportista del conocimiento de embarque.
- ✓ Factura SUNAT si en caso fuera contenedor presentar copia de comprobante de pago por el precinto de seguridad.

- ✓ Permisos si en caso lo haya requerido la mercancía (como CITES, SENASA, etc.).
- ✓ Cumplir con la normatividad y exigencias legales vigentes.

La Intendencia de Aduana verifica y confronta la documentación requerida con la información registrada en el SIGAD; de ser conforme se procede a registrar la aceptación en el SIGAD y a consignar de ser conforme se procede a registrar la aceptación en el SIGAD y a consignar la conformidad en la DAM, acción que constituye la culminación del trámite de exportación.

4.7 Flujograma

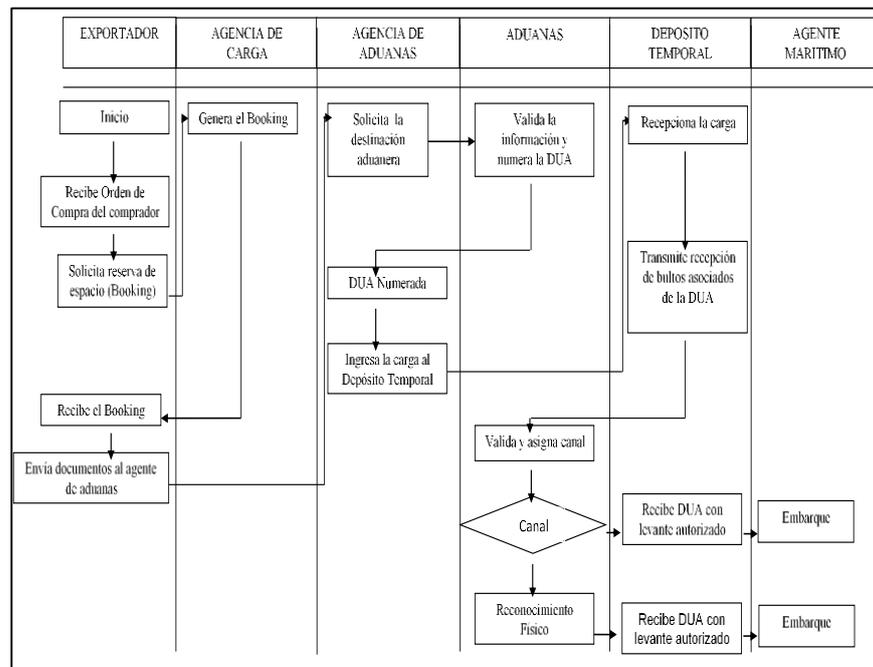


Figura N° 20: Flujograma de exportación

Fuente: Elaboración propia

5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Inversión fija

5.1.1 Activos tangibles

Los activos tangibles son los elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa que no están para la venta. Un activo tangible, como todos los activos, debe proporcionar beneficios económicos futuros razonablemente estimables y debe ser el resultado de una transacción previa como por ejemplo una compra.

Tabla N° 12: Activos tangibles

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA					
ITEM	DESCRIPCIÓN	U.M.	CANTIDAD	PRECIO UNT. (En soles)	PRECIO TOT. (En soles)
1	Mantenimiento de Oficina y Planta	unidades	1	500.00	500.00
2	Acondicionamiento local	unidades	1	2500.00	2500.00
3	Escritorio Gerencial	unidades	1	800.00	800.00
4	Escritorio de oficina	unidades	6	300	1800.00
5	Sillón Gerencial	unidades	1	320.00	320.00
6	Silla de oficina p/escritorio	unidades	6	120	720.00
7	Archivadores madera 3 cuerpos	unidades	4	350	1400.00
8	Estantes de madera	unidades	4	250	1000.00
9	Útiles de oficina por mes	unidades	3	200	600.00
10	Sillón de espera (star)	unidades	3	220	660.00
11	Ventilador	unidades	3	150	450.00
12	Impresión de Guías y Facturas	millar	2	350	700.00
10	Candados	unidades	6	55	330.00
11	Extintor 5 Kg	unidades	4	220	880.00
12	Kit Primeros Auxilios	unidades	2	100	200.00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA					12860.00
EQUIPOS DE COMPUTACION					
13	Impresora multifunción Epson L755	unidades	1	750.00	750.00
14	Proyector Multimedia Epson	unidades	1	2200.00	2200.00
15	Ecran 50 " IBM	unidades	1	1100.00	1100.00
16	Epson LX-300 p /facturación	unidades	1	300.00	300.00
17	Laptop Notebook Core I3	unidades	2	2600.00	5200.00
EQUIPOS DE COMPUTACION					9550.00
EQUIPOS DE OPERACIONES					
18	Estantes para almacén	unidades	10	300.00	3000.00
19	Mesa para etiquetado	unidades	2	450.00	900.00
20	Mesa para envase y embalaje	unidades	1	550.00	550.00
21	Refill para caja individual	unidades	50	23.00	1150.00
22	Equipo aire acondicionado 40000 btu	unidades	1	1750.00	1750.00
23	Escaleras en aspa de aluminio	unidades	2	1800.00	3600.00
EQUIPOS DE OPERACIONES					10950.00
TOTAL DE INVERSIONES FIJAS					33,360.00

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Activos intangibles

Un activo intangible es un activo que no tiene forma física, no es algo material, por tanto, no se puede ver ni tocar. A pesar de no tener naturaleza física, los activos intangibles son recursos muy valiosos para las empresas. Son recursos que pertenecen a la empresa y que pueden generar una gran ventaja competitiva si son correctamente gestionados.

Tabla N° 13: Activos intangibles

NO RECUPERABLES	
DESCRIPCION	VALOR S/.
Estudio del proyecto	1500
Gastos de constitución	2000
Patente	720
Gastos de permisos de exportación	1000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NO RECUPERABLES	5220.00
RECUPERABLES	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS RECUPERABLES	0.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5,220.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 14: Inversión total en activo fijo y diferido

INVERSION TOTAL EN ACTIVO FIJO Y DIFERIDO		
CONCEPTO		COSTO S/.
Activos fijos		33360
Activos diferidos		5220
Subtotal		38580
Imprevistos	10%	3858
TOTAL		42,438.00

Fuente: Elaboración propia

5.2 Capital de Trabajo

Tabla N° 15: Capital de trabajo

DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	COSTO MENSUAL S/.
Sueldos	14314
Mantenimiento de oficina planta	500
Servicios básicos	600
Transporte	2000
Suministros de oficina	200
Viáticos y movilización	0
Materia prima	47,055.49
TOTAL	64,669.49
TOTAL ANUAL	776,033.94

Fuente: Elaboración propia

5.3 Inversión total

Tabla N° 16: Inversión total

PLAN DE INVERSIÓN	
ACTIVOS FIJOS	VALOR S/.
Muebles y enseres	12,860
Equipos de computación	9,550
Equipos de producción	10,950
Subtotal	33,360
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudio del proyecto	1,500
Gastos de constitución	2,000
Patente	720
Gastos de permiso de exportación	1,000
Garantía del local	0
Imprevisto	1,000
Subtotal	6,220
CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	14,314
Mantenimiento de oficinas	500
Servicios básicos	600
Transporte	2,000
Suministro de oficina	200
Viáticos y movilización	0
Producto	47,055.49
Subtotal	64,669.49
Total de inversión (Mensual)	104,249.49
Anual	776,033.94

Fuente: Elaboración propia

5.4 Estructura de inversión y financiamiento

Tabla N° 17: Financiamiento de la inversión

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO			
	% (porcentaje)	En S/. (soles)	En \$ (dólares)
Financiamiento propio	30%	31,274.85	9,506.03
Financiamiento externo	70%	72,974.65	22,180.74
Inversión total	100%	104,249.49	31,686.78

Fuente: Elaboración propia

5.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

El financiamiento se realizará mediante el Banco Scotiabank, la tasa de interés será el 27% anual y el plazo del crédito es de 36 meses.

Tabla N° 18: Cronograma de pagos de deuda en S/. (soles)

MES	SALDO INICIAL	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	TOTAL CUOTA
1	72,975	1,468	1,400	2,868
2	71,574	1,440	1,429	2,868
3	70,146	1,411	1,457	2,868
4	68,689	1,382	1,487	2,868
5	67,202	1,352	1,516	2,868
6	65,686	1,321	1,547	2,868
7	64,139	1,290	1,578	2,868
8	62,560	1,259	1,610	2,868
9	60,951	1,226	1,642	2,868
10	59,308	1,193	1,675	2,868
11	57,633	1,159	1,709	2,868
12	55,924	1,125	1,743	2,868
13	54,181	1,090	1,778	2,868
14	52,402	1,054	1,814	2,868
15	50,588	1,018	1,851	2,868
16	48,737	980	1,888	2,868
17	46,850	943	1,926	2,868
18	44,924	904	1,965	2,868
19	42,959	864	2,004	2,868
20	40,955	824	2,045	2,868
21	38,910	783	2,086	2,868
22	36,825	741	2,128	2,868
23	34,697	698	2,170	2,868
24	32,527	654	2,214	2,868
25	30,313	610	2,259	2,868
26	28,054	564	2,304	2,868
27	25,750	518	2,350	2,868
28	23,400	471	2,398	2,868
29	21,002	423	2,446	2,868
30	18,556	373	2,495	2,868
31	16,061	323	2,545	2,868
32	13,516	272	2,597	2,868
33	10,919	220	2,649	2,868
34	8,270	166	2,702	2,868
35	5,568	112	2,756	2,868
36	2,812	57	2,812	2,868
TOTAL		30,289	72,975	103,263

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 19: Resumen de financiamiento externo

REF. / AÑO	1	2	3
Intereses	15,627.20	10,552.86	4,108.45
Amortización	18,793.85	23,868.19	30,312.60
Préstamo	72,974.65	54,180.79	30,312.60
Saldo	54,180.79	30,312.60	0.00

Fuente: Elaboración propia

5.6 Presupuesto de costos

Tabla N° 20: Planilla de remuneraciones anual en S/. (soles)

CARGO	CANT.	REMU. MENSUAL	REMU. ANUAL	CTS	GRATIFICACIÓN	VACACIONES	ESSALUD	AFP	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	2,000	24,000	1,000	2,000	2,000	2,160		31,160
Secretaria	1	850	10,200	425	850	850	918		13,243
Asesoría Contable (Externa)	1	850	10,200						10,200
Asesoría Legal (Externa)	1	1,000	12,000						12,000
Administrador	1	1,200	14,400	600	1,200	1,200	1,296		18,696
Encargado de Marketing	1	1,000	12,000	500	1,000	1,000	1,080		15,580
Encargado de producción	1	1,000	12,000	500	1,000	1,000	1,080		15,580
Encargado de logística	1	1,000	12,000	500	1,000	1,000	1,080		15,580
Encargada de Limpieza	1	850	10,200	425	850	850	918		13,243
Asistente de embalaje y envasado	2	1,700	20,400	850	1,700	1,700	1,836		26,486
Totales	11	11,450	137,400	4,800	9,600	9,600	10,368	0	171,768

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 21: Costos administrativos en S/. (soles)

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y salarios	14,314	171,768
Gastos de oficina	2,800	33,600
TOTAL	17,114	205,368

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 22: Gastos de oficina en S/. (soles)

CONCEPTO	COSTO MENSUAL
Arriendos	2,000
Servicios básicos	600
Suministros de oficina	200
SUBTOTAL	2,800

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 23: Gastos de servicios básicos en S/. (soles)

CONCEPTO	MONTO
Luz	250
Agua	120
Teléfono e internet	180
TOTAL	550

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 24: Costos de ventas en S/. (soles)

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Transporte nacional	2,000	24,000
Agente de aduana	350	4,200
Agente de carga	380	4,560
Gastos operativos	250	3,000
Almacenaje	700	8,400
Aforo o previo (físico)	150	1,800
Currier	300	3,600
Marketing	500	6,000
Viáticos	0	0
TOTAL	4,630	55,560

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 25: Costos operacionales en S/. (soles)

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Costo de fabricación y elaboración del néctar	33,305.33	399,663.94
Caja de cartón	1,530.00	18,360.00
Etiquetas	576.00	6,912.00
Refill	5,400.00	64,800.00
Accesorios para envase y empackado	166.67	2,000.00
FOB	6,077.50	72,930.00
TOTAL	47,055.49	564,665.94

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 26: Determinación del precio de venta

CONCEPTO	En S/. (soles)	En \$ (dólares)
Unidades de Mercadería	345600 unid.	
Costo total	788,413.44	239,639.34
Costo por unidad	1.2	0.69
Utilidad	37%	
Precio	3.13	0.95

Fuente: Elaboración propia

5.7 Punto de equilibrio

Tabla N° 27: Determinación del punto de equilibrio

CONCEPTO	MENSUAL (S/.)	ANUAL (S/.)	MENSUAL (\$)	ANUAL (\$)
Ingresos	90,014.40	1,080,172.80	27,360	328,320
Costos de operación	47,055.49	564,665.94	14,303	171,631
Costo de ventas	4,630.00	55,560.00	1,407	16,888
Costos fijos	3,000.00	205,368.00	912	62,422

Fuente: Elaboración propia

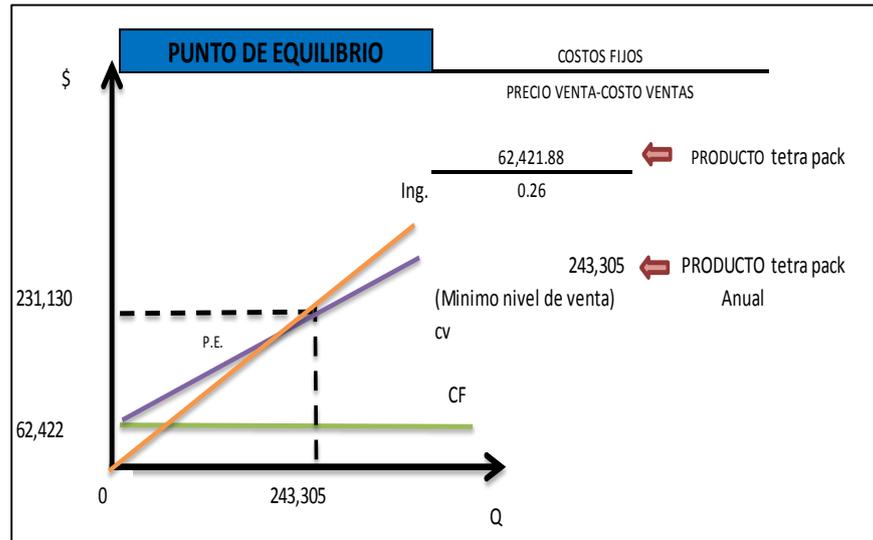


Figura N° 21: Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

5.8 Tributación de la exportación

La empresa Maca de los Andes S.A.C, no pagara tributación de exportación porque el comercio internacional beneficia a los peruanos ya que genera fuentes de empleo, es por ello que el estado exonera de tributos de exportación.

5.9 Presupuesto de ingresos

Tabla N° 28: Presupuesto de ingresos

CONCEPTO	MENSUAL (S/.)	ANUAL (S/.)	MENSUAL (\$)	ANUAL (\$)
Ingresos	90,014.40	1,080,172.80	27,360	328,320

Fuente: Elaboración propia

Se venderán 345,600 unidades del néctar de maca y quinua con stevia al año.

Envíos mensuales:

- ✓ 28,800 unidades.
- ✓ 900 cajas.
- ✓ 90 cajas por palet.
- ✓ 12 envíos anuales.

5.10 Presupuesto de egresos

Tabla N° 29: Presupuesto de egresos en S/. (soles)

TIPOS	MONTO
Muebles y enseres de oficina	12,860
Equipos de computación	9,550
Activos intangibles	5,220
Capital de trabajo mensual	64,669
Planilla mensual	14,314
Gastos de oficina	2,800
Costos de venta mensual	4,630
Costos operacionales mensual	47,055
TOTAL EGRESOS MENSUAL	161,099

Fuente: Elaboración propia

5.11 Flujo de caja proyectado

Tabla N° 30: Flujo de caja proyectado en \$ (dólares)

AÑO	0	1	2	3	4	5
Utilidad		33,531.34	49,210.53	75,576.62	78,063.37	87,174.02
Aporte de socios	9,506.03					
Préstamo bancario	22,180.74					
(+) Inversión inicial	31,686.78	33,531.34	49,210.53	75,576.62	78,063.37	87,174.02
Pagos de capital		18,793.85	23,868.19	30,312.60	0.00	0.00
	-31,686.78	-14,737.48	25,342.34	45,264.01	78,063.37	87,174.02

Fuente: Elaboración propia

5.12 Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla N° 31: Estado de resultados en \$ (dólares)

AÑO	1	2	3	4	5
Ventas	328,320	351,302	393,459	405,262	433,631
(-) Costo de ventas	188,519	191,346	197,087	205,956	216,253
Utilidad bruta en ventas	139,801	159,956	196,372	199,307	217,377
(-) Gastos administrativos	63,538	64,475	66,376	69,312	72,800
Sueldos y salarios	52,209	52,992	54,582	57,038	59,890
Gastos de oficina	10,213	10,366	10,677	11,157	11,715
Depreciación de activos fijos	1,117	1,117	1,117	1,117	1,195
(-) Gastos de ventas	10,213	10,928	12,239	12,606	13,489
Agente de aduana	1,277	1,366	1,530	1,576	1,686
Agente de carga	1,386	1,483	1,661	1,711	1,831
Gastos operativos	912	976	1,093	1,126	1,204
Almacén	2,553	2,732	3,060	3,152	3,372
Aforo o previo (físico)	547	585	656	675	723
Currier	1,094	1,171	1,311	1,351	1,445
Marketing	1,824	1,951	2,186	2,251	2,409
Transporte nacional	7,295	7,805	8,742	9,004	9,635
viáticos	0	0	0	0	0
(-) Gastos financieros	15,627	10,553	4,108	0	0
Interés de préstamo	15,627	10,553	4,108	0	0
Utilidad antes de participación e impuestos	50,423	74,001	113,649	117,389	131,089
UTILIDAD IMPONIBLE	50,423	74,001	113,649	117,389	131,089
IMPUESTO A LA RENTA	15,127	22,200	34,095	35,217	39,327
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	35,296	51,801	79,554	82,172	91,762
(-5%) RESERVA LEGAL	1,765	2,590	3,978	4,109	4,588
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	33,531	49,211	75,577	78,063	87,174

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 32: Presupuesto de depreciación en \$ (dólares)

PRESUPUESTO DE DEPRECIACION						
CONCEPTO	% DE DEP.	AÑO				
		1	2	3	4	5
Depreciación de equipos de computo	25%	725.68	725.68	725.68	725.68	725.68
Depreciación de muebles y enseres	10%	390.88	390.88	390.88	390.88	390.88
TOTAL		1,116.57	1,116.57	1,116.57	1,116.57	1,116.57

Fuente: Elaboración propia

5.13 Evaluación de la inversión

5.13.1 Evaluación económica

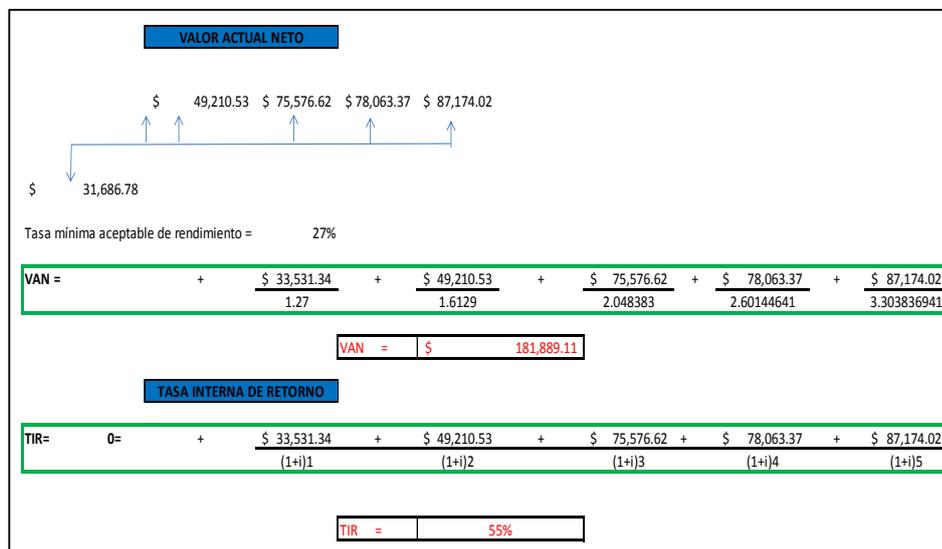


Figura N° 21: VAN y TIR económico

Fuente: Elaboración propia

5.13.2 Evaluación financiera

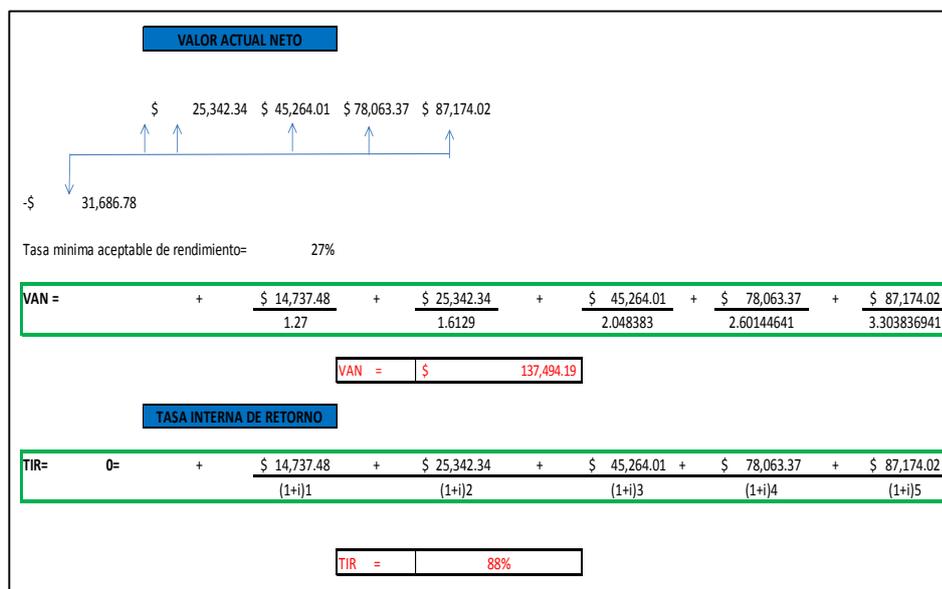


Figura N° 22: VAN y TIR financiero

Fuente: Elaboración propia

El proyecto es bastante estable, pues las ventas si suben o bajan en un 10% o 20% y el costo variable sube 10% tenemos ganancia o rentabilidad en el proyecto.

Si las ventas suben o bajan en un 10% o 20% y el costo variable sube 20%, el proyecto permite una baja de las ventas máxima de -10%.

Si el costo variable baja -10% soporta máximo una baja de las ventas de -10%, luego de eso pasamos a pérdida.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Este producto de néctar de maca y quinua endulzado con stevia, contiene altos valores nutricionales y vitaminas que pueden traer muchos beneficios a los potenciales consumidores.

El mercado de destino tiene altas preferencias por los productos naturales, que contengan altos valores nutritivos como nuestro producto y además los productos de origen peruano son muy apreciados.

Existe una demanda permanente por este tipo de productos y es estable el consumo, además de que Estados Unidos es un país consumidor e importador de esta línea de productos.

Se requiere una inversión total de S/. 104,249.49; donde el 70% (S/. 72,974.65) será financiado por el Banco Scotiabank, a una tasa de interés del 27% anual, en un plazo de tres años.

En la evaluación de inversión financiera, hemos podido demostrar que, en el Plan de Negocios se obtuvo un VAN (137,494.19) y un TIR (88%) favorables que nos permiten indicar que nuestro proyecto es viable.

6.2 Recomendaciones

Se deben realizar permanentes estudios de mercado referidos a las demandas y preferencias del mercado consumidor; a fin de poder proporcionarles el producto de acuerdo a sus preferencias; además esto nos servirá para medir los cambios que puedan ocasionarse en el mercado de destino.

Del mismo modo se deben evaluar posibles alianzas estratégicas con la finalidad de consolidar el producto en el mercado y de lograr su posicionamiento estratégico.

Se debe evaluar y analizar la posibilidad de lanzar productos complementarios al nuestro por nuestra misma empresa, para esto se debe tener en cuenta la primera recomendación.

Se debe analizar la posibilidad de ampliar la cobertura a otros mercados tanto en el mercado de destino como en otros países.

La calidad es importante por ello se debe supervisar permanentemente la producción de nuestro producto, la calidad de insumos, el perfil y experiencia del personal, entre otros; a fin de garantizar que lleguen en óptimas condiciones al mercado de destino y cumplir con nuestros contratos suscritos.

REFERENCIAS

- Alimarket (2017). Portal de Información Económica Sectorial de EEUU.
Recuperado de: <https://www.alimarket.es/>
- Minagri (2017). Ministerio de Agricultura y Riego. Departamento de Estadística. Recuperado de: <http://www.minagri.gob.pe/portal/>
- Observatorio Sectorial DBK (2017). Informe anual sobre el mercado de jugos y néctares. Recuperado de: <https://www.dbk.es/>
- Siicex (2106). Estudio de mercado exportación de néctar. Lima. Recuperado de: www.siicex.gob.pe
- Statista (2017). Portal estadístico oficial para la Unión Europea. Recuperado de: <https://es.statista.com/>
- SUNAFIL (2017). Portal de Regímenes Especiales. Lima. Recuperado de: <https://www.sunafil.gob.pe/regimenes-especiales.html>
- SUNAT (2017). Portal tributario y aduanero peruano. Lima. Recuperado de www.sunat.gob.pe
- SUNAT (2017). Clasificación Arancelaria. Recuperado de: <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- Trademap (2017). Cálculos del CCI basados en estadísticas de Eurostat.
Recuperado de: http://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3|724|604||040310
- Perú 21 (2018). Tipos de contrato laboral en el Perú. Recuperado de: <https://peru21.pe/mis-finanzas/tipos-contrato-laboral-hay-peru-78567>