



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

**EXPORTACIÓN DIRECTA DE CEBOLLA DULCE
DESCARTE A COLOMBIA**

**PRESENTADO POR
WILSON ANTONIO BOULANGGER ZUÑE**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACION DIRECTA DE CEBOLLA DULCE DESCARTE A
COLOMBIA**

Presentado por:

Bachiller: Wilson Antonio Boulanger Zuñe

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

Lima - Perú

2020

Dedicatoria:

Dedico el presente trabajo a Matilde y Willian, mis padres, ejemplos para mí de perseverancia, lucha, fortaleza y dedicación, por ellos he llegado a este nivel profesional muy importante en mi vida, agradezco a Suggey, símbolo de amor y apoyo incondicional hacia mi persona, además de motivación constante. A mi hermano Agustín por los buenos consejos y preocupación por mi futuro profesional y siempre animándome a ser el mejor como persona y profesional. Finalmente, a mis abuelos que tanto amo y no se encuentran presentes, pero sé que donde estén, estarán orgullosos de nuestros logros.

CONTENIDO

INDICE DE TABLAS	10
RESUMEN EJECTUTIVO	14
1 ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	16
2 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	21
2.1 Nombre o razón social	21
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	24
0113 CULTIVO DE HORTALIZAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS	25
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	26
2.4 Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha	27
2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	30
2.6 Estructura Orgánica de la Empresa.....	32
2.7 Cuadro de asignación personal.....	33
2.8. Forma Jurídica Empresarial	34
2.9. Registro de Marcas y Procedimiento en INDECOPI.....	36
2.10. Requisitos y trámites municipales	41
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	42
2.12. Registro de Planilla Electrónica.....	45
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	45
2.14. Modalidades de contratos laborales.....	49
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	50

3.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	50
3.1.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	50
3.1.1.	CLASIFICACION ARANCELARIA.....	52
3.1.2.	PROPUESTA DE VALOR	52
3.1.3.	FICHA TECNICA COMERCIAL.....	57
3.2.	Investigación de mercado objetivo	58
3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo	58
3.2.2.	Tendencias de consumo	68
3.3.	Análisis de la oferta y la demanda	70
3.3.1.	Análisis de la oferta.....	71
3.3.2.	Análisis de la demanda	73
3.4.	Estrategias de Ventas y distribución	77
3.4.1.	Estrategias de segmentación	77
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento.....	77
3.4.3.	Estrategias de distribución	79
3.5.	Estrategias de Promoción	79
3.6.	Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	80
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	81
4.1.	Envases, empaques y embalajes.....	81
4.1.1.	Envases	81
4.1.2.	Embalaje	82

4.2.	Diseño de rotulado y marcado	84
4.3.	UNITARIZACION Y CUBICAJE DE LA CARGA.....	85
4.4.	CADENA DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL.....	86
4.4.1.	DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTO DE INSUMO E INFRAESTRUCTURA.....	89
4.4.2.	Establecer estrategia de suministro.....	93
4.4.3.	REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO OBJETIVO	99
4.4.4.	DETERMINACION DE OPERADORES LOGISTICOS A INTERVENIR 100	
4.4.5.	Cuantificación de Demora	102
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	106
5.1.	Fijación de precios	106
5.1.1.	Costos y precio	107
5.1.2.	Cotización internacional	127
5.2.	Contrato de compra venta internacional (Exportaciones y sus documentos)	129
5.3.	Elección y aplicación del Incoterm	129
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro	130
5.5.	Elección del régimen de exportación.....	131
5.6.	Gestión aduanera del comercio internacional	134
5.7.	Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma	135

5.8. Gestión de las operaciones de Producción del bien o servicio ejecutar: Flujograma.....	136
6. PLAN ECONOMICO FINANCIERO	137
6.1. Inversión fija.....	137
6.1.1. Activos tangibles	137
6.1.2. Activos intangibles	139
6.2. Capital de trabajo	140
6.3. Inversión total	142
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	142
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito	144
6.6. Presupuesto de costos.....	144
6.6.1. Costos Fijos	144
6.6.2. Costos Variables	150
6.7. Punto de Equilibrio	153
6.8. Tributación de la exportación	153
6.9. Presupuesto de ingresos	153
6.10. Presupuesto de egresos	157
6.11. Flujo de caja proyectado	158
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida	160
6.13. Evaluación de la Inversión	161
6.13.1. Evaluación Económica	161
6.13.2. Evaluación Financiera	161

6.13.3. Evaluación social	162
6.13.4. Impacto ambiental	162
6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	163
6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	164
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	165
7.1. Conclusiones	165
7.2. Recomendaciones	166
Bibliografía	167

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Pasos para el registro de una empresa	21
Figura 2.Formulario de solicitud de reserva de nombre de persona jurídica .	23
Figura 3.Solicitud de reserva de nombre – Vía Web.....	24
Figura 4. <i>Estructura Orgánica de ONION EXPORT S.AC</i>	32
Figura 5.Solicitud de registro de marca	39
Figura 6.Imagen de la marca ONION EXPORT S.A.C	40
Figura 7. <i>Planilla PLAME y T-Registro</i>	45
Figura 8.Modalidad de contrato laborales.....	50
Figura 9.Lienzo propuesta de valor	55
Figura 10.Buyer persona para la empresa Onion Export SAC.....	56
Figura 11.Principales hortalizas consumidas en Colombia	70
Figura 12.Grafico y Ecuación Potencial de la demanda Insatisfecha.....	76
Figura 13.Demanda Proyectada 2020 – 2024	77
Figura 14.Distribución de la cebolla amarilla dulce al mercado colombiano .	79
Figura 15.Envase de cebolla	82
Figura 16.Parihuela	83
Figura 17.Transporte de la cebolla	84
Figura 18.Distribución Física Internacional	86
Figura 19.Distribución física internacional de la empresa Onion Export S.A.C	88
Figura 20.Componentes de la distribución física internacional	89
Figura 21.Cotización El Águila S.R.L.....	91
Figura 22.Modelo cadena de suministro global	93

Figura 23.Contenido del contrato de compra con el proveedor de la materia prima.....	96
Figura 24.cadena de producción de cebolla amarilla.....	97
Figura 25.Mapa y tiempo de tránsito	102
Figura 26.INCOTERM FCA	105
Figura 27.Evolución de los últimos 5 años de la exportación de cebolla amarilla dulce según Incoterm FOB en kg.....	107
Figura 28 Cotización Internacional	128
Figura 29.Tarifario de comisiones BBVA	130
Figura 30.Comisiones del BBVA	131
Figura 31.Figura 31 Flujograma INCOTERM FCA	134
Figura 32.Flujograma exportación cebolla FCA.....	135
Figura 34. Flujograma productivo de la Cebolla	136
Figura 35. Evolución tipo de cambio S/ - US\$	164

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Model Business Canvas	20
Tabla 2. 0113 Cultivo de hortalizas, raíces y tubérculos	25
Tabla 3. Potenciales lugares para ubicar a la empresa	26
Tabla 4. Ponderación de los factores para ubicación del proyecto	27
Tabla 5. Cuadro de asignación de personal	34
Tabla 7. Comparativa de sociedades	35
Tabla 8. Pasos para registrar una marca	37
Tabla 9. Derechos laborales comunes al régimen laboral general y régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa	46
Tabla 10. Diferencias entre el régimen laboral general y el régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa	48
Tabla 11. Clasificación arancelaria de la cebolla amarilla en el Perú	52
Tabla 12. Ficha técnica comercial de la cebolla amarilla – partida Arancelaria 0703.10.00.00	57
Tabla 13: Mercados importadores de la partida 0703.10.00.	59
Tabla 14: Exportaciones Peruanas de la partida 0703.10.00.	61
Tabla 15: Criterios de Selección de Mercado	63
Tabla 16: selección de Mercado	64
Tabla 17. Empresas importadoras en Colombia Ipiales	68
Tabla 18: Principales países de destino de la cebolla amarilla desde Perú 2015 – 2019	71
Tabla 19: 10 Principales empresas Exportadoras Peruanas de Cebolla Amarilla	72

Tabla 20: Principales Importadores mundiales de la partida 070310 en Kilogramos.....	73
<i>Tabla 21: Principales Importadores mundiales de la partida 070310 en valor FOB</i>	<i>74</i>
Tabla 22: Brecha o Demanda Insatisfecha.....	75
Tabla 23. Distribución de la empresa Onion Export S.A.C	80
Tabla 24. Cantidad de envío por carros.....	85
<i>Tabla 25. Proveedores de la empresa Onion Export S.A.C.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 26. Ubicación de la empresa Onion Export SAC</i>	<i>92</i>
Tabla 27: Proveedor de Materia Prima	95
Tabla 28. Selección del operador logístico	101
Tabla 29: Tiempo de demora de tránsito	102
Tabla 30. Obligaciones del Incoterm FCA	106
Tabla 33: Costo de Fabricación del producto	108
Tabla 34: Costo Logístico De Exportación.....	109
Tabla. 35 Costos Indirectos de fabricación año 1	110
Tabla 36: Remuneraciones año 1.....	111
Tabla. 37 Costos Indirectos de fabricación año 2	112
Tabla.38 Remuneraciones año 2.....	113
Tabla 39. Costos Indirectos de fabricación año 3	114
Tabla 40. Remuneraciones año 3.....	115
Tabla 41. Costos Indirectos de fabricación año 4	116
Tabla 42. Remuneraciones año 4.....	117
Tabla 43. Costos Indirectos de fabricación año 5	118
Tabla 44. Remuneraciones año 5.....	119

Tabla 45. Costos fijos mensual.....	120
Tabla 46. Costo de Ventas	120
Tabla 47. Costos Variables año 1.....	121
Tabla 48. Costo Variable año 2	122
Tabla 49. Costo Variable año 3	123
Tabla 50. Costo Variable año 4	124
Tabla 51. Costo Variable año 5 en soles	125
Tabla 52. Costos Totales.....	126
Tabla 53. Costo mensual por kg.....	126
Tabla 54 Precio de ventas según INCOTERM FCA	126
Tabla 55. Inversión tangible	137
Tabla 56. Inversión fija intangible	139
Tabla 57. Estructura capital de trabajo	141
Tabla 58. Inversión total	142
Tabla 59. Financiamiento	142
Tabla 60: Amortización e intereses del préstamo	143
Tabla 61. Costos Indirectos de fabricación año 1	144
Tabla 62. Remuneraciones año 1.....	144
Tabla 63. Costos Indirectos de fabricación año 2	145
Tabla 64. Remuneraciones año 2.....	146
Tabla 65 Costos Indirectos de fabricación año 3	146
Tabla 66. Remuneraciones año 3.....	147
Tabla 67 Costos Indirectos de fabricación año 4	147
Tabla 68. Remuneraciones año 4.....	148
Tabla 69. Costos Indirectos de fabricación año 5	148

Tabla 70. Remuneraciones año 5.....	149
Tabla 71. Costo Variable año 1	150
Tabla 72. Costo Variable año 2	151
Tabla 73. Costo Variable año 3	151
Tabla 74. Costo Variable año 4	152
Tabla 75. Costo Variable año 5	152
Tabla 76. Punto de equilibrio.....	153
Tabla 77. Ingresos Operativos año 1.....	154
Tabla 78. Ingresos Operativos año 2.....	154
Tabla 79. Ingresos Operativos año 3.....	155
Tabla 80. Ingresos Operativos año 4.....	155
Tabla 81. Ingresos Operativos año 5.....	156
Tabla 82. Egresos proyectados	157
Tabla 83. Flujo de caja económico	158
Tabla 84. Flujo de caja financiero.....	159
Tabla 85. Estado de ganancias y pérdidas sin financiamiento.....	160
Tabla 86. evaluación económica	161
Tabla 87. Evaluación financiera.....	161
Tabla 88. COK	163
Tabla 89. WACC	163

RESUMEN EJECTUTIVO

El presente Plan de Negocio tiene como objetivo analizar la viabilidad de exportación de la Cebolla amarilla dulce descarte al mercado de Colombia. La idea de negocio surgió debido a la creciente tendencia de consumo de dicha hortaliza en el mercado de destino, además de que en el año 2019 Colombia ha sido el principal importador Sudamericano de cebolla amarilla procedente de Perú, con una participación de 8%.

El plan contiene 6 capítulos. El capítulo I es sobre la estructura del plan de negocio, en el cual se considerará el "Model Business Canvas" donde se detallan los socios clave, actividades clave, propuesta de valor, relación con los clientes, segmento de mercado, recursos claves, canales, estructura de costes y fuentes de ingreso.

En el capítulo II es sobre los aspectos legales, donde se elegirá el régimen al cual pertenecerá el presente negocio y todos los aspectos legales que trae consigo.

El capítulo III es sobre es sobre el plan de Marketing Internacional dónde se analizará el mercado objetivo, estrategias, propuesta de valor, entre otros criterios para lograr posicionamiento en dicho mercado.

Se tiene en cuenta el plan de logística internacional en el capítulo IV y se basa en los distintos medios en que se planea llegar a dicho mercado, por ejemplo, el transporte, la cadena de distribución física internacional, el envase y embalaje en que se exportará el producto, entre otros.

El comercio internacional está considerado en el capítulo V, en el cual tenemos en cuenta la fijación de precios, la cotización internacional, elección de incoterm, la gestión aduanera internacional, entre otros.

Finalmente, en el capítulo VI, se estudia la viabilidad del plan, si nos es rentable en el futuro, tomando en cuenta una proyección de 5 años y estableciendo a detalle los costos más importantes que traen consigo la presente idea de negocio.

1 ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Actualmente la empresa Mentor SAC, la cual opera en la ciudad de Ica, exporta más de 400 contenedores de cebolla amarilla dulce por año al mercado Norteamericano y Europeo, sin embargo la cebolla de descarte es comercializada en la misma zona de producción a intermediarios que venden para su consumo al mercado local y otra parte se revende a terceros que venden al mercado Colombiano, siendo éstos últimos quienes obtienen mayor nivel de rentabilidad que los demás actores involucrados en la cadena de comercialización. La idea de negocio es comprar la cebolla de descarte para la exportación directa a Colombia. Es por ello por lo que se plantea analizar y conocer toda la logística de exportación a Colombia, estableciendo contacto directo con compradores colombianos ya que la información obtenida es que son los brókeres establecidos en Bogotá, es por ello que se propone viajar a ferias de este producto desarrollados en este país y realizar ruedas de negocios previo mapeo de la ubicación geográfica de los potenciales compradores.

El negocio tiene alta probabilidad de éxito porque la demanda de cebolla peruana en el mercado colombiano se está incrementando exponencialmente en los últimos tres años.

El producto para exportar es la cebolla amarilla dulce cuya partida arancelaria es 0703100000 denominada "Cebolla y chalotes frescos o refrigerados", el valor agregado que diferencia la propuesta con los actualmente comercializados en el mercado es que se elimina cualquier intermediación reduciendo considerablemente los costos y mejorando la selección del producto, logrando así un liderazgo en costos con una mejora significativa en la calidad del producto a exportar.

Para la exportación de cebolla sólo se requiere la certificación fitosanitaria de SENASA y respecto a esto se tiene un acuerdo de cooperación comercial con Colombia por ser parte de una Unión Aduanera, exonerando del pago de aranceles de ingreso al país comprador.

Las cebollas serán exportadas en mallas de 25Kg. Por un total de 30 toneladas por envío en camiones abiertos sin refrigeración, la selección por calibre se hará en fajas a mano sin mayor requerimiento de proceso industrial luego precintado en la misma zona de producción. Y para optimizar la rentabilidad se comprará mallas con DRAWBACK para solicitar la restitución arancelaria.

El principal riesgo es la alta variación de precios de acuerdo con los niveles de producción y el riesgo por el nivel de siniestrabilidad que implica el traslado vía terrestre al país de destino que se solucionará con la contratación de una póliza de seguro a todo riesgo.

Para Carretto, Harispe, & Vaz (2015) un modelo de negocio se puede describir a través de nueve bloques básicos que muestran la lógica de cómo una empresa tiene la intención de hacer dinero. Los nueve bloques cubren las cuatro áreas principales de un negocio:

- Clientes,
- Oferta,
- Infraestructura Y,
- Viabilidad Financiera.

Para Osterwalder & Pigneur (2011) los nueve módulos del modelo de negocio forman la base de una herramienta útil llamada el lienzo de modelo de

negocio, esta herramienta es parecida al lienzo de un pintor, donde se pueden esbozar modelos de negocio nuevos o existentes.

➤ **SEGMENTO DE CLIENTES**

Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, pues gracias a ellos puede una empresa sobrevivir en el mercado, es muy posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes.

➤ **PROPUESTA DE VALOR**

Son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor establece una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.

➤ **CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

Estos son los canales de comunicación, y acercamiento para la distribución y venta que establecen el contacto entre la empresa y los clientes.

➤ **RELACIÓN CON LOS CLIENTES**

Las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado. La relación puede ser personal o automatizada. Las relaciones con los clientes pueden estar basadas en los fundamentos siguientes; Captación de clientes, fidelización de clientes, y estimulación de las ventas.

➤ **FUENTE DE INGRESOS**

Representa la caja de efectivo de la empresa, generada a partir de cada segmento de clientes. Un modelo de negocio puede implicar dos tipos diferentes de fuentes de ingresos; ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de

clientes, ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio del suministro de una propuesta de valor o del servicio posventa de atención al cliente

➤ **RECURSOS CLAVE**

Describe los activos más importantes requeridos para hacer trabajar el modelo de negocio. Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Además, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave.

➤ **ACTIVIDADES CLAVE**

Describe los puntos más importantes que una empresa debe realizar para hacer funcionar el modelo de negocio, estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito.

➤ **ALIANZAS CLAVE**

Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos, estas pueden ser: Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, asociaciones estratégicas entre empresas competidoras, empresas conjuntas para crear nuevos negocios y relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros

➤ **ESTRUCTURA DE COSTOS**

La creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un coste. Estos costes son relativamente fáciles de calcular una vez que se han definido los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave.

A continuación, se presenta el modelo canvas aplicado a la empresa ONION EXPORT S.A.C.

Tabla 1. *Model Business Canvas*

SOCIO CLAVE	ACTIVIDAD CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE MERCADO
Productores de cebolla amarilla de calidad Empresa de Transporte Operadores logísticos Empresas de mallas Operadores transporte terrestre internacional Importadores	Comercialización de la cebolla amarilla Control de calidad física Control de calibre de la cebolla Marketing Transporte terrestre	Producto de buena calidad. Producto de buen calibre Bajo costo del producto Empaque: mallas de 25 kg prácticas y manejables Comercialización directa	Correos corporativos Redes sociales Cumplimiento de la calidad solicitada Comercialización directa Uso de página web	Hombres y mujeres entre 12 – 70 años de la clase baja, media y alta
	RECURSOS CLAVES		CANALES	
	Cebolla de calidad física Mano de obra femenina Mallas sin defectos		Ferias internacionales y nacionales Ruedas de negocio Visitas comerciales Comisionistas Comercialización directa	
ESTRUCTURA DE COSTES		FUENTES DE INGRESO		
Costo de selección de producto por fajas Coso de estiba y desestiba Gastos de compra de mallas y precintos Costo de transporte internacional Gastos logísticos de exportación Gastos administrativos Gastos fijos Costo compra de cebolla por calibre		Préstamos bancarios Aportes de los socios Ventas nacionales de cebolla descarta Financiamiento por contratos tripartito		

Fuente: (Carretto, Harispe, & Vaz, 2015)

Elaboración: Propia

En la tabla N°1, se puede observar que el modelo canvas ha sido aplicado a detalle señalándose así toda la estructura del plan de negocio donde se desarrolla al socio clave, la actividad a la cual esta direccionada, la propuesta de valor, la forma en

la que se podrá hacer el contacto con posibles clientes, la segmentación de mercado a la cual se dirigirá este proyecto, los recursos claves para lograr el éxito, los canales de búsqueda de clientes, la estructura de costes y por último las fuentes de ingreso.

2 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o razón social

Según la Plataforma digital única del Estado Peruano (2019), la Razón Social es la “denominación que tendrá tu empresa y está ligada al RUC”, con dicha razón social la empresa se identificará ante la SUNAT, bancos, entidades y compañías para realizar trámites, hacer compras o ventas, entre otros. El nombre para una empresa es muy importante ya que será reconocida por sus clientes. El nombre tiene que ser descifrable, claro y debe tener un enfoque hacia el mercado objetivo, es por ello que se ha decidido nombrar a la empresa como ONION EXPORT S.A.C, la elección de dicho nombre se debe a que el negocio proveerá cebolla amarilla y a largo plazo se proyecta la expansión a mercados internacionales, es por ello el nombre en inglés.

Según la Plataforma digital única del estado peruano (2019) existen ciertos pasos a seguir para el proceso de Registro o Constitución de una empresa, las cuales son:



Figura 1. Pasos para el registro de una empresa

Fuente: (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2019)

Elaboración: Propia

En la figura N°1, se muestran los pasos a seguir para la constitución y registro de una empresa la cual empieza con la reserva del nombre o razón social, en el cual se debe completar el respectivo formulario (ver figura 2); para así buscar y reservar el nombre ONION EXPORT S.A.C. en SUNARP, seguidamente se debe presentar ante una notaría para que elabore y eleve la escritura pública y ser debidamente inscrito en los Registros Públicos y por último, la empresa quedará registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Cabe resaltar y es un punto muy importante en estos tiempos de pandemia que en la actualidad se puede realizar reserva de nombre Vía web, así como también vigencia poder, entre otros trámites.

A continuación, se muestra el formulario para solicitar la reserva del nombre en la SUNARP:



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI° CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución

Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL

S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Lima, _____ de _____ del 20 ____

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



Figura 2. Formulario de solicitud de reserva de nombre de persona jurídica

Fuente: (SUNARP, 2020)

En la figura N°2, se muestra el formulario que se debe completar con la información solicitada para la reserva del nombre de persona jurídica.

La siguiente imagen indica como hacer la reserva del nombre a registrar de manera virtual:

[\[Ver Consejo\]](#)

RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA PARA (seleccionar el que corresponda)

Constitución Modificación de Estatuto

DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL cuya reserva solicita

Sólo se admite hasta 250 caracteres en Razón Social o Denominación y 100 caracteres para la Denominación Abreviada

Denominación Razón Social

1. *

2.

3.

4.

5.

TIPO DE PERSONA JURÍDICA

* *

DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA

Departamento * Provincia *

Tener en cuenta que si el pago no lo hace en línea, tendrá que realizarlo en la oficina correspondiente al departamento y provincia que elija.

* Los datos son obligatorios.

Estimado solicitante, UD. podrá llenar desde 01 hasta 05 denominaciones o razones sociales.

Sólo se concederá la reserva de una de ellas, en orden excluyente, y sólo si resulta procedente de la calificación registral.

Figura 3. Solicitud de reserva de nombre – Vía Web

Fuente: (SUNARP, 2020)

En la figura N°3, se observa la solicitud virtual para la reserva del nombre de persona jurídica.

2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Según la División de estadística de las Naciones Unidas (2009) en 1948 se aprobó la resolución 149 A (VII) de la versión original de la clasificación Industrial Internacional Uniforme, en la cual recomienda que todos los gobiernos de los Estados miembros adopten la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, por industrias de todas las ramas de la actividad económica.

En Perú, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha establecido la nueva revisión (CIIU Revisión 4) con el fin de tener una información

más real, por lo cual la SUNAT lo implementó como un dato importante en el registro del RUC. La empresa ONION EXPORT S.A.C dedicada al rubro de la exportación de cebolla amarilla. (INEI, 2010)

Tabla 2.0113 *Cultivo de hortalizas, raíces y tubérculos*

0113 CULTIVO DE HORTALIZAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS

Esta clase incluye:

- El cultivo de hortalizas de hoja o de tallo, como: alcachofas, espárragos, repollos, lechugas, espinacas y otras hortalizas de hoja o de tallo.
- El cultivo de hortalizas de fruto, como: pepinos, pepinillos, tomates, berenjenas, sandías, melones y otras hortalizas de fruto.
- El cultivo de hortalizas de raíz, bulbosas o tuberosas, como: zanahorias, nabos, ajos, cebollas, puerros y otras hortalizas de raíz, bulbosas o tuberosas.
- El cultivo de hortalizas de flor como la coliflor y el brócoli.
- El cultivo de setas (hongos) y trufas.
- El cultivo de semillas, excepto semillas de remolacha no azucarera.
- El cultivo de remolacha azucarera.
- El cultivo de otras hortalizas.
- El cultivo de raíces y tubérculos, como: papa, batata o camote, yuca, ñame, arracacha y otras raíces y tubérculos.

Esta clase excluye:

- El cultivo de semillas de hongo. Se incluye en la clase 0130, «Propagación de plantas (actividades de los viveros, excepto viveros forestales)».
- El cultivo de ajíes y pimientos, al igual que otras especias y plantas aromáticas. Se incluye en la clase 0128, «Cultivo de especias y de plantas aromáticas y medicinales».
- La fabricación de alcohol carburante a partir de hortalizas, raíces y tubérculos. Se incluye en la clase 2011, «Fabricación de sustancias y productos químicos básicos».

Fuente: (DANE, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°2, se logra apreciar la clase 0113 la cual hace referencia a la actividad económica (cultivo de hortalizas, raíces y tubérculos) , por ende la cebolla amarilla pertenece a esta familia.

2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La empresa ONION EXPORT S.A.C iniciará su funcionamiento en la Ciudad de Ica, ya que es una zona donde se comercializa la cebolla amarilla, sin embargo, se realizará un estudio de factores detallados a continuación para verificar si es que es factible la ubicación.

Tabla 3. *Potenciales lugares para ubicar a la empresa*

OPCIONES	CIUDAD
A	ICA
B	PISCO
C	CHINCHA

Elaboración: Propia

En la tabla N°3, se muestra una relación de los lugares potenciales para establecer la ubicación de la empresa ONION EXPORT S.A.C, teniendo como principal ubicación a la ciudad de Ica (A), seguido por Pisco (B) y como tercera opción a Chincha (C).

Tabla 4. Ponderación de los factores para ubicación del proyecto

FACTORES	PESO RELATIVO	CLASIFICACIÓN		
		ICA	PISCO	CHINCHA
CERCANÍA A PROVEEDORES	30%	3	2.4	2.1
COSTO DE INSTALACIÓN	25%	2.5	2	1.25
COSTOS LABORALES	20%	1.6	1.6	1.4
CERCANÍA A PUERTO	25%	2.25	2	1.75
TOTAL	100%	9.35	8	6.5

Elaboración: Propia

En la tabla N°4, se observa una comparativa de factores como son; cercanía a los proveedores, costo de instalación, costos laborales y cercanía a puerto, entre las 3 ubicaciones potenciales para situar a la empresa ONION EXPORT S.A.C, quedando en evidencia que la ciudad de Ica posee un puntaje de 9.35 llevando gran ventaja a Chincha, por consecuencia Pisco sería el segundo lugar factible quedando con un puntaje de 8.

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

El principio de una empresa en marcha es establecerse en el mercado y lograr una permanencia, es la proyección al futuro de la empresa que entra en vigencia en cuanto se registran sus primeras actividades financieras.

Establecer los objetivos es fundamental para el éxito de toda empresa, ya que permiten establecer un curso a seguir y enfocar esfuerzos en equipo en una misma dirección.

A continuación, detallaremos los objetivos de la empresa ONION EXPORT S.A.C:

➤ **OBJETIVO GENERAL**

- Determinar la viabilidad del plan de negocio

➤ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Consolidar nuestra marca en el mercado
- Ser líderes en la exportación de cebolla amarilla.
- Establecer el mejor proceso de exportación.
- Que las ventas crezcan en un 5% en 2 años.
- Mantener un estricto control de calidad en todos los productos que se reciben y despachan, asegurando la excelente calidad de nuestros productos.
- Posicionar nuestro producto en varios mercados internacionales.

➤ **MISIÓN**

Somos una empresa comprometida con el mejoramiento continuo de nuestros productos, motivando y comprometiendo a nuestros colaboradores en brindar un producto de excelente calidad.

➤ **VISIÓN**

Ser una empresa líder en la exportación de cebolla amarilla satisfaciendo al mercado internacional desarrollando un crecimiento continuo e innovación en base a valores.

➤ **VALORES**

- **COMPROMISO**

Compromiso con nuestros colaboradores, proveedores y clientes en las entregas de productos y precios pactados.

- **COMUNICACIÓN**

La empresa apuesta por un manejo de información con todos los miembros de cada área, transmitiendo un conocimiento general a los clientes.

- **CALIDAD**

La calidad brindada es la base de nuestro mejoramiento continuo, ya que ello nos permite ser reconocidos por ser una empresa que brinda un producto de calidad

- PUNTUALIDAD

La puntualidad en las reuniones, en las fechas pactadas son detalles importantes que se tiene en cuenta como base de una fidelización empresarial.

- RESPONSABILIDAD

La empresa y todo personal que colabora en ella serán responsables de cada labor y función que realice, así como también los altos directivos serán responsables de todas las decisiones tomadas.

2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características

De conformidad con el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, la Micro y Pequeña empresa (MYPE) es definida como toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (SUNAT, 2019)

Según la La Cámara (2020), existen ciertas características entre la microempresa y la pequeña empresa, la cual serán explicadas a continuación:

➤ CARACTERÍSTICAS DE LA NORMA PARA LA MICROEMPRESA

Se considera microempresa a aquella cuyas ventas brutas anuales no excedan de 150 UIT (S/. 645,000 para el 2020)

- El empleador, no está obligado a pagar ESSALUD sino el Sistema Integral de Salud (SIS).
- El Empleador no está obligado a pagar CTS.

- El Empleador no está obligado a pagar gratificaciones ni en Julio ni en diciembre.
- El periodo de vacaciones es de 15 días.

➤ **CARACTERÍSTICAS DE LA NORMA PARA LA PEQUEÑA EMPRESA**

Se considera pequeña empresa a aquella cuyas ventas brutas anuales excedan de 150 UIT hasta 1700 UIT (S/645,000 soles hasta S/7,310,000 soles para el 2,020).

- El empleador, está obligado a pagar ESSALUD para sus trabajadores.
- El Empleador está obligado a pagar CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios hasta alcanzar un máximo de 90 remuneraciones diarias.
- El Empleador está obligado a pagar gratificaciones en Julio y en Diciembre (50% de la Remuneración del trabajador).
- El periodo de vacaciones es de 15 días.
- El Trabajador debe optar por el Sistema Nacional de Pensiones o por el Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- El Trabajador tiene derecho a un seguro complementario de trabajo de riesgo a cargo de su empleador; y a un seguro de vida

La empresa ONION EXPORT S.A.C se acogerá al régimen MYPE tributario por ser una persona jurídica con ventas que no superan los 1700 UIT.

2.6 Estructura Orgánica de la Empresa

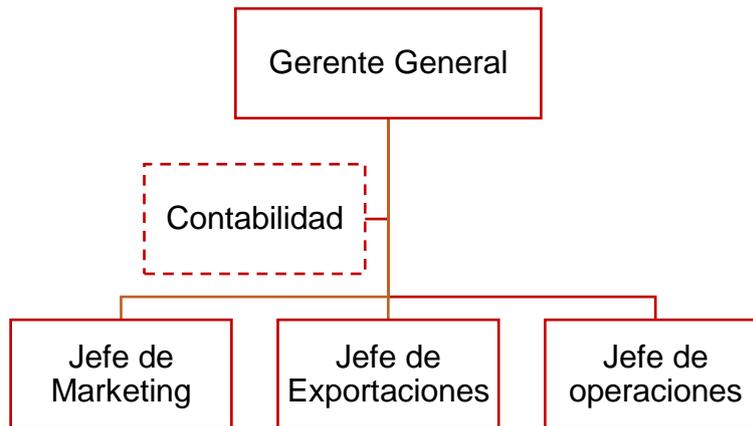


Figura 4. Estructura Orgánica de ONION EXPORT S.AC

Elaboración: Propia

En la figura N°4, se aprecia la estructura orgánica que tendrá la empresa ONION EXPORT S.AC en su conformación.

➤ JUNTA DE ACCIONISTAS

La empresa ONION EXPORT S.AC estará conformada por dos socios, en esta área de la empresa se tomarán las decisiones determinantes en conjunto, la cual la junta será constituida de la siguiente manera:

- Wilson Antonio Boulanger Zuñe con el 50%.
- Agustín Boulanger Zuñe con el 50%

➤ GERENTE GENERAL

El gerente general será el encargado y el representante legal de ONION EXPORT S.AC, pues este tiene la gran responsabilidad de encaminar y llevar el control de la empresa, de plantear los objetivos y planes para cada año,

establecer metas para lograr un crecimiento como empresa en plazos determinados.

➤ **CONTABILIDAD**

La persona encargada de esta área tendrá la responsabilidad de llevar el tema económico en el camino correcto, sosteniendo a la empresa según lo establecido por ley.

➤ **JEFE DE MARKETING**

El jefe de marketing será el encargado de la correcta difusión de la empresa ONION EXPORT S.AC, realizar estrategias de posicionamiento y publicidad.

➤ **JEFE DE OPERACIONES**

Es el encargado de la logística interna, supervisa y coordina las operaciones con el gerente y el jefe de exportaciones para descartar o tratar de minimizar los cuellos de botellas existentes.

➤ **JEFE DE EXPORTACIONES**

Es el encargado de la logística externa, de mantener una comunicación constante con los proveedores y con los clientes para cumplir con los contratos pactados.

2.7 Cuadro de asignación personal

ONION EXPORT SAC contara con 6 trabajadores, los cuales se acogerán el régimen especial laboral.

Tabla 5. Cuadro de asignación de personal

N.º de Orden	Descripción del Cargo	Cantidad	Sueldo
1	Gerente General	1	2,000.00
2	Jefe de Marketing	1	1,800.00
3	Jefe de Exportaciones	1	1,800.00
4	Jefe de Operaciones	1	1,200.00
5	Seleccionadores	2	930.00
6	Personal de Limpieza	1	930.00
7	Seguridad	1	930.00

Elaboración: Propia

En la tabla N°5, se observa la descripción de los puestos con el respectivo sueldo que será retribuido a cada uno de los trabajadores de la empresa ONION EXPORT SAC.

Cabe recalcar que el área contable será tercerizada por lo que los pagos serán por recibo por honorarios.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Toda sociedad debe adoptar alguna de las formas previstas en la Ley N° 26887 (ley general de sociedades). Las sociedades sujetas a un régimen legal especial son reguladas supletoriamente por las disposiciones de la presente ley. La comunidad de bienes, en cualquiera de sus formas, se regula por las disposiciones pertinentes del Código Civil. (El Peruano, 2020)

Tabla 6. *Comparativa de sociedades*

MODALIDAD	FORMAS SOCIETARIAS		
	S.R.L.	S.A.C.	S.A.
CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 socios participacionistas	De 2 a 20 accionistas. El accionista que desee transferir sus acciones debe comunicarlo a la sociedad y solicitar la aprobación de esta.	De 2 accionistas como mínimo. No existe número máximo.
DENOMINACIÓN	"Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."	"Sociedad Anónima Cerrada, o de las siglas "S.A.C."	"Sociedad Anónima", o de las siglas "S.A."
ORGANOS	- Junta general de Socios. - Gerentes.	- Junta general de Accionistas. - Directorio. - Gerencia.	- Junta general de Accionistas. - Directorio. - Gerencia.
CAPITAL SOCIAL	El capital es representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%.	Los aportes pueden ser en moneda nacional y/o extranjera, en contribuciones tecnológicas e intangibles. El capital es representado por acciones y deberá estar suscrito completamente y cada acción pagada por lo menos en un 25%.	Los aportes pueden ser en moneda nacional y/o extranjera, en contribuciones tecnológicas e intangibles. El capital es representado por acciones y deberá estar suscrito completamente y cada acción pagada por lo menos en un 25%.
DURACIÓN	Indeterminada	Determinado o Indeterminado	Determinado o Indeterminado

Fuente: (El Peruano, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°7, se muestra un comparativo de las sociedades bajo respaldo de la Ley General de Sociedades N°26887, donde se indican las características,

denominación, órganos, capital social y duración respectivamente de la S.R.L, S.A.C, S.A.

La empresa ONION EXPORT SAC se constituirá como una sociedad anónima cerrada la cual se acogerá a la Ley General de Sociedades N° 26887 y contará con 2 asociados que se dividirán las acciones y aportarán el capital social en partes iguales.

2.9. Registro de Marcas y Procedimiento en INDECOPI

Según el INDECOPI (2020) una marca es cualquier signo que sirve para identificar y diferenciar productos y servicios en el mercado. Una marca puede ser una palabra, combinaciones de palabras, figuras, símbolos, letras, cifras, formas determinadas de envases, envolturas, formas de presentación de los productos, o una combinación de estos elementos, entre otros. El registro de la marca ofrece seguridad jurídica, así podrás impedir que otros registren o utilicen signos confundibles de la misma, con el registro consolidas un activo, el mismo que al tener un valor en el mercado puede ser empleado para respaldar un crédito u otro tipo de obligación. El registro de la MARCA será en INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) por lo cual tenemos que seguir los siguientes pasos:

Tabla 7. *Pasos para registrar una marca*

Nº DE PASOS	PASOS PARA REGISTRAR UNA MARCA
1	ELEGIR DE LA MARCA
	<p>Ser creativo, elegir una marca que represente a la empresa, que sea fácil de recordar para el público en general.</p> <p>La marca no debe incurrir con signos, palabras, gráficos, entre otros que sean prohibidos al momento de registrarla.</p> <p>Está prohibido copiar marcas existentes</p>
2	CLASIFICAR LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
	<p>Se debe identificar la clase o categoría en la que se encuentra el producto que se va a comercializar, para lo cual se puede emplear el buscador PERUANIZADO</p>
3	REALIZA LAS BÚSQUEDAS DE ANTECEDENTES
	<p>Se realiza una búsqueda de antecedentes fonéticos y/o figurativos los cuales detallan los datos de los signos distintivos similares o idénticos a la marca a registrar</p> <p>La interpretación es gratuita</p>
4	LLENA EL FORMULARIO DE SOLICITUD
	<p>Llena dos ejemplares del formato de solicitud de registro, uno será tu cargo.</p>
5	PAGA LA TASA Y PRESENTA LA SOLICITUD EN MESA DE PARTES
	<p>Si solicitas el registro en una sola clase, debes depositar la suma de S/. 534.99 nuevos soles</p> <p>Si solicitas en más de una clase, por cada clase adicional, deberás abonar la suma de S/. 533.30 nuevos soles.</p>

Fuente: (INDECOPI, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°8, se muestran los cinco pasos a seguir para el registro de una marca ante el INDECOPI; como primer paso se debe elegir el nombre de la marca,

por consiguiente, la clasificación del producto o servicio que se ofrece, como tercer paso se realiza la búsqueda de los antecedentes de la marca donde se verificara la fonética de esta, por cuarto paso es el registro del formulario de la solicitud y por último hacer los pagos correspondientes.

➤ **¿CÓMO ES EL TRÁMITE DEL REGISTRO DE UNA MARCA?**

Según la Plataforma digital única del Estado Peruano (2020), esta detalla los cinco pasos para realizar el tramite del registro de marca la cual se especifica de esta manera:

- **DESCARGA Y LLENA EL FORMULARIO DE SOLICITUD**

Descargar y llenar el formulario con los datos correspondientes de la persona/empresa que representas. Indicar qué tipo de signo vas a registrar, la dirección del domicilio donde se enviarán las notificaciones, y la(s) clase(s) en las que deseas registrarlo(s).

**DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE**

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

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____			
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
ONION EXPORT SAC		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/>	
Nacionalidad / País de Constitución: PERÚ		10740755817	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):			
WILSON ANTONIO BOULANGGER ZUÑE			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección:			
Distrito: Referencias de domicilio:		Provincia: Departamento: ICA	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecoopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.			Número de teléfono fijo y/o celular 987855692

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):
 (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante el señalado en el encabezado del documento de poder, en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

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

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

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

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

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

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

Figura 5. Solicitud de registro de marca

Fuente: (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2020)

En la figura N°5, se observa el formulario que dispone el INDECOPI para el correcto llenado de los datos de la solicitud del registro de marca

- REALIZA EL PAGO

Se debe realizar el pago de S/ 534.99 en el Banco de la Nación o Banco de Crédito usando el código 201000562. Si se desea registrar en más de una clase, se debe pagar S/ 533.30 por cada clase adicional usando el código 201000599.

- PRESENTA LA SOLICITUD EN INDECOPI

Se debe presentar los requisitos mencionados, incluyendo 2 copias del formato de solicitud correctamente llenado y la imagen de la marca. Se asignará un número de expediente y esa será la constancia de haber realizado la solicitud.



Figura 6. *Imagen de la marca ONION EXPORT S.A.C*

Elaboración: Propia

En la figura N°6, se muestra la imagen de la marca ONION EXPORT S.A.C, pues será la imagen representativa de esta una vez registrada.

- REVICION DE LA PUBLICACIÓN DE LA MARCA

Las solicitudes son publicadas oficialmente a través de La Gaceta Electrónica de Indecopi. Durante 30 días, cualquier persona puede oponerse al registro de la marca registrada. Se notificará cuando se publique y también en el eventual caso de que alguien presente alguna oposición.

- EVALUACIÓN DE LA MARCA

Una vez pasado el período de publicación (haya o no oposición), el registro será enviado para ser evaluado y llegará una notificación, sea la respuesta positiva o negativa.

Si el resultado es positivo, la marca estará registrada y llegará una notificación para coordinar la entrega del certificado de registro de marca.

2.10. Requisitos y trámites municipales

La empresa ONION EXPORT S.A.C se encontrará ubicada en la ciudad de Ica es por ello que el permiso municipal solicitado se rige a ciertos requisitos:

- Presentar el Formato de Trámite Interno (FTI) debidamente llenado por el solicitante o su representante legal. Ver anexo 1
- Constancia de haber Aprobado la Inspección Conjunta o Certificado Inspección Técnica de Detalle o Multidisciplinaria de Seguridad de Defensa Civil.
- Autorización Sectorial para los casos específicos
- Copia Fedateada del DNI del solicitante o de su representante legal.
- Copia Fedateada del RUC del solicitante.
- Copia Literal expedida por SUNARP, escritura pública o contrato de arrendamiento o cualquier otro documento que acredite la posesión del local comercial.
- Plano de Ubicación y Localización a escala adecuada, según el caso con coordenadas UTM. Plano de Arquitectura (Plantas, Cortes, elevaciones).
- Copia certificada de la Vigencia de Poder expedida por SUNARP. (Sólo en caso de Personas Jurídicas)
- Adjuntar Tres Fotografías tamaño Cané.
- Recibo de pago de Derecho de Trámite, (adjuntar al expediente).

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades

La empresa ONION EXPORT SAC una vez constituido y legalizado el nombre comercial, deberá registrarse para la obtención del ruc teniendo en cuenta los siguientes pasos:

➤ OBTENCIÓN RUC:

Es un padrón en el que toda empresa formal debe incurrir a tramitar para el registro de los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT. (SUNAT, 2020)

Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos, además del usuario y clave sol que servirá como identificación para futuros tramites la cual es confidencial y de uso permanente y obligatorio en todo trámite ante la SUNAT. (SUNAT, 2020)

Para que la empresa ONION EXPORT SAC pueda obtener el número de RUC se deberán tener en cuenta los siguientes requisitos:

- DNI, Carné de Extranjería, Carné de Identidad emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Carné de Permiso Temporal de Permanencia o Pasaporte con calidad migratoria para la generación de renta de fuente peruana.
- DNI del representante legal, si un tutor o curador realiza el trámite.

- Si un tercero realiza el trámite: carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de Sunat, con autorización expresa para realizar la inscripción en el RUC (solo presencial).
- Si la dirección a registrar es distinta a la del DNI: cualquier documento privado o público en que figure dicho domicilio fiscal
- Formulario 2119 completo (solo presencial). Ver anexo 2
- Solicitar el código de usuario y clave de acceso (Clave SOL), lo que permitirá realizar diversos trámites a través de Internet, tales como pagar y presentar tus declaraciones, entre otros trámites.

ONION EXPORT SAC, se acogerá al REGIMEN MYPE TRIBUTARIO, el cual cuenta con las siguientes características:

- Es un régimen que beneficia a las micro y pequeñas empresas, con el objetivo de promover su crecimiento, con condiciones más fáciles para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- Los ingresos anuales no deben superar las 1700 UIT o S/ 7, 310,000.00 en el año.

Las ventajas y beneficios que te ofrece el régimen son:

- El pago de tributos se hace de acuerdo a la ganancia obtenida
- Tasas reducidas.
- Es un régimen diversificado para cualquier actividad económica.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago.
- Llevar libros contables en función de tus ingresos.

En este régimen se realizan declaraciones mensuales, en el cual se determina el pago de dos impuestos:

- El Impuesto General a las ventas (IGV) del 18%.
- El impuesto a la renta depende del monto de ingresos que estés obteniendo.
- En el caso del Impuesto a la Renta, si los ingresos no superan las 300 UIT, se pagará el 1% de los ingresos netos mensuales. En caso contrario, se abonará el 1.5%.
- Similar es el caso para determinar la Renta Anual en el RMT: si esta es de hasta 15 UIT, se pagará el 10%. Si se supera esa cifra, se asumirá el 29.5%.

En el caso del RMT, el número de libros contables que se lleven dependerá de la cantidad de ingresos que se obtenga al año.

- Si la empresa cuenta hasta 300 UIT de ingresos netos, solo deberá llevar Registro de ventas, de compras y el Libro Diario de Formato Simplificado.
- En caso los ingresos netos se encuentren entre 300 y 500 UIT, se debe tener Registro de Ventas e Ingresos, Registro de Compras, Libro Mayor y Libro Diario.
- Finalmente, si los ingresos van entre 500 y 1700 UIT, estas obligado a llevar los libros antes mencionados, más un Libro de Inventarios y Balances.

2.12. Registro de Planilla Electrónica

La planilla electrónica es un documento en el que detallamos la información de los trabajadores, pensionistas, empleadores, prestadores deservicio, etc.

Por lo tanto, la empresa ONION EXPORT SAC tendrá registrada toda la información laboral de sus empleadores en el PLAME.

Se compone de dos documentos:

- El T-Registro
- Planilla Mensual de Pagos (PLAME)

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Figura 7. Planilla PLAME y T-Registro

Fuente: (SUNAT, 2020)

En la figura N°7, se puede observar la planilla PLAME y los pasos a seguir para el registro de la información solicitada de los trabajadores en planilla de la empresa ONION EXPORT SAC.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

Según la SUNAT (2020) el Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus

conductores y empleadores. El régimen laboral especial de las MYPES fue creado para fomentar la formalización y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

ONION EXPORT S.A.C se registrará al régimen especial laboral como pequeña empresa.

A continuación, se presentan dos tablas explicativas de las similitudes o diferencias entre el régimen laboral general o común, microempresa y pequeña empresa:

Tabla 8. *Derechos laborales comunes al régimen laboral general y régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa*

DERECHOS LABORALES COMUNES AL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA				
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	DE	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
REMUNERACIÓN MÍNIMA VITAL		Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital de 930.		
JORNADA MÁXIMA DE TRABAJO	DE	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo.		
DERECHO AL REFRIGERIO	AL	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.		
DESCANSO SEMANAL OBLIGATORIO		Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados		
LICENCIA PRE-NATAL Y POST-NATAL	PRE-POST	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 49 días de descanso prenatal y 49 días de descanso postnatal.		

LICENCIA POR PATERNIDAD El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 10 días con ocasión del nacimiento de su hijo.

VACACIONES TRUNCAS Son vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.

Fuente: (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2019)

Elaboración: Propia

En la tabla N°9, se muestra las similitudes de los derechos laborales entre el régimen laboral general, microempresa y pequeña empresa, especificándose cada uno de los beneficios de los trabajadores como; la remuneración mínima vital, las horas totales máximas de trabajo, derecho a descanso y/o refrigerio, días de descanso, licencia por maternidad y paternidad, y vacaciones trucas.

Tabla 9. *Diferencias entre el régimen laboral general y el régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa*

DIFERENCIAS ENTRE EL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y EL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso por cada año completo de servicio.	Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositada en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad.	No.	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad).
SEGURO DE SALUD	ESSALUD, lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS)	ESSALUD
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y en contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital.	No.	No.

Fuente: (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2019)

Elaboración: Propia

En la tabla N°10, se muestran las diferencias laborales entre el régimen laboral general, microempresa y pequeña empresa, detallándose las especificaciones de cada una de ellas tales como; vacaciones, CTS, gratificaciones, seguro de salud, indemnización por despido arbitrario, y asignación familiar notándose que esta última solo hace referencia al régimen laboral general.

2.14. Modalidades de contratos laborales

Los contratos de trabajo sujetos a modalidad pueden ponerse en marcha cuando así lo requieran las necesidades del mercado o mayor producción de la empresa, así como cuando lo exija la naturaleza temporal o accidental del servicio que se va a prestar u obra que se va a ejecutar. (Ferro Delgado, 2019)

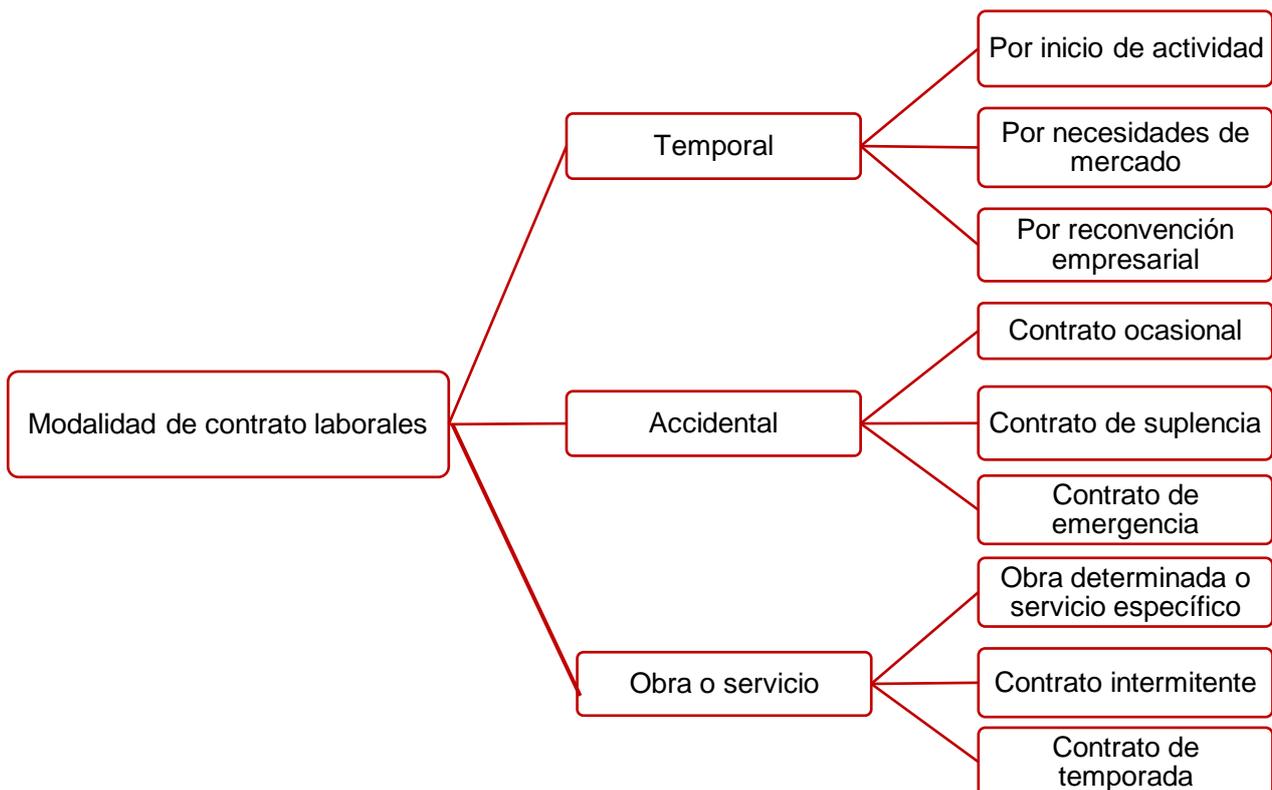


Figura 8. *Modalidad de contrato laborales*

Fuente: (Ferro Delgado, 2019)

Elaboración: Propia

En la figura N°8, se detallan los 3 tipos de contratación sujetos a modalidad las cuales son; contratación temporal, contratación de naturaleza accidental, y contratación de obra o servicio.

ONION EXPORT SAC para la contratación de su personal, usará la modalidad de contrato temporal para todos sus trabajadores por 1 año.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

ONION EXPORT SAC elaborará contratos comerciales con sus proveedores y clientes colombianos de forma escrita para poder dejar constancia los términos del acuerdo mutuo donde se abarcarán todos los aspectos comerciales, este tipo de contrato se le conoce como contrato de compra y venta internacional; que representa a una de las operaciones básicas del comercio exterior.

La responsabilidad de los socios radica de acuerdo con el aporte que se haya hecho a la empresa. La empresa contará con un gerente general quien será el encargado de tomar todas las decisiones sobre contratos, ventas y servicios que se brinda, así como también en el planeamiento de la empresa.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto por exportar será la cebolla amarilla que tiene como principales características un sabor intenso suave, esto debido a su contenido en azufre, siendo superior a otras variedades de cebolla.

Onion Export S.A.C., exportará la cebolla amarilla en mallas de 25kg c/u, a las cuales se les añadirá precintos para su seguridad, esto ayudará en su manipuleo. Se propone a exportar cebolla amarilla dulce debido a que es un producto que aporta al consumidor muy pocas calorías, es rica en vitamina A, B y C, es antioxidante, proporciona hierro, potasio, magnesio y calcio. La cebolla amarilla gracias a su fibra, vitaminas y propiedades ayuda a la prevención de diferentes enfermedades como por ejemplo el cáncer al estómago, colon, páncreas, seno, entre otros. Cabe resaltar que la cebolla es uno de los productos más consumidos a nivel mundial.

La cebolla es una hortaliza que pertenece a la familia Allium y tiene su origen en Asia Central, teniendo como referencia de cultivo hacia el 3200 A.C.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (2015) en el Perú se reconocen 3 variedades de cebolla, las cuales son la cebolla blanca, cebolla amarilla y cebolla morada., en el mercado norteamericano el índice de consumo es de 80% de cebolla amarilla, 10% de cebolla blanca y 10% de cebolla morada.

Una de las fortalezas de Perú, la cual beneficia la siembra de nuestro producto a exportar es la gran variedad de climas pues, las semillas de la cebolla germinan desde los 7 a 33 °C, sin embargo, el rango recomendado para el cultivo de la cebolla amarilla es a partir de los 15°C y también se recomienda que se cultive en lugares con mucho sol. Como consecuencia de dichas recomendaciones, nuestras principales regiones para la siembra de nuestro producto son: Arequipa, Ica, Lima, Ancash, La libertad y Lambayeque (Olmos). (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015)

El mercado internacional se ha tornado muy atractivo para la cebolla cultivada en el Perú y es por ello que se puede apreciar en el crecimiento de las

exportaciones peruanas de cebolla amarilla dulce y cebolla roja. El comercio internacional aporta grandes oportunidades para el sector productivo de la cebolla.

3.1.1. CLASIFICACION ARANCELARIA

A continuación, se muestra la partida arancelaria de origen:

Tabla 10. *Clasificación arancelaria de la cebolla amarilla en el Perú*

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	
PARTIDA ARANCELARIA	0703100000
SECCIÓN II	Productos del reino vegetal
CAPÍTULO 7	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
07.03	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas (incluso silvestres) aliáceas, frescos o refrigerados.
0703.10.00.00	Cebollas y chalotes

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°11, se detalla la partida arancelaria de la cebolla amarilla la cual fue obtenida de la data de la Sunat, también se observa que pertenece a la sección II, capítulo siete, código 07.03 y subpartida 0703.10.00.00.

3.1.2. PROPUESTA DE VALOR

De acuerdo con el modelo de ventaja competitiva de Porter existen 3 tipos de ventajas competitivas (enfoque, liderazgo de costos y diferenciación) de los cuales la empresa ONION EXPORT SAC se registrará en liderazgo de costos (bajo costos) y diferenciación (imagen), esta última se realizará gracias a que nuestro principal país de destino el 80% de su servicio de venta al por menor de los alimentos son los supermercados.

Las estrategias genéricas de Michael Porter son un conjunto de estrategias competitivas (estrategias que buscan el desarrollo general de una empresa), propuestas por el profesor e investigador Michael Porter. (Medrano Cristóbal & Rodríguez Hidalgo, 2020)

Según Medrano Cristóbal & Rodríguez Hidalgo (2020) estas estrategias buscan especialmente obtener una ventaja competitiva para la empresa, ya sea a través de un liderazgo en costos, una diferenciación o un enfoque.

- **Estrategia de liderazgo de costes:** La estrategia de liderazgo en costos consiste en la venta de productos al precio unitario más bajo disponible en el mercado a través de una reducción en los costos. Esta estrategia podría implicar ofrecer productos otorgando la mejor relación valor-precio (ofrecer productos de igual o mejor calidad que los de la competencia, pero a un menor precio), o simplemente ofrecer productos al menor precio disponible. A través de la aplicación de esta estrategia se busca principalmente obtener una mayor participación en el mercado y, por tanto, aumentar las ventas, pudiendo llegar al punto de sacar del mercado a los competidores que no puedan hacerle frente.
- **Estrategia de diferenciación:** La estrategia de diferenciación consiste en producir o vender productos considerados únicos en el mercado y que ofrezcan algo que les permita diferenciarse o distinguirse de los de la competencia. A través de la aplicación de esta estrategia se busca principalmente la preferencia de los consumidores, pudiendo llegar al punto de aumentar los precios en caso de que éstos reconozcan las características diferenciadoras del producto.

- **Estrategia de enfoque:** La estrategia de enfoque consiste en concentrarse en un segmento específico del mercado; es decir, concentrar los esfuerzos en producir o vender productos que satisfagan las necesidades o preferencias de un determinado grupo de consumidores dentro del mercado total que existe para los productos. A través de la aplicación de esta estrategia se busca especializarse en un mercado reducido, pero bien definido y, por tanto, ser más eficiente de lo que se sería atendiendo a un mercado amplio y variado.

La propuesta de valor es la venta directa, sin intermediarios lo que genera una alta reducción de costos y una mejora en la calidad del producto a vender, significando un liderazgo de costos lo cual generaría más oferta.

Se ofrecerá un producto de calidad, ya que será totalmente natural y orgánico debido a la buena cosecha que tenemos en el país, y de buen calibre a un precio accesible hacia el mercado colombiano. Se puede ofrecer un buen precio debido a que el producto es de descarte y se le comprará a la empresa Mentor Service Trade SAC la cual en el año 2019 tuvo uno de los precios más competitivos en el mercado de EEUU, el cual fue precio FOB de 0.41 dólares.

- **LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR**

El lienzo de la propuesta de valor se entiende como un método visual compuesto por tres elementos claramente característicos: mapa de valor, que describe de manera estructurada y detallada las características de una propuesta de valor específica de un modelo de negocio. Por otro lado, el perfil del cliente, en el que se describe de manera más estructurada y detallada un segmento de clientes específico del modelo de negocio. Por último, se tiene que conseguir un encaje cuando el mapa de valor coincide con el perfil del cliente, cuando los productos

y servicios ofrecidos por la empresa son aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías hacia el cliente.

A continuación, se aplicará el lienzo de propuesta de valor a la empresa Onion Export SAC:

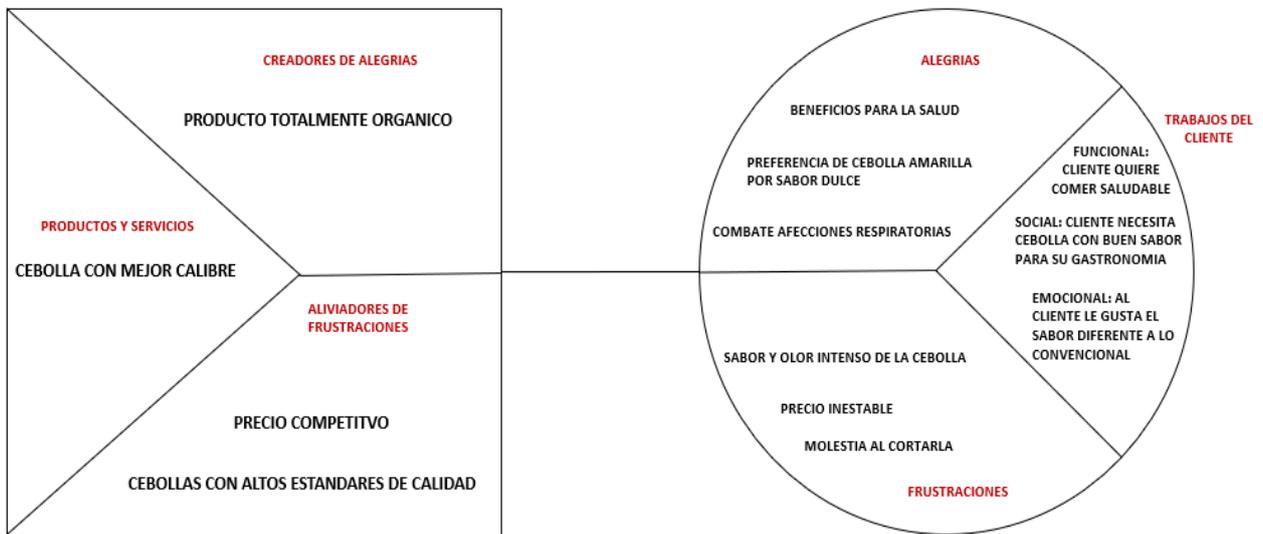


Figura 9. *Lienzo propuesta de valor*

Elaboración: Propia

En la figura N°9, se puede observar que se ha aplicado un lienzo de la propuesta de valor a la empresa Onion Export SAC, donde la parte circular hace referencia al perfil del cliente que agrupa de una manera estructurada y detallada las tareas (funcional, social y emocional), las frustraciones y alegrías de un segmento de clientes, y en la parte cuadrada se encuentra la propuesta de valor la cual se agrupa en creadores de alegría, productos y servicios y aliviadores de frustraciones. Respecto a esta propuesta se ha conseguido un encaje ya que el mapa de valor coincide con el perfil del cliente.

- **BUYER PERSONA**

Beltrán Mora, Parrales Carvajal, & Ledesma Álvarez (2020) hacen referencia que el buyer persona trata de la construcción de un modelo de cliente ficticio idóneo de un producto o servicio que, teniendo en cuenta datos sociodemográficos precisos, así como también información sobre aspectos tales como conducta online, personal, profesional y de la relación con la empresa que ofrece el producto o servicio.

A continuación, un claro ejemplo del Buyer persona ficticio para la empresa Onion Export SAC:

Sandra Gonzales García
Gerente Comercial en una distribuidora de Cebolla en Colombia.

Sandra Gonzales García es una mujer de 35 años nacida en Ipiales, Colombia, madre de dos hijos. Ella reparte su tiempo entre el trabajo y su familia y tiene un sueldo de 8 mil dólares mensuales.

Es responsable de contactar con clientes de cebolla amarilla y abastecer a sus potenciales clientes, para lo cual ella tuvo la oportunidad de ir a una feria internacional realizada en Bogotá y conoció sobre los productos peruanos, entre ellos la cebolla amarilla la cual es muy demandada en su país.

Ella usa mucho las redes sociales, pues es más fácil de contactar con proveedores en Perú y tiene conocimiento que en Ica se cosecha muy buena cebolla, la cual se vende a buen precio a EEUU.

Entre sus objetivos está: Abastecer a las tiendas mayoristas (mercado y supermercados) para evitar roturas de stock.

Retos diarios: Contactar proveedores con precios competitivos, debido al constante cambio de precios.

Miedos o preocupaciones: Cree que la cebolla peruana será muy demandada en Colombia, la inspira y motiva la buena calidad y promoción de los productos peruanos gracias la marca Perú pero a su vez siente miedo y preocupación por variaciones de precio constantes.



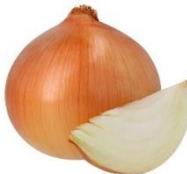
Figura 10. Buyer persona para la empresa Onion Export SAC

Elaboración: Propia

En la figura N°10, se observa que se ha aplicado un personaje ficticio que indica el cliente idóneo para la empresa Onion Export SAC, la cual se encuentra compuesta por el nombre de la persona, rasgos personales y profesionales, información demográfica, las fuentes de información que esta persona utiliza, sus objetivos, y sus miedos y preocupaciones.

3.1.3. FICHA TECNICA COMERCIAL

Tabla 11. *Ficha técnica comercial de la cebolla amarilla – partida Arancelaria 0703.10.00.00*

CEBOLLA AMARILLA	
PARTIDA: 0703.10.00.00	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados
NOMBRE COMERCIAL	Cebolla
NOMBRE CIENTIFICO	Allium cepa
DESCRIPCIÓN	Planta cuyo bulbo y tallo es comestible. El sabor en cebolla está dado por compuestos azufrados volátiles y no volátiles y en menor medida por azúcares solubles
PRESENTACIÓN	FRESCO
ESPECIES Y VARIEDADES	Amarillas Amazonas, Ancash, Apurímac, Arequipa, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica,
ZONAS DE PRODUCCION	Huánuco, Junín, Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Moquegua, Pasco, Piura, Puno, Tacna, Tumbes
USOS Y APLICACIONES	En la alimentación, se consume el bulbo fresco y también la parte aérea (sin bulbificar) como cebolla de verdeo. Se la industrializa como encurtidos en vinagre y se la deshidrata para sopas o en polvo (sal de cebolla). El consumo de cebolla está asociado con la reducción de lípidos en sangre, el colesterol y la actividad anti plaquetaria, factores que contribuyen a disminuir los riesgos de padecer enfermedades cardiovasculares.
MODO DE ENVIO	En mallas de 25kg, el traslado es vía terrestre.

Fuente: (SIICEX, 2014)

Elaboración: Propia

3.2. Investigación de mercado objetivo

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, el cliente y al público objetivo con la empresa a través, de la información procesada para identificar y definir las oportunidades y problemas de la investigación, a la vez generar, refinar y evaluar sus acciones, y mejorar las actividades o desempeño. (Bartesaghi, 2011)

En el proceso de investigación de mercados para que los resultados sean precisos y objetivos, los investigadores de mercado deben aplicar el método científico; además de ser ordenados y racionales en el enfoque, ser objetivos y evitar cualquier propensión a la intervención personal en su trabajo, e interpretar los resultados honestamente. (Bartesaghi, 2011)

Etapas en el proceso de investigación de mercados:

- Identificar y definir el problema u oportunidad,
- determinar los objetivos de la investigación,
- crear el diseño de la investigación,
- recopilar, procesar y analizar los datos, comunicar la información a la persona que toma las decisiones

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

3.2.1.1. Macro Segmentación

La macro segmentación es una técnica del marketing que nos ayuda a decidir e identificar nuestro país objetivo al que nuestro producto será exportado,

considerando diferentes factores los cuales nos permitirán saber cuál es el mercado más accesible y potencial. (Oliveri Febles & López De Zamora, 2015)

Tabla 12: *Mercados importadores de la partida 0703.10.00.*

N°	PAISES	Valor importado USD 2015	Valor importado USD 2016	Valor importado USD 2017	Valor importado USD 2018	Valor importado USD 2019
Estados						
1	Estados Unidos de América	440,265	456,114	435,898	445,024	459,085
2	Reino Unido	212,754	212,927	171,951	229,772	295,654
3	Alemania	157,827	167,730	149,719	179,332	231,499
4	Países Bajos	95,598	96,951	106,786	122,214	197,197
5	Malasia	210,991	166,753	173,934	181,336	179,596
6	Canadá	134,556	152,535	137,658	149,316	178,602
7	Japón	139,798	141,809	135,448	126,825	131,341
8	Francia	84,684	92,754	85,873	92,214	109,151
9	Bangladesh	202,067	58,107	56,960	56,812	92,388
10	Bélgica	75,390	85,296	79,401	73,797	90,106
61	Colombia	7,046	12,139	11,447	8,599	9,031.00
LOS DEMAS (212 PAISES)						
	TOTAL	3,384,798	3,146,647	3,143,414	3,346,796	3,828,753

Fuente: (TRADEMAP, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°13, se puede observar que Estados Unidos es el país que registra las mayores importaciones de cebolla a nivel mundial, teniendo así en el año 2015 un valor de \$ 440,265.00 USD, y ya para el año 2019 un valor de \$ 459,085.00 USD,

teniendo un incremento de las importaciones. Por otro lado, observamos a otros países como REINO UNIDO, ALEMANIA y PAISES BAJOS los cuales ocupan los primeros puestos a nivel mundial de importaciones de cebolla, en estos países observamos un incremento en el valor importado del año 2017 con el año 2019, lo cual nos dice que las exportaciones de cebolla están incrementando significativamente cada año. Nuestro mercado de destino en este caso es Colombia, y se encuentra en el puesto 61 a nivel mundial, teniendo en el año 2017 importaciones con un valor de USD \$ 7,046.00 y en el año 2019 USD \$ 9,031.00, mostrando un incremento del 28%.

Tabla 13: *Exportaciones Peruanas de la partida 0703.10.00*

N°	Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
1	Estados Unidos de América	50,646	47,774	52,974	49,237	59,072
2	España	4,360	6,732	7,336	12,021	14,691
3	Colombia	4,917	10,125	6,509	7,073	7,380
4	Chile	1,536	2,754	961	1,935	1,462
5	República Dominicana	0	0	0	259	776
6	Países Bajos	860	633	642	719	746
7	Nicaragua	21	256	299	143	376
8	Brasil	299	389	61	40	232
9	Ecuador	60	69	51	18	206
	LOS DEMAS (14 PAISES)	767	1,295	148	154	469
	TOTAL	63,466.00	70,027.00	68,981	71,599.00	85,571

Fuente: (TRADEMAP, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°14, se visualiza las exportaciones peruanas desde el año 2015 al 2019, obtenemos que Estados Unidos es el principal país que se exporta la partida 070310 asumiendo el primer puesto, así se verifica que las exportaciones en el año 2015 fueron de USD \$ 50,646.00 y para el año 2019 USD \$ 59,072.00 teniendo un incremento de 16%. También, encontramos a España en el 2do lugar con exportaciones en el año 2015 por un valor de USD \$ 4,360.00 y en el año 2019 USD \$ 14,691.00, teniendo un incremento muy alto del 200%. Por otro lado, nuestro mercado objetivo Colombia se encuentra en el 3er lugar teniendo exportaciones en el año 2015 con un valor de USD \$4,917.00 y en el año 2019 USD \$ 7,380.00, teniendo un incremento del 50%, esto nos indica que las exportaciones de cebolla a dicho país se están incrementan cada año, por lo cual el producto tiene mucha demanda.

Con todo esto concluimos que las exportaciones de la partida 070310 se van incrementando cada año, siendo una muy buena oportunidad de negocio en la exportación de cebolla amarilla dulce.

Para que el plan de negocios sea viable, se toman en cuenta diferentes factores los cuales nos permitirán saber cuál es el mercado más accesible. Por lo tanto, para realizar la búsqueda del mercado objetivo, se basó en la información brindada por: Doing Business, CIA, ProChile, TradeMap, Datosmacro.

Se ha elegido el mercado de Colombia, en base a distintos criterios como son: la población, PBI, aranceles, entre otros detallados a continuación:

Tabla 14: *Criterios de Selección de Mercado*

N°	CRITERIOS	CHILE	ECUADOR	COLOMBIA
A	POBLACIÓN	18.729.160	17.084.357	49.648.685
B	INDICE DE APERTURA DE UN NEGOCIO	57	177	95
C	PBI (2019)	252.035 M.E.	91.785 M.E.	289.239 M.E.
D	INFLACIÓN (2019)	3.10%	-0.40%	1.89%
E	ARANCEL	0%	0%	0%
F	RIESGO DEL PAIS	A4	D	B

Fuentes: Doing Business, CIA, ProChile, TradeMap, Datosmacro

Elaboración: Propia

En la tabla N°15, se visualizan los criterios de selección para el mercado de Chile, Ecuador y Colombia la cual se basó en; la población total, índice de apertura de un negocio, PBI, Inflación, arancel y riesgo país respectivamente. Siendo Colombia quien lleva ventaja en esta comparativa de criterios.

Tabla 15: *selección de Mercado*

N°	CRITERIOS	NIVEL DE IMPORTANCIA	CHILE	PUNTAJE	ECUADOR	PUNTAJE	COLOMBIA	PUNTAJE
A	POBLACIÓN	20%	3	0.6	2	0.4	5	1
B	INDICE DE APERTURA DE UN NEGOCIO	15%	4	0.6	1	0.15	3	0.45
C	PBI (2019)	20%	3	0.6	2	0.4	5	1
D	INFLACIÓN (2019)	20%	1	0.2	2	0.4	3	0.6
E	ARANCEL	15%	5	0.75	5	0.75	5	0.75
F	RIESGO DEL PAIS	10%	5	0.5	1	0.1	4	0.4
	TOTAL			3.25		2.2		4.2

Fuente: *Doing Business, CIA, ProChile, TradeMap, Datosmacro*

Elaboración: Propia

En la tabla N°16, se observa que para la selección del mercado se hizo un análisis con seis criterios, se indicó el nivel de importancia de dichos criterios y se procedió a colocar un puntaje que tuvo un rango del 1-5 con la cual se llegó al resultado de 4.2 (Colombia), siendo sobre saliente a comparación de Chile y Ecuador.

Al ser Colombia el mercado objetivo para la empresa Onion Export SAC, es fundamental saber cierta información obtenida de DATOSMACRO (2020), la cual se explica detalladamente a continuación:

- **DEMOGRAFÍA**

Según el Censo realizado en Colombia en el año 2018, la población es de más de 49.834.000 habitantes y se encuentra en la posición 29 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 44 habitantes por Km². Para el año 2050 se proyecta llegar a un máximo de 55,4 millones de habitantes.

- **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Colombia, situada en América del Sur, tiene una superficie de 1.141.749 Km² (densidad de población: 44 habitantes por Km²), por lo que puede considerarse un país grande.

- **ECONOMÍA**

Colombia es la economía número 39 por volumen de PIB. Colombia tiene una deuda pública que en 2018 fue de 146.114 millones de euros (52,16% del PIB). El PIB per cápita de Colombia, en 2019, fue de 5'804 euros, esto quiere decir que sus habitantes tienen un nivel de vida muy bajo.

Colombia se encuentra en el 65º puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

- **CONTEXTO POLÍTICO E INSTITUCIONAL**

Colombia es considerada una república unitaria y descentralizada (constitución de 1991), cuenta con un presidente que divide sus poderes en ejecutivo, legislativo y judicial.

Según la misma Constitución, el país está organizado en departamentos, distritos, municipios y territorios indígenas. El peor desempeño del país en la percepción sobre la estabilidad política y ausencia de violencia se dio en el año 2016 y otro aspecto en el que el país obtuvo una baja calificación fue el control de la corrupción y el imperio de la ley (confianza en las reglas de la sociedad).

- **COMPETITIVIDAD EN COLOMBIA**

En 2019, Colombia obtuvo 62,73 puntos en el Índice de Competitividad, publicado por el Foro económico Mundial, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad, generando una mejora debido a que en el año 2018 obtuvo 61,63 puntos. Está en el puesto 57 del ranking de competitividad mundial, de 141 países analizados. Ha mejorado en este último informe su situación, ya que en 2018 estaba en el puesto 60.

Las relaciones comerciales de Perú con Colombia se basan en dos Acuerdos comerciales, los cuales son los siguientes:

- **Comunidad Andina de Naciones (CAN):** Es un acuerdo suscrito entre Perú, Colombia, Ecuador y Bolivia. Entró en vigencia el 31/07/1997 y establece que el 100% de productos ingresan sin pagar aranceles desde el año 2005 en adelante.

- **Alianza del Pacífico:** Alianza entre Chile, Colombia, Perú, México y Japón.

Dicha alianza se firmó el 06/06/2012 y entró en vigencia el 20/07/2015 y establece que el 92% de productos ingresa sin pagar aranceles.

3.2.1.2. Micro Segmentación

La micro segmentación nos permite analizar cuál va ser nuestro mercado objetivo más pequeño, es decir identificar y satisfacer las necesidades de un segmento específico del mercado para así aprovechar mejor los recursos y focalizar las estrategias de marketing y posicionar nuestra marca. (Oliveri Febles & López De Zamora, 2015)

➤ Acerca de Ipiales

Ipiales es el segundo municipio más importante de Nariño, se encuentra ubicado al suroriente del Departamento y limita con la República de Ecuador, lo que lo hace el segundo puerto terrestre de Colombia gracias al intercambio comercial con el vecino país.

Según comunicación con una empresa en Ipiales Distribuidora de Cebolla Jorge Rivas S.A.S es una de las empresas importadoras de cebolla amarilla, por lo general la mayoría de los productos que exporta Colombia se quedan en Ipiales para después ser distribuidos a un consumidor final. La empresa Distribuidora De Cebolla Jorge Rivas S.A.S tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, Carrera 7 23 19 BRR PANAM en la ciudad de Ipiales, Nariño. El teléfono de Distribuidora De Cebolla Jorge Rivas S.A.S es el 3182673884. Esta empresa fue constituida como sociedad por acciones simplificada y se dedica al Comercio al por mayor de productos alimenticios. A continuación, se detallan otras empresas importadoras de cebolla:

Tabla 16. *Empresas importadoras en Colombia Ipiales*

EMPRESAS	DIRECCIÓN	CONTACTO
DISTRIBUIDORA COMERCIAL ABRAHAM DELGADO LTDA	CARRERA 43 12 A 95 LOCAL 2 BRR SAN PEDRO, PASTO, NARIÑO	3184732188
COMERCIALIZADORA LUHOMAR SAS	CARRERA 12 A 15 32 VIOLETAS II, PASTO, NARIÑO	(2)7212356
DISTRITIENDAS DE NARINO LTDA	CARRERA 51 18 219 TOROBAJO, PASTO, NARIÑO	(2)7225624
CORALSA LTDA	CARRERA 7 30 130, IPIALES, NARIÑO	(2)7733812
AGRO COMERCIAL DEL SUR LTDA	CALLE 6 A ESTE 2 10, IPIALES, NARIÑO	(2)7255716
DISTRICOMERCIAL IDRACSO LTDA	CALLE 14 6 18, IPIALES, NARIÑO	(2)7736674
IMEXPOSUR LTDA	CARRERA 11 13 23 BARRIO, IPIALES, NARIÑO	(2)7736041
PISCICOLA SANTA BRIGIDA E U	VEREDA SANTA BRIGIDA, CORDOBA, NARIÑO	3154675215
GRASAS DE LOS ANDES LTDA	LUGAR MISTARES 4 CASA 63, IPIALES, NARIÑO	(2)7738776
COMPANIA RALFER LTDA	VEREDA CAUPUERAN, ALDANA, NARIÑO	(2)7732755

Elaboración: Propia

En la tabla N°17, se observa una lista de las empresas importadoras de cebolla amarilla dulce ubicados en Ipiales-Colombia, cada una de ellas con sus respectivas ubicaciones y números telefónicos de contacto.

3.2.2. Tendencias de consumo

Apcho Cámara , Caballero Sime , & Miranda Barreda (2017) en su planeamiento estratégico de la cebolla concluyen que en Colombia y Chile tienen un alto consumo de cebolla y detallan que la cebolla amarilla es una de las versátiles

porque cuenta con un dulzor especial y delicado usados para platos Gourmet, aderezos caramelizados, pizzas, entre otros.

El consumo de cebolla tiene un aporte de nutrientes significativos en la dieta humana; la cebolla se emplea principalmente en el consumo de alimentos. Su principal aporte en las comidas, aparte de sus características saborizantes, está dada por el aporte de fibras, minerales y vitaminas. La cebolla es un alimento bajo en calorías, cada 100 g posee 43 Kcal, pero enriquecido en minerales (potasio, calcio, hierro y magnesio). El 89 por ciento es agua. En cuanto a su contenido vitamínico, las cebollas son ricas en vitaminas del grupo B (B1, B3, B6 y B9). (Bermúdez Reyes, 2019)

En lo relativo al consumo de cebolla, Colombia ocupa un lugar importante a nivel americano y su consumo persona- año es de 10,3 kilos frente a 8,3 kilos en el mundo.

Con base en el Perfil Nacional de Consumo de Frutas y Verduras, elaborado por la FAO y Ministerio de Salud y Protección Social, se concluyó que los departamentos con mayores índices de consumo diario de hortalizas son Norte de Santander, Santander, Bogotá, Huila y Meta. Asimismo, los productos que más registran consumo son tomate, cebolla de bulbo, zanahoria y cebolla larga, tal como se evidencia a continuación. (Asociación Hortifrutícola de Colombia, 2018)

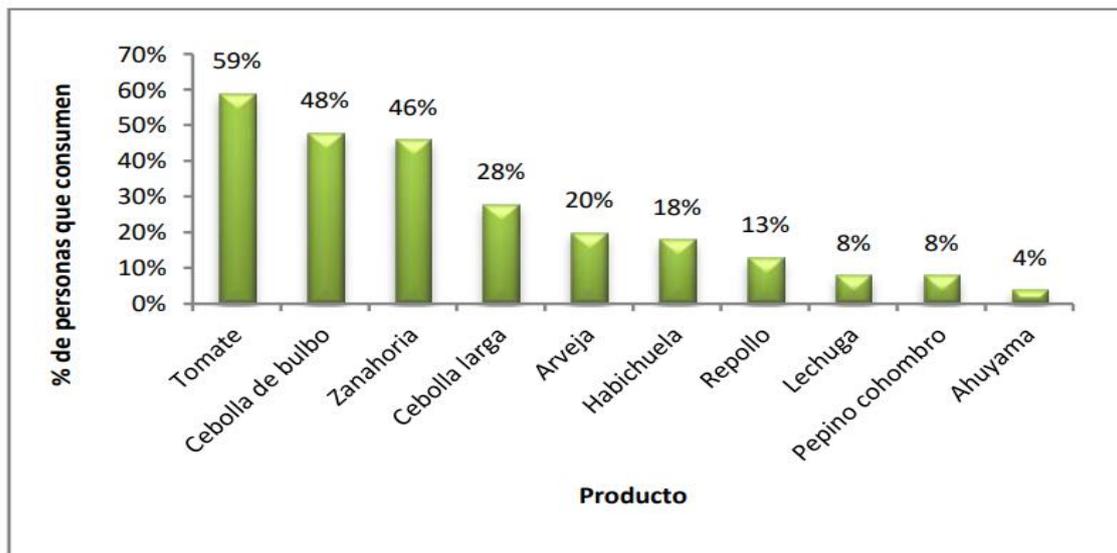


Figura 11. *Principales hortalizas consumidas en Colombia*

Fuente: (Asociación Hortifrutícola de Colombia, 2018)

En la figura N°11, se puede observar las principales hortalizas consumidas por la población colombiana, siendo la cebolla de bulbo la segunda hortaliza con mayor porcentaje de consumo ocupando el 48% del valor total en relación con las demás hortalizas.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

El análisis de la oferta y la demanda es una de las funciones básicas de coorganización. Saber qué vamos a ofrecer, a quién y a qué precio. Detectar cuál es la oferta de un producto en un sector determinado y a qué tipo de demanda le estamos ofreciendo ese producto, es fundamental para fijar el precio del mismo, entre otras cosas.

3.3.1. Análisis de la oferta

Tabla 17: Principales países de destino de la cebolla amarilla desde Perú 2015

– 2019

PAIS DE DESTINO	FOB USD	PESO NETO KG	PRECIO EN DOLARES/KG
UNITED STATES	213,374,760	513,249,013	0.42
SPAIN	7,271,910	94,506,386	0.39
PANAMA	1,506,926	4,241,655	0.36
CHILE	996,156	7,410,051	0.13
NICARAGUA	912,377	3,592,528	0.25
BRAZIL	677,746	1,297,420	0.52
NETHERLANDS	495,581	1,321,331	0.38
COLOMBIA	369,884	1,350,486	0.27
DOMINICAN REPUBLIC	140,219	315,350	0.44
COSTA RICA	91,336	244,518	0.37
CANADA	68,940	117,741	0.59
PORTUGAL	41,515	106,541	0.39
VENEZUELA	31,005	189,008	0.16
HONDURAS	26,000	45,400	0.57
ITALY	11,115	27,283	0.41
EL SALVADOR	5,722	26,830	0.21
Total	256,021,192	628,041,541	0.41

Fuente: (COMTRADE, 2019)

Elaboración Propia

En la tabla N°18, se puede resaltar los 5 primeros importadores de cebolla dulce desde Perú, Estados unido se encuentra en el primer lugar con 213, 374,760 dólares, seguido por España con 7, 271,910, Panamá con 1, 506,926, Colombia en octavo puesto con 369,884. Se decidió elegir a 3 países

en los cuales tienen como ingreso vía terrestre para poder ingresar con un precio competitivo siendo Chile, Brasil, Colombia.

Tabla 18: 10 Principales empresas Exportadoras Peruanas de Cebolla Amarilla

EMPRESAS EXPORTADORAS	FOB USD	PESO NETO KG	PRECIO USD KG
MENTOR SERVICE TRADE S.A.C.	30,320,730	73,908,803	0.41
MIRANDA INTERNACIONAL S.A.C.	27,345,922	60,465,172	0.45
BLAND FARMS (PERU) S.A.C.	23,558,532	53,956,552	0.44
AGRILOR S.A.C.	18,641,811	51,010,723	0.37
NEGOCIOS ELECTROAGRICOLAS S.A.C	19,644,842	39,971,517	0.49
KEYPERU S.A.	17,803,708	39,847,660	0.45
SHUMAN PRODUCE PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	13,567,965	39,325,502	0.35
NOVOLIZ S.A.	10,175,681	26,303,301	0.39
AGROEXPORTADORA VIRGEN DEL CARMEN S.A.C.	10,472,123	25,994,502	0.40
VIRGEN DEL CARMEN S.A.C.	6,482,595	18,662,245	0.35

Fuente: (COMTRADE, 2019)

Elaboración PROPIA

En la tabla N°19, se puede observar las 10 principales empresas peruanas exportadoras de cebolla amarillas dulce, resaltando Mentor Service Trade S.A.C. con

un precio USD promedio de 0.41/Kg, seguido Miranda International S.A.C, con 0.45 USD/Kg, Bland Farms S.A.C. con 0.44USD/Kg, Agrilor S.A.C con 0.37 USD/Kg.

3.3.2. Análisis de la demanda

Tabla 19: *Principales Importadores mundiales de la partida 070310 en Kilogramos*

N°	PAISES IMPORTADORES	CANTIDAD IMPORTADA 2015	CANTIDAD IMPORTADA 2016	CANTIDAD IMPORTADA 2017	CANTIDAD IMPORTADA 2018	CANTIDAD IMPORTADA 2019
1	Estados Unidos	485,881,000	521,177,000	549,966,000	568,121,000	543,407,000
2	Malasia	518,284,000	577,692,000	581,660,000	544,622,000	504,692,000
3	Reino Unido	390,748,000	394,857,000	341,977,000	401,467,000	457,193,000
4	Emiratos Árabes Unidos	361,140,000	358,368,000	365,305,000	343,979,000	368,169,000
5	Países Bajos	211,003,000	210,398,000	223,420,000	249,917,000	333,943,000
6	Arabia Saudita	370,453,000	356,079,000	392,691,000	381,314,000	296,019,000
7	Alemania	250,052,000	264,702,000	246,443,000	257,698,000	283,713,000
8	Japón	303,850,000	279,499,000	291,513,000	294,740,000	280,639,000
9	Sri Lanka	225,421,000	113,652,000	243,229,000	263,377,000	268,941,000
10	Bangladesh	464,588,000	322,394,000	209,703,000	262,796,000	241,080,000
61	Colombia	23,549,000	43,446,000	40,064,000	34,319,000	45,708,000
	LOS DEMAS (212)	4,143,902,000	4,466,891,000	4,392,361,000	4,735,208,000	4,762,070,000

Fuente: (TRADEMAP, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°20, se observa una lista de los principales países importadores de la cebolla en kilogramos, siendo Colombia el que ocupa el puesto 61, referente a los años desde el 2015 al 2019.

Tabla 20: Principales Importadores mundiales de la partida 070310 en valor FOB

N°	PAISES IMPORTADORES	VALOR FOB 2015	VALOR FOB 2016	VALOR FOB 2017	VALOR FOB 2018	VALOR FOB 2019
1	Estados Unidos de América	440,265	456,114	435,898	445,024	459,085
2	Malasia	210,991	166,753	173,934	181,336	179,596
3	Reino Unido	212,754	212,927	171,951	229,772	295,654
4	Emiratos Árabes Unidos	123,905	88,588	114,034	90,827	89,108
5	Países Bajos	95,598	96,951	106,786	122,214	197,197
6	Arabia Saudita	146,565	149,649	138,059	119,844	83,625
7	Alemania	157,827	167,730	149,719	179,332	231,499
8	Japón	139,798	141,809	135,448	126,825	131,341
9	Sri Lanka	94,782	55,614	87,875	76,223	83,850
10	Bangladesh	202,067	58,107	56,960	56,812	92,388
61	Colombia	7,046	12,139	11,447	8,599	109,031
	LOS DEMAS (212)	1,560,246	1,552,405	1,572,750	1,718,587	1,985,410

Fuente: (TRADEMAP, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°21, se muestra la lista de los principales países importadores de la cebolla en valor FOB de los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019. Siendo Colombia aun el país del puesto 61.

3.3.2.1. Brecha o Demanda Insatisfecha

Tabla 21: *Brecha o Demanda Insatisfecha*

AÑO	Nº	Importaciones Mundiales de COLOMBIA de la partida 0703.10.00.00	Exportaciones Peruanas a COLOMBIA de la partida 0703.10.00.00	BRECHA (Importaciones - Exportaciones Peruanas)
2015	1	23,549,000	26,524	23,522,476
2016	2	43,446,000	535,070	42,910,930
2017	3	40,064,000	512,422	39,551,578
2018	4	34,319,000	276,470	34,042,530
2019	5	45,708,000	519,419	45,188,581

Fuente: (TRADEMAP, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°22, se logra apreciar que, en los años 2015,2016,2017,2018 y 2019 existe una demanda insatisfecha de la cebolla amarilla respecto a las exportaciones que Perú realiza hacia a Colombia.

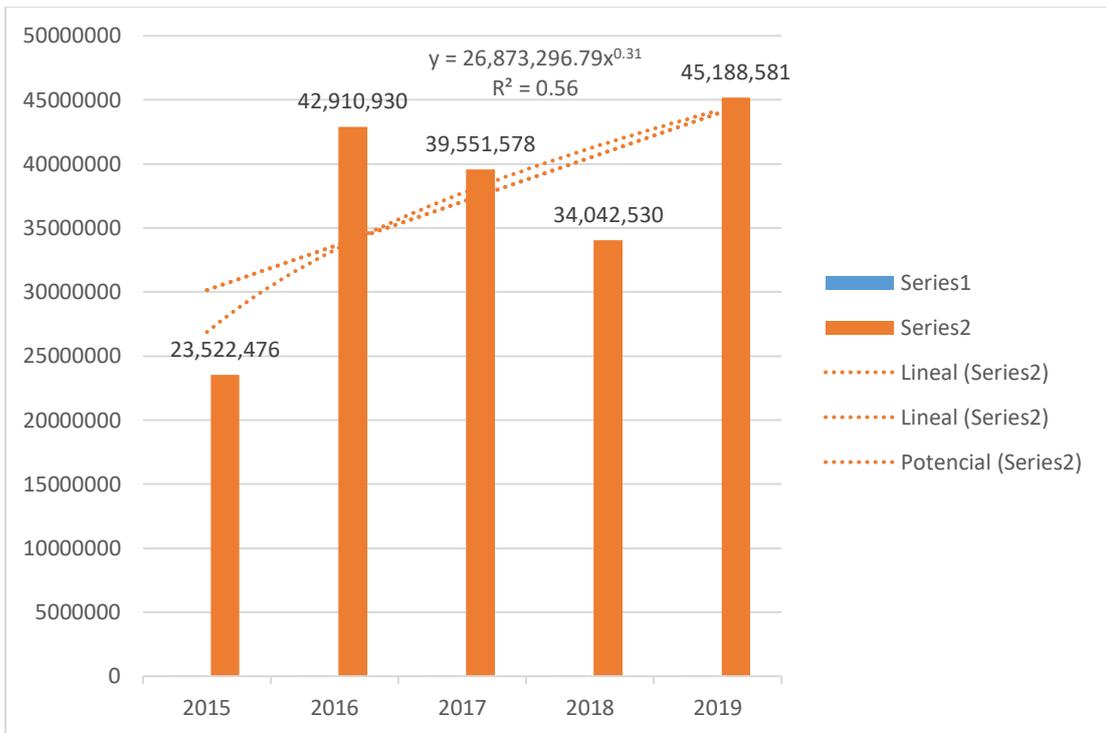


Figura 12. Grafico y Ecuación Potencial de la demanda Insatisfecha

Fuente: (TRADEMAP, 2020)

Elaboración: Propia

En la figura N°12, se observan las cantidades representativas de la demanda insatisfecha de los años 2015 al 2019, siendo representadas por barras y por la ecuación potencial de la misma.

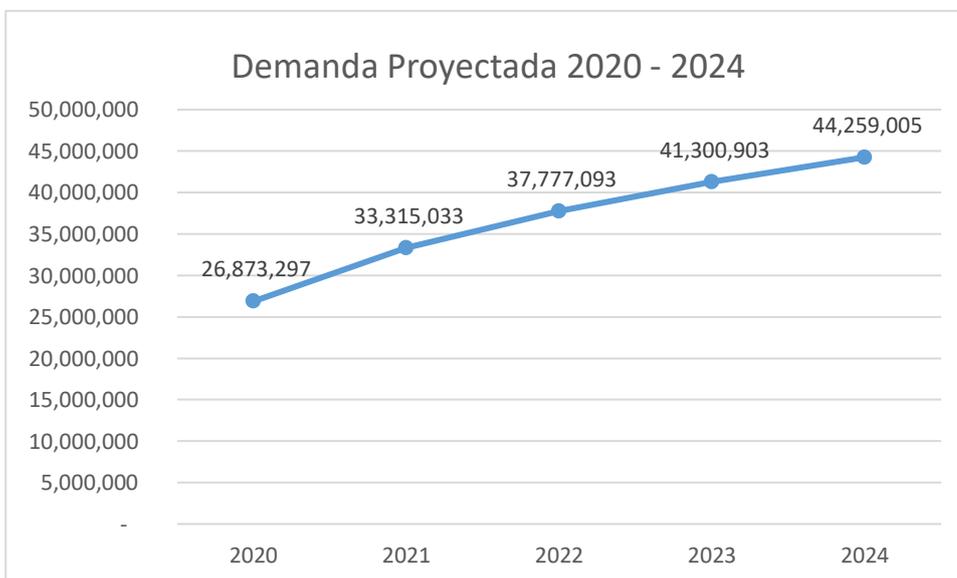


Figura 13. Demanda Proyectada 2020 – 2024

Fuente: TRADEMAP – SUNAT

Elaboración: Propia

En la figura N°13, se muestra la demanda proyectada de la cebolla amarilla del año 2020 al 2024 siendo esta progresiva y positiva para cada año.

3.4. Estrategias de Ventas y distribución

3.4.1. Estrategias de segmentación

El mercado objetivo de Onion Export SAC son hombres y mujeres entre los 12 y 70 años con preferencia por el sabor dulce de la cebolla, la cual agrega un sabor diferente a su gastronomía además que tengan en cuenta los beneficios saludables que la presente hortaliza posee, el área de distribución es en zonas urbanas o rurales.

Nuestro análisis se basa en 4 tipos de segmentos:

- SEGMENTACION DEMOGRAFICA: Hombres y mujeres entre 12 y 70 años
- SEGMENTACION GEOGRAFICA: Colombia
- SEGMENTACION PSICOGRAFICA: Personas que les guste la gastronomía y el consumo de productos saludables.
- SEGMENTACION CONDUCTUAL: producción de cebolla en todo el año a un bajo costo.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

Onion Export SAC buscara posicionar la cebolla en el mercado colombiano, esto debido al incremento significativo de las exportaciones de cebolla hacia dicho destino.

Según nuestro análisis nuestra principal estrategia de posicionamiento será brindar un producto de calidad a un bajo costo, mostrando todas las características y

beneficios que tiene la cebolla amarilla dulce. Esta estrategia será vital y muy accesible para nuestro segmento de mercado escogido, lo cual nos diferenciará de los demás.

Basados en los atributos; la cebolla es un cultivo de gran variedad en todo el mundo y es la segunda hortaliza de mayor producción a nivel mundial. La cebolla amarilla dulce es un tipo de cebolla no picante, estas variedades comparadas con las cebollas rojas tienen mayor contenido de azúcares, muy bajos niveles de azufre y altos contenidos de agua. Estas diferencias le dan la apreciada “dulzura” a esta cebolla.

Basado en los beneficios; el consumo de cebolla refiere un aporte de muchos nutrientes realmente importantes en la dieta humana; la cebolla se emplea fundamentalmente en la gastronomía a nivel mundial por su sabor especial. Su principal aporte en las comidas, aparte de sus características saborizantes, está dada por el aporte de fibras, minerales y vitaminas.

Basado en la competencia; el nivel de competitividad de la cebolla amarilla dulce, principal cebolla de exportación peruana es superior a México y Canadá (principales competidores) en el mercado de EE. UU. Colombia prefiere el producto peruano debido a que la siembra en Perú tiene mejores condiciones climatológicas la cual en Colombia no tienen dichas condiciones.

Basado en la calidad; las empresas peruanas dedicadas a la producción y exportación de cebolla amarilla dulce garantizan una producción bajo estándares internacionales de inocuidad, llevando la seguridad alimentaria a ser una de sus principales preocupaciones, porque no solo es suficiente ofrecer un producto de gran sabor, sino también debe ser un producto seguro y de excelente calidad

3.4.3. Estrategias de distribución

La estrategia de comercialización serán los mercados mayoristas, los cuales compran en cantidades y ellos los distribuyen al consumidor final, por lo cual nosotros enviaremos cargas directas para un solo consignatario, siendo más fácil la comercialización, con esto nos ayudaría a reducir tiempos y esfuerzos, debido a que nosotros ya no nos preocuparíamos de llegar al consumidor final.

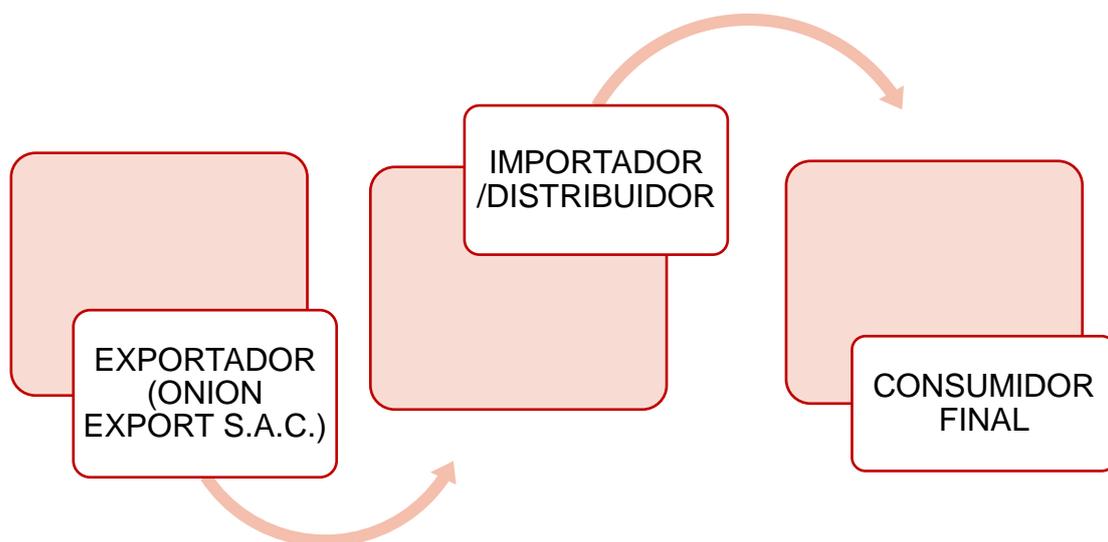


Figura 14. *Distribución de la cebolla amarilla dulce al mercado colombiano*
Elaboración: Propia

En la figura N°14, se muestra la manera en forma gráfica de la distribución de la cebolla amarilla hacia el consumidor final.

3.5. Estrategias de Promoción

Se aplicarán estrategias de promoción donde el producto pueda ser reconocido. Habrá presencia en Ferias internacionales y nacionales como asistentes o como participantes para así conocer a los potenciales clientes, las ruedas de negocios serán un buen mecanismo para conocer a potenciales clientes y poder mantener una comunicación estrecha expresando nuestra propuesta de ventas e

información del producto, así como precios, así mismo se harán visitas constantes a los clientes manteniendo una relación directa y post venta.

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

La empresa contará con el alquiler de un almacén que tendrá un área de 300 m2, la cual a continuación de mostrará la distribución que tendrá la empresa Onion Export S.A.C

Tabla 22. *Distribución de la empresa Onion Export S.A.C*

SELECCIÓN Y ACOPIO DE LA CEBOLLA	GERENCIA	OFICINAS ADMINISTRATIVAS
ALMACENAMIENTO DE LA MATERIA PRIMA Y PRODUCTO TERMINADO	SS. HH	AREA DE COLABORADORES

Elaboración: Propia

En la tabla N°23, se muestra una representación gráfica de la distribución de áreas que tendrá la empresa Onion Export S.A.C, entre tales áreas estarán: área de selección y acopio, gerencia, oficinas administrativas, almacenamiento, SS. HH y área de colaboradores.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Este plan abarca todas las actividades que se van a realizar para que el producto llegue a destino, es decir el traslado de la mercadería de un lugar determinado en origen a otro en destino, donde participan operadores logísticos como el importador y el exportador.

4.1. Envases, empaques y embalajes

4.1.1. Envases

Según PROMPERU (2018) define al envase como “Cualquier producto de cualquier naturaleza y material que se utilice para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías, así como los artículos desechables utilizados con ese mismo fin”.

El envase que se usará para la exportación de la cebolla dulce será una malla hecha de hilo de polipropileno de ancho de boca de 25 a 80 cm con un hilo de cierre. Esto ayudara que el producto tenga una mayor circulación de aire y sea más práctico su manejo.



Figura 15. *Envase de cebolla*

Elaboración: Propia

En la figura N°15, se observa que la cebolla dulce para exportación será en un envase especial para la buena oxigenación de la cebolla.

La presentación del producto de la cebolla será en este tipo de envase, debido a que, por ser un producto delicado, es necesario que tenga una buena circulación de aire y no se malogre rápidamente. Además, la cebolla arroja un cierto olor, que al estar en un ambiente cerrado puede deteriorar el producto. Este tipo de envase es muy usual en la comercialización de cebolla amarilla.

4.1.2. Embalaje

Según SIICEX (2014) el embalaje es cualquier medio material que su fin es para proteger una mercancía para su despacho (transporte, manejo, distribución y manipuleo) o conservación en almacenamiento y así evitar daños del producto hasta que llegue a su destino.

Para la seguridad de la cebolla en su traslado, se ha decidido utilizar parihuelas de madera, de cuatro entradas, para su mejor traslado, sus medidas serán de 125 cm x 100 cm x 120 cm.

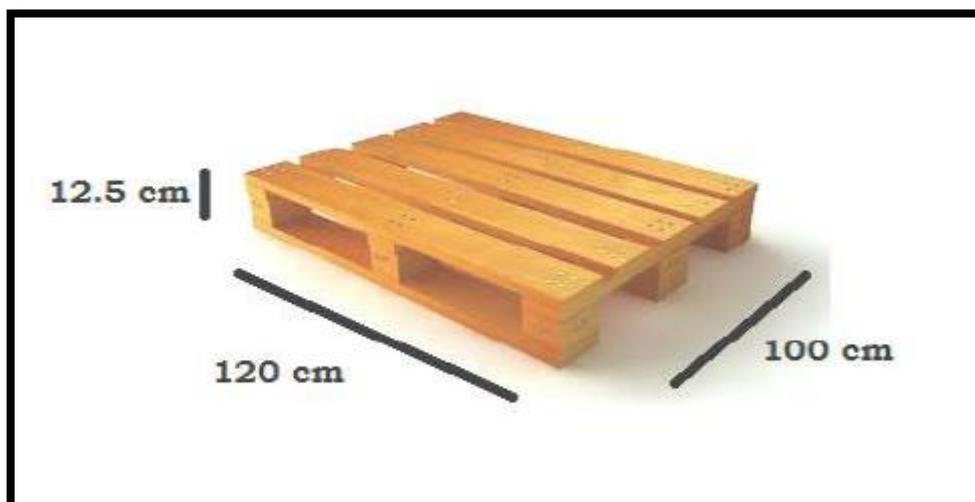


Figura 16. *Parihuela*

Elaboración: Propia

En la figura 16, se muestran las medidas de la parihuela en la que serán transportadas las cebollas.

La empresa ONION EXPORT SAC, ha decidido comprar parihuelas debidamente certificadas, lo cual no genere ningún problema por plagas, bacterias, o cualquier otra amenaza que afecte el producto y/o el consumidor final.

Las parihuelas se usarán como la base (piso) de la plataforma del carro, encima de ellos se colocará los paquetes de cebollas, haciendo un total de 1200 mallas de cebollas (30 toneladas). Para asegurar el apilado de la carga, se forrará todo con un plástico grueso, la cual cubrirá la mercadería de cualquier lluvia o cualquier otro elemento que pueda dañar el producto, se asegurará con sogas. Para que no se tenga ningún problema durante el traslado hacia destino.

El material y el tipo de embalaje dependerán de la naturaleza del producto y del medio de transporte que se utilice para enviar la mercancía. La empresa ONION EXPORT SAC, en este caso para la exportación de cebolla que no es un producto perecible y el tiempo de transito no será mayor a 4 días ya que se va a exportar vía terrestre no se usará pallets ni otro tipo de embalaje, solo su envase siendo las malla. Se enviarán un total de 1080 de 25 Kg cada malla de cebollas (27 toneladas).



Figura 17. *Transporte de la cebolla*

Fuente: (Fornaris Rullán, 2016)

En la figura N°17, se observa la forma en cómo se transporta la cebolla hacia el país de destino con mallas protectoras y el personal que se encarga que todo vaya en perfectas condiciones.

4.2. Diseño de rotulado y marcado

Según PROMPERÚ (2018) el rotulado y el marcado facilitan la identificación de las mercancías en las bodegas, así como también permite la localización de las mismas agilizando el proceso de la logística. En el rotulado se encuentran información como el contenido neto, país de origen, alguna identificación del lote, instrucciones de uso, nombre de la empresa. Las mercancías deben estar debidamente marcadas para lograr un manipuleo correcto logrando que llegue al destino correcto en condiciones óptimas. En estándares internacionales existen tres tipos de marcas:

- **Marcado Estándar:** contiene la información sobre el importador, destino, dirección, numero de referencia, número de unidades.

- **Marcado Informativo:** Información perteneciente al empaque o embalaje, país de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, dimensiones.
- **Marcado de Manipuleo:** se utilizan los símbolos pictóricos según la norma ISO 780 y 7000

En el caso de la cebolla amarilla dulce como será exportada en mallas de polipropileno no llevará marcado ni rotulado porque como es un producto que no tendrá como envase y embalaje una caja.

4.3. UNITARIZACION Y CUBICAJE DE LA CARGA

Es el agrupamiento de uno o más ítems de la carga, es decir, transformar unidades menores a unidades mayores de carga, facilitando el almacenamiento y manipuleo durante el trayecto. La unitarización del proceso logístico forma parte de las operaciones de distribución, el cual consiste en el proceso de ordenar y acondicionar de forma adecuada y correcta la mercancía para su transporte, conservando todo su embalaje.

Para la comercialización de la cebolla a Colombia, se realizará un envío de 27 toneladas de cebolla (1080 mallas de 25kg c/u) vía transporte terrestre.

Tabla 23. *Cantidad de envió por carros*

PRODUCTOS	CANTIDADES
PARIHUELAS	26 UNIDS
MALLAS	1200 UNIDS
CEBOLLA	30 000 KG

Elaboración: Propia

4.4. CADENA DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

Según (Castro, 2018) nos dice que la Distribución Física Internacional son el conjunto de operaciones que se requieren para el desplazamiento de la carga desde el punto de origen hacia el país de destino. La distribución física internacional es aquel proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador.

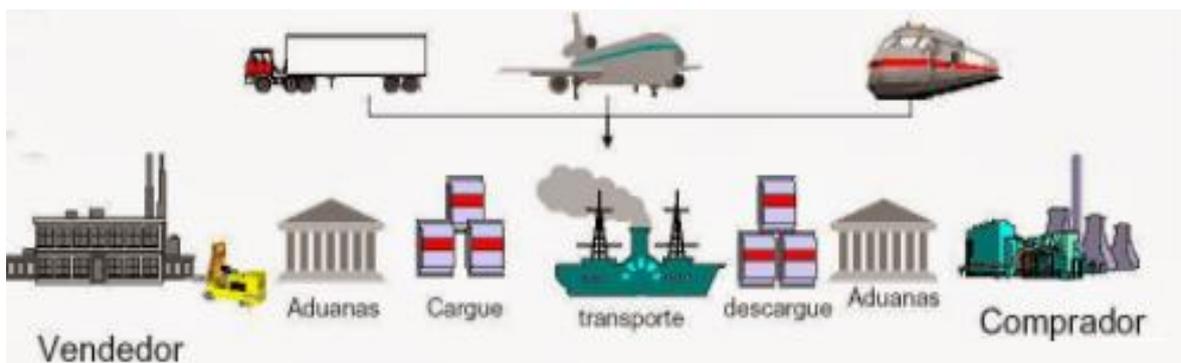


Figura 18. *Distribución Física Internacional*

Fuente: (Castro, 2018)

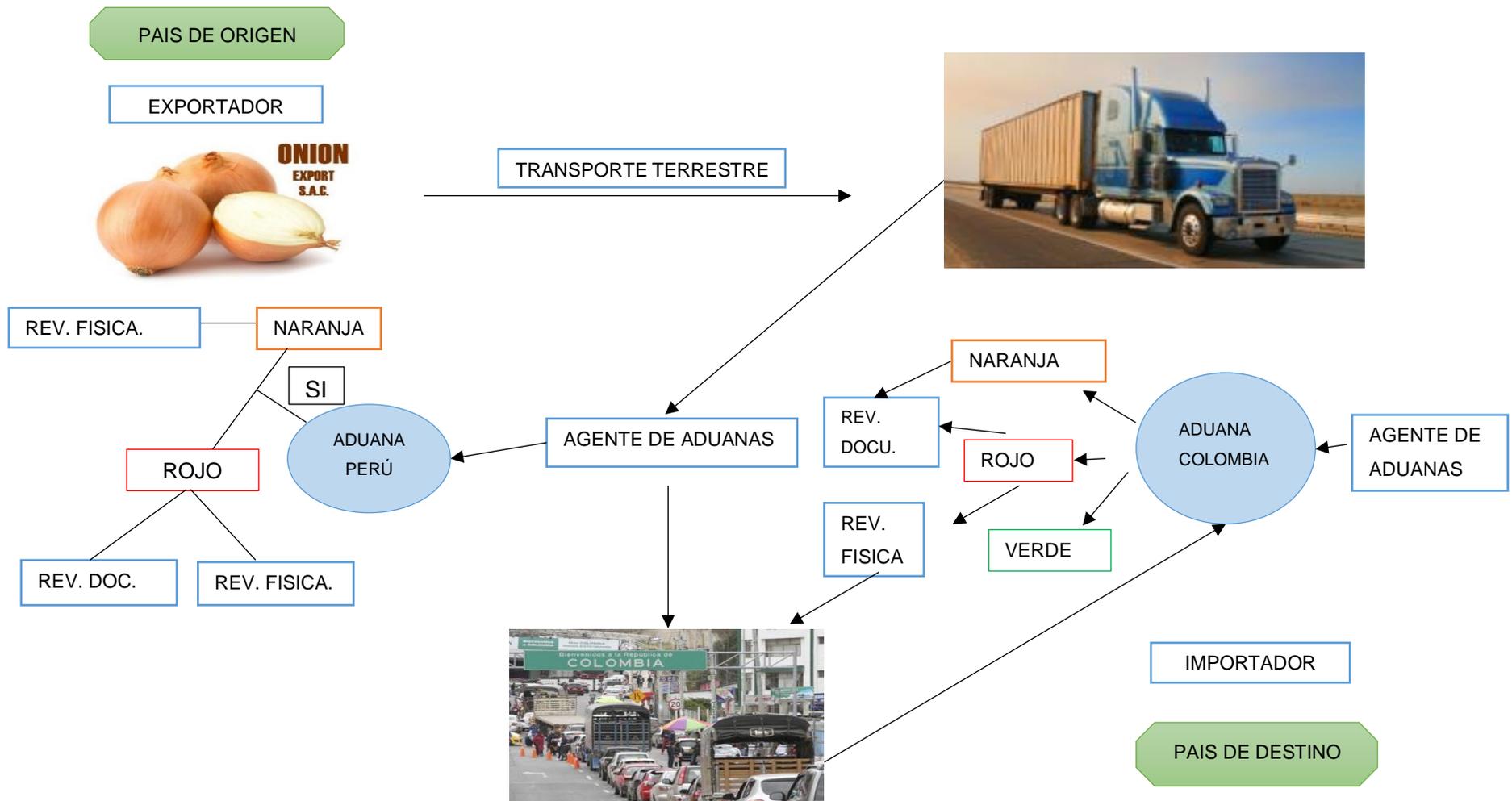


Figura 19. Distribución física internacional de la empresa Onion Export S.A.C

Elaboración: Propia

En la figura N°19, se observa la distribución física para llegar hasta el mercado de Colombia, la cual se realizará vía terrestre pasando por revisión aduanera y el canal que en el momento sea expuesto, es así que todo documento en físico estará en condiciones legítimas para evitar cualquier contratiempo.

según ESAN (2018) la cadena DFI tiene los siguientes componentes:

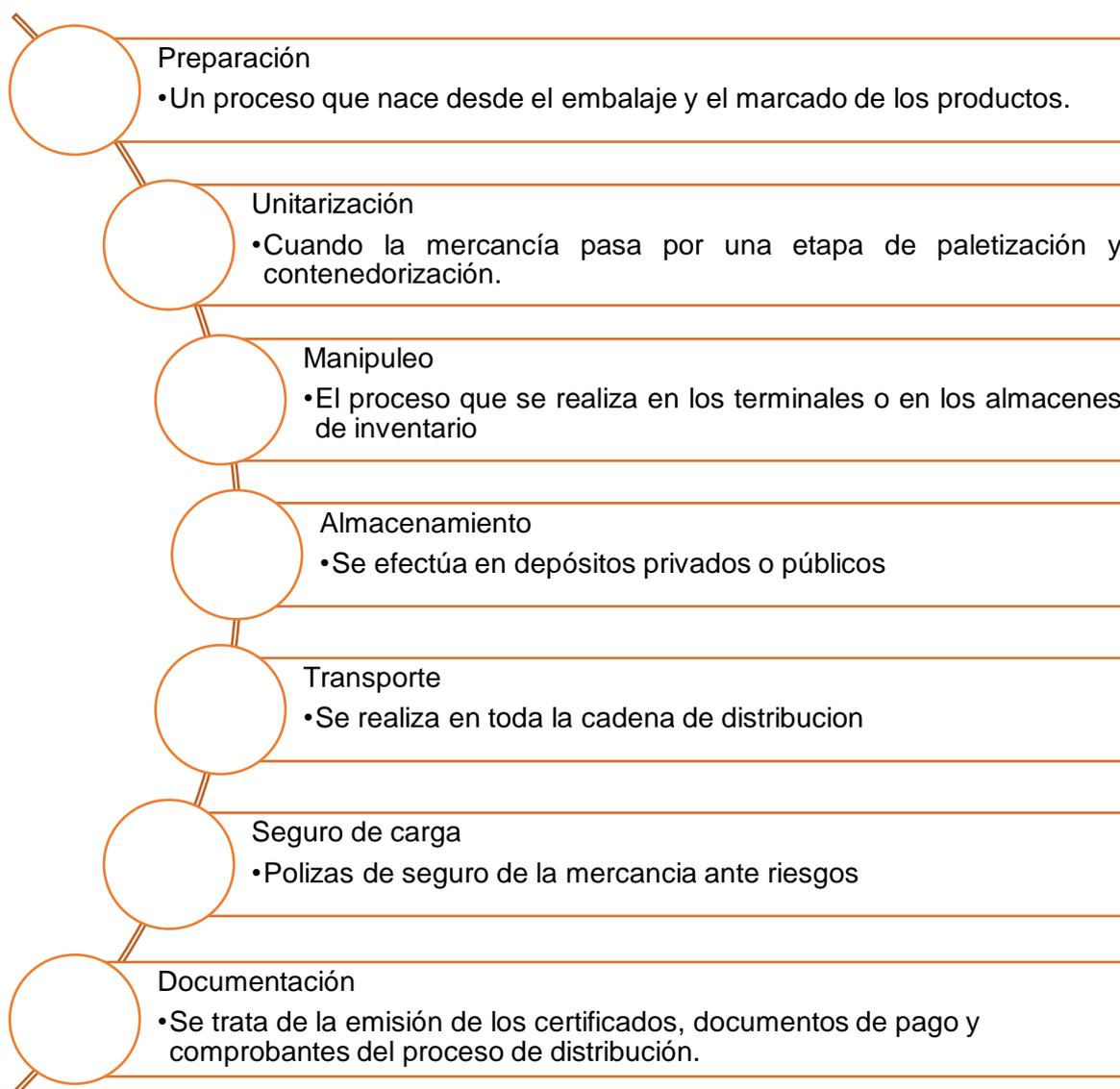


Figura 20. *Componentes de la distribución física internacional*

Fuente: (ESAN, 2018)

Elaboración: Propia

En la figura N°20, se ha detallado los siete componentes que pertenecen a la cadena de distribución física internacional siendo estos; la preparación, la unitarización, el manipuleo, el almacenamiento, el transporte, el seguro de carga y la documentación correspondiente.

EL DFI se relaciona con toda la circulación del producto y esto conlleva el aspecto legal, logístico, de control, transporte, entre otros. Se llega a la conclusión que, si uno de estos factores falla o se evita, la mercancía no podría llegar a su destinatario final.

4.4.1. DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTO DE INSUMO E INFRAESTRUCTURA

➤ DEL INSUMO

En esta oportunidad ONION EXPORT SAC, realizará la compra de la cebolla amarilla descarte a la empresa Mentor S.A.C. que se ubica en la ciudad de ICA.

La mercadería será llevada a las instalaciones de ONION EXPORT SAC para la selección del calibre a mano mediante fajas, en donde serán llenadas las mallas de 25 kg cada una y se le colocara a cada una un precinto de seguridad. Se contratará con mano de obra femenina, las cuales serán adiestradas para la selección del producto. Una vez que toda la mercadería a exportar esté lista en el almacén, la empresa TRANSP.CHIGUEL Y HNO con RUC: 20605145753 se encargara del transporte de la mercadería desde Ica hasta Colombia. Durante el

transporte de la carga, el operador logístico LA HANSEÁTICA, realizará todos los trámites aduaneros correspondientes para el ingreso de la mercancía a Colombia.

Tabla 24. Proveedores de la empresa Onion Export S.A.C

RUC	EMPRESA	ACTIVIDAD
20515880454	MENTOR SAC	MATERIA PRIMA
20395263952.	EL AGUILA S.R.L.	PROVEEDOR DE MALLAS Y PRECINTOS
20605145753	TRANSP.CHIGUEL Y HNO	TRANSPORTE DE MATERIA PRIMA
20100118336	LA HANSEÁTICA	OPERADOR LOGISTICO

Elaboración: Propia

En la tabla N°25, se observa la relación de los cuatro proveedores de la empresa Onion Export S.A.C con las cuales son; proveedor para la materia prima (Mentor SAC), proveedor para mallas y precintos (El águila S.R.L), proveedor para el transporte (Transp.Chiguel y Hno) y finalmente el operador logístico (La Hanseática).



COTIZACIÓN
A20 - 01 - 15114

"Diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de telas y sacos de polipropileno tejidos, laminados, con bio-ppfilm e impresos".

Atendiendo su amable solicitud estamos enviando cotización de los productos requeridos, para nosotros es un placer poner nuestra compañía a su servicio.

RUC/DNI	CLIENTE	CONTACTO	FECHA	CIUDAD
	ONION EXPORT SAC	Wilson Boulanger	4/11/2020	CHICLAYO
TELÉFONO	DIRECCIÓN	E - MAIL	TIPO DE PAGO	
-		-		

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	PRECIO	TOTAL
25,000	SACO DE PP TEJIDO ROJO BANDERA 73GR COD.AMA C/BASTA "MALLA LENO"	29"X43"	S/ 0.98	S/ 24,500.00
25,000	SACO DE PP TEJIDO ROJO BANDERA 77GR C/BASTA COD. AMA "MALLA LENO"	31"X43"	S/ 1.00	S/ 25,000.00
			Subtotal	S/ 40,590.00
			IGV	S/ 8,910.00
			Valor Total	S/ 49,500.00

CONDICIONES:
BCP SOLES 305 - 1050321 - 0 - 10 BBVA SOLES: 0011-279-01 0000 5644
2. PRECIOS PUESTOS EN EL AGUILA S.R.L.
3. CONDICIÓN DE PAGO: 50% ANTICIPO / 50% ANTES DEL DESPACHO
4. TIEMPO DE ENTREGA: 70 DÍAS
5. DESPUES DE 3 DIAS DE GENERAR LA ORDEN DE PEDIDO, NO SE ACEPTAN ANULACIONES.
6. CANTIDAD DE SACOS EN FARDO DE 500/1000 SACOS ± 3 SACOS
7. CRITERIOS A CONSIDERAR: Ancho y largo en sacos: +/- 0.5"; Peso en sacos por fardo: +/-5%, Ancho en arpilleras y mantas: +/- 4cm; Largo en metros: + 5 m, Peso de arpilleras y mantas: +/-5%

Contáctanos en:
PLANTA INDUSTRIAL: Vía de Evitamiento Km 2.5 - Sector Chacupe - La Victoria - Chiclayo
VENTAS: ventas@elaguila.com.pe / floayza@elaguila.com.pe / gestela@elaguila.com.pe
 RPM: #979993481 / #979450686 / 998391760 / 946175166 / Telef: 074-608405 / 074-608406
ATENCIÓN AL CLIENTE: atencionalcliente@elaguila.com.pe / Telef: 074-608407 / 978092793

Angélica Farro López
Jefe de Ventas
 979 993 481
 946 175 116
afarro@elaguila.com.pe

Figura 21. Cotización El Águila S.R.L.

Elaboración: Propia

En la figura N°21, representa una cotización presentada por la empresa El Águila S.R.L donde indica el precio por los sacos, la cantidad solicitada, las medidas, el precio, y el total a pagar.

➤ **LA INFRAESTRUCTURA**

Para la infraestructura, Onion Export SAC ha decidido el alquiler de un almacén con un área de selección de 300 m2, de los cuales tendrá la siguiente distribución:

- 150 m2 serán destinados para el almacenamiento de la materia prima descarte y del producto ya seleccionado.
- 150 m2 para la selección por calibre y el despacho del producto seleccionado.

Ubicación de la empresa ONION EXPORT SAC, es la siguiente:

Tabla 25. *Ubicación de la empresa Onion Export SAC*

PAIS	PERÚ
PROVINCIA	ICA
DISTRITO	ICA

Elaboración: propia

En la tabla N°26, indica la ubicación exacta de donde estará instalada la empresa Onion Export SAC.

4.4.2. Establecer estrategia de suministro

CADENA DE SUMINISTRO:

La cadena de suministro abarca todo el conjunto de flujos de materiales e información que se realizan en una empresa desde el contacto con los proveedores de materias primas hasta que el consumidor final recibe su producto o servicio en destino. La cadena de suministro ha sido utilizada para analizar las compras y su suministro, para explicar la planificación y el control de materiales y los flujos de información, así como las actividades logísticas tanto internas como externas de las empresas. (García Anduiza , 2018)

A continuación, se presenta el modelo general de la cadena de suministros según García Anduiza (2018):

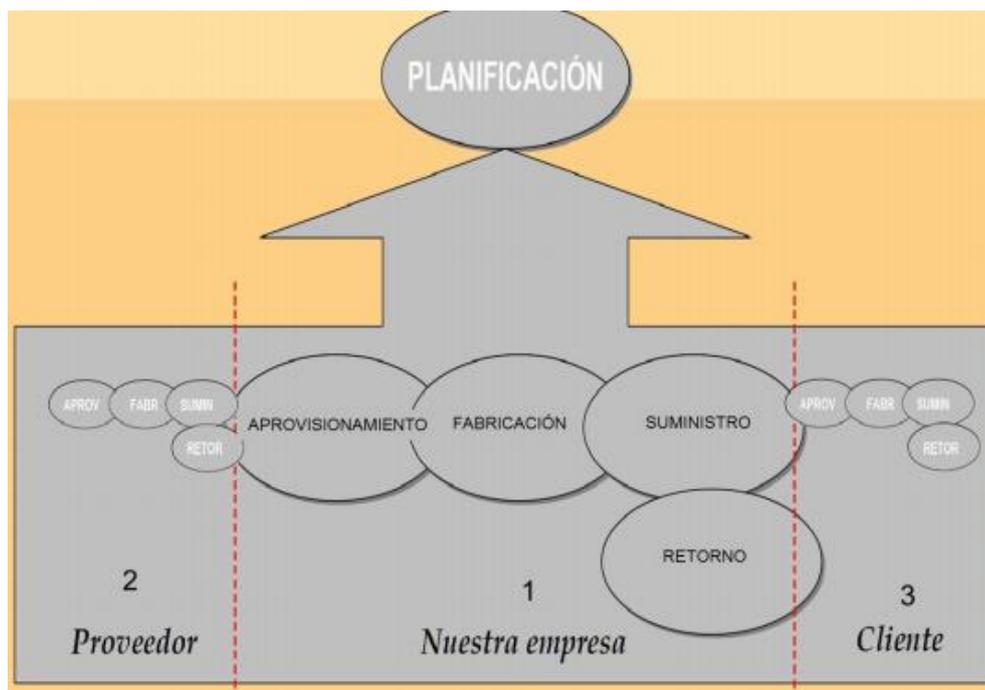


Figura 22. Modelo cadena de suministro global

Fuente: (García Anduiza , 2018)

Elaboración: Propia

En la figura N°22, se observa de manera global el modelo de cadena de suministro, en los que se encuentran involucrados la empresa, el cliente y el proveedor y las etapas que se siguen dentro de la cadena; aprovisionamiento, fabricación, suministro y retorno, todo esto hace referencia a la planificación que una cadena de suministro lleva a cabo.

-Planificación o Previsión de la demanda: en esta etapa se incluye la estimación de la demanda de los clientes y la planificación de los suministros. Estos elementos logran equilibrar los recursos con los requisitos y la determinación de la comunicación a lo largo de toda la cadena.

-Aprovisionamiento o Compras: En este paso se hace referencia la infraestructura de abastecimiento y adquisición de material. Se trata sobre cómo manejar el inventario, acuerdos y rendimiento de proveedores. También trata sobre cómo manejar los pagos a proveedores, cuándo recibir, verificar y transportar.

-Fabricación o Producción: en esta etapa se incluyen las actividades de producción, empaquetado, pruebas de producto y la entrega, teniendo en cuenta los distintos tipos de proceso de producción, ya sea por pedido o contra stock.

-Suministro o Distribución: en este proceso se incluye la gestión de pedidos, almacén y transporte. Adicionalmente se incluye la recepción de pedidos de clientes y facturación del producto. Este paso implica la gestión del inventario de producto terminado, el transporte, los ciclos de vida del producto y los requisitos de importación y exportación.

-Retorno o Devolución: existirá en algunos casos en los que se incurra en aquellos productos que por error, calidad o falta de demanda tienen que retornar a la empresa. Su retorno implica una gestión del inventario de devoluciones, el transporte y los requisitos reglamentarios.

ONION EXPORT SAC, ha realizado un análisis para la selección del proveedor potencial, considerando una calificación de: 1 muy malo – 5 muy bueno, por lo cual detallamos a continuación.

Tabla 26: *Proveedor de Materia Prima*

CRITERIOS	% IMPORTANCIA	NOVOLIZ SA	PUNTAJE	MENTOR SERVICE TRADE	PUNTAJE	AGRICOLA MIRANDA	PUNTAJE
FLETE	0.3	4	1.2	5	1.5	2	0.6
PRECIO	0.2	3	0.6	5	1	3	0.6
CALIDAD	0.15	4	0.6	5	0.75	2	0.3
DISTANCIA	0.15	4	0.6	4	0.6	2	0.3
PUNTUALIDAD	0.1	3	0.3	5	0.5	3	0.3
CAPACIDAD	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3
TOTAL			3.6		4.75		2.4

Elaboración: Propia

En la tabla N°27, Se observa que, siguiendo este análisis, la empresa que se ha seleccionado es Mentor Services Trade SAC que se ubica en la ciudad de ICA, esta empresa ha sido seleccionada como la mejor opción como proveedor de materia prima, teniendo un puntaje de 4.75 muy por encima de las otras empresas.

La estrategia que utilizaremos con esta empresa es la elaboración de un contrato para establecer todos los requerimientos, precio, cantidades y calidad de entrega de la materia prima.

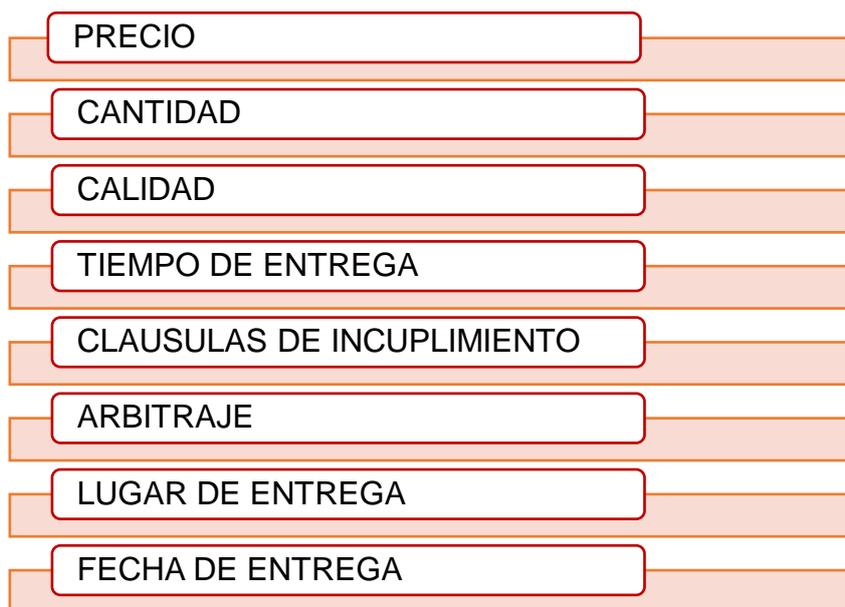


Figura 23. *Contenido del contrato de compra con el proveedor de la materia prima*

Elaboración: propia

En la figura N°23, hace referencia a el contrato que se hará con la empresa Mentor Service Trade S.A.C y esta será de 1 año de vigencia, el precio será fijado de acuerdo con el mercado. Se detallará también la calidad de la materia prima, siendo en este caso la cebolla de descarte. Por otro lado, se mencionará el lugar de entrega de la materia prima.

➤ **DETERMINACION DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LA CEBOLLA**

AMARILLA

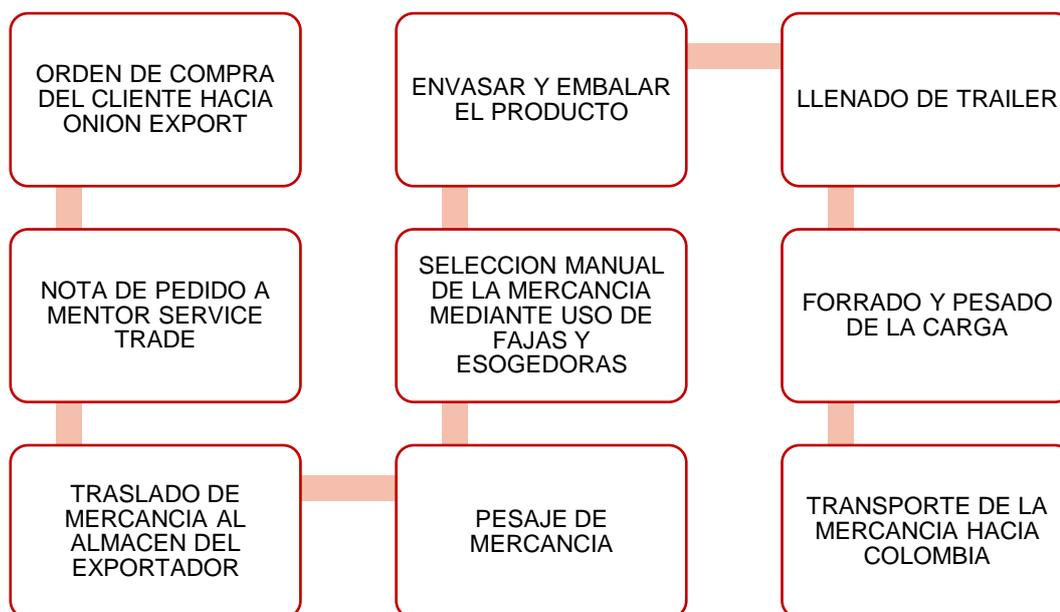


Figura 24. cadena de producción de cebolla amarilla

Elaboración: propia

En la figura N°24, se observan las etapas y/o procesos que la empresa Onion Export SAC seguirá para el transporte de la cebolla amarilla dulce hacia Colombia.

A continuación, se detallará cada etapa del proceso:

➤ **ORDEN DE COMPRA:**

ONION EXPORT SAC recibe una orden de compra por parte de su cliente en COLOMBIA de un lote de cebolla amarilla dulce

➤ **NOTA DE PEDIDO:**

ONION EXPORT SAC, solicita el requerimiento de un lote de cebolla descarte, fijando un precio entre ambas partes.

➤ **TRASLADO DE LA MERCANCIA:**

Se traslada la mercancía de MENTOR SERVICE TRADE hacia el almacén de ONION EXPORT SAC, previo a eso se hace un pesaje de la mercancía a trasladar.

➤ **SELECCIÓN DE LA MERCANCIA**

La cebolla amarilla es descargada del vehículo y se procede a la selección del calibre mediante uso de las fajas y de escogedoras capacitadas.

➤ **ENVASE Y EMBALAJE**

Se procede a envasar la mercancía en las mallas, teniendo un peso de 25 kg por malla, haciendo un total de 1200 mallas equivalentes a 30 toneladas de cebolla amarilla dulce.

➤ **LLENADO DEL TRAILER**

Una vez que la mercancía es envasada en las mallas, se procede con el llenado del tráiler con las 1200 mallas las cuales se acomodara una sobre otra.

➤ **FORRADO Y PESADO**

Después que la mercancía haya sido cargada al tráiler, se procede en tapar la mercancía para protegerlas contra problemas climáticos. La mercancía después será pesada junto con el transporte.

➤ **TRANSPORTE DE LA MERCANCIA A DESTINO**

Después de tener la carga ya unitarizada y pesada, se procede con el traslado de la mercancía hacia Colombia.

4.4.3. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO OBJETIVO

Para poder exportar un producto hacia otro país, se necesita cumplir con ciertos requisitos, es por ello que en todos los países existen diferentes agencias e instituciones que se encargan de hacer cumplir con los requisitos de ingreso.

➤ **EN EL PERU:**

- **SENASA**

SENASA (2020) El Servicio Nacional de Sanidad Agraria – SENASA, es un Organismo Público Técnico Especializado Adscrito al Ministerio de Agricultura con Autoridad Oficial en materia de Sanidad Agraria, Calidad de Insumos, Producción Orgánica e Inocuidad agroalimentaria, mantiene un sistema de Vigilancia Fitosanitaria y Zoonosológica, que protegen al país del ingreso de plagas y enfermedades que no se encuentran en el Perú.

El SENASA, será quien brinde los servicios de inspección, verificación y certificación fitosanitaria a la empresa Onion Export S.A.C, ya que esta entidad diagnostica, identifica y provee controladores biológicos.

- **SUNAT**

SUNAT (2020) La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, que se encarga de recaudar los impuestos y administrar todo lo relacionado a la actividad aduanera.

En la sunat se realizará todo el proceso inscripción de la empresa Onion Export S.A.C para la tributación correspondiente.

- **CERTIFICADO DE ORIGEN**

Según SERTRANS (2017) el certificado de origen consiste en un documento formal de gran relevancia cuya función es determinar el país en el cual ha sido fabricada o procesada la mercancía. No se debe confundir entre país de origen con la procedencia o país desde donde ha sido enviada la mercancía. Este certificado acredita el origen de la mercancía que pretende entrar en un país. Al tratarse de un documento que certifica el origen de la mercancía, debe estar separado de otros documentos.

El certificado de origen lo emiten las Cámaras de Comercio y tiene una vigencia indefinida. No obstante, las autoridades aduaneras de destino pueden exigir la reelaboración del certificado en caso de que se retrase la expedición del certificado y de la mercancía. Un certificado de origen se emite en el país de salida y en el momento de la exportación de la mercancía. La documentación que el exportador debe suministrar es la siguiente:

- Adjuntar una declaración responsable afirmando conocer la normativa aplicable
- disponer de documentación que acredite el lugar de fabricación

Esta solicitud se debe dirigir a la Cámara de Comercio, que es donde recae en exclusiva la competencia para la emisión de estos certificados.

4.4.4. DETERMINACION DE OPERADORES LOGISTICOS A INTERVENIR

Fuentes Campillo & Palacios Cortes (2018) definen que un operador logístico es aquella empresa que por encargo de su cliente diseña los procesos de una o varias fases de su cadena de abastecimiento como el aprovisionamiento, transporte, almacenaje, distribución e incluso ciertas actividades del proceso

productivo. A la vez organiza, gestiona y controla tales operaciones, utilizando para ellos la infraestructura física, tecnológica y sistemas de información propios y ajenos.

ONION EXPORT SAC contratará un medio de transporte internacional el cual apoyará con el ingreso de la mercadería a Ipiales, luego procederá con la obtención del levante aduanero para luego del levante entrega de la mercadería.

A continuación, mostramos el cuadro de análisis para la selección del donde se escogió a uno de entre 3 empresas:

Tabla 27. Selección del operador logístico

CRITERIOS	PONDERADO	OTEM PERU	T1	JCT	T 2	ECUATRASCARGO	T 3
PRECIO	30%	\$ 4,985.00	3	\$ 4,907.00	4	\$ 4,800.00	5
EXPERIENCIA	20%	A TIEMPO	2	A TIEMPO	4	A TIEMPO	5
EFICIENCIA	20%	10 AÑOS	4	08 AÑOS	3	25 AÑOS	4
RAPIDEZ	30%	BUENA	4	EXCELENTE	4	MUY BUENA	5
TOTAL			11		15		19

Elaboración: Propia

En la tabla N°28, se aprecia que la empresa que se ha escogido es ECUATRASCARGO, esta empresa se encargara de toda la coordinación, presentación de documentos y regularización de las exportaciones de Onion Export SAC.

4.4.5. Cuantificación de Demora

Tabla 28: *Tiempo de demora de tránsito*

Vía Terrestre	Duración de tránsito
Ica – Ipiales	2-3 días aprox.

Fuente: (SEARATES, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°29, se observa que el tiempo estimado para transportar vía terrestre la cebolla dulce desde Ica hacia Ipiales – Colombia, las cuales son de 2 a 3 días aproximadamente.

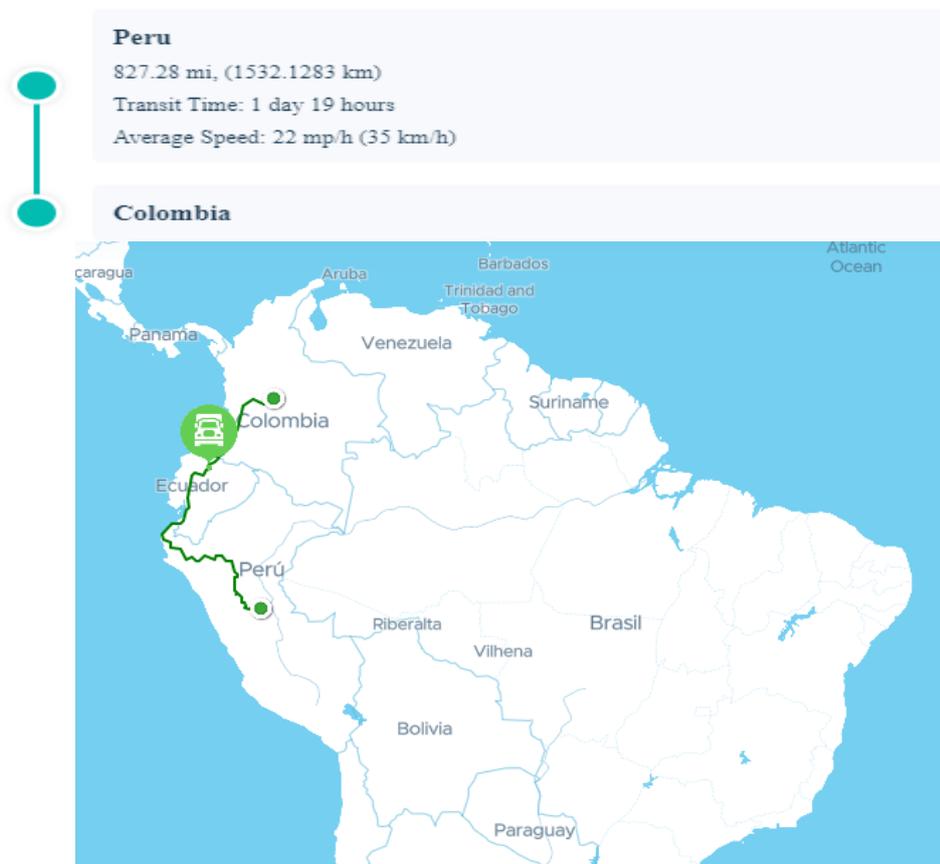


Figura 25. *Mapa y tiempo de tránsito*

Fuente: (SEARATES, 2020)

En la imagen N°25, se muestra a más detalle el mapa de tránsito desde Ica- Perú hacia Ipiales-Colombia por vía terrestre.

A continuación, se presentarán los tipos de Incoterms respecto al año 2020:

➤ **TIPO DE INCOTERMS 2020**

La Cámara de Comercio Internacional aprobó la edición 2020 de las Reglas para el uso de términos comerciales nacionales e internacionales (Incoterms®), la cual entró en vigor el 1 de enero de 2020. Las Reglas de Incoterm complementan el contrato de compraventa; no lo sustituyen, sino que regulan en mayor detalle algunos aspectos concretos que afectan al contrato. (López Quiroga & Rodríguez Torres, 2019)

En el transporte terrestre, los incoterms 2020 a considerar son: EXW – FCA – CPT/CIP – DAF – DDU/DDP, las cuales López Quiroga & Rodríguez Torres (2019) las detallan de la siguiente manera:

- **Incoterm 2020 EXW (Nombre del lugar de entrega)**

Es aquel Incoterm en la cual la entrega de la mercancía se realiza en el almacén, oficinas o fábrica del exportador, el comprador es el responsable del envío de la mercancía.

Ventajas y desventajas del Incoterm EXW

- El exportador no se ve obligado a cargar la mercancía en el medio de transporte del comprador. Es el comprador quien se hace cargo de esto, con las consecuentes repercusiones

- Todo indica que el comprador está en desventaja ya que debe asumir todos los riesgos y organizar el envío.

Es recomendable el uso de este Incoterm para el comercio nacional que internacional.

- **Incoterm 2020 CPT (Transporte pagado a)**

Es aquel incoterm en la cual el exportador debe entregar la mercancía a su transportista, así mismo se debe realizar trámites de exportación y se tiene la responsabilidad de contratar un transporte.

El Incoterm 2020 CPT establece dos lugares importantes: el lugar de entrega en el país del vendedor, y el lugar de destino donde el vendedor contrata el transporte. En consecuencia, es importante no confundir uno con el otro.

El vendedor podría tener un mejor poder de compra para el flete que el comprador. De ser así, el comprador se beneficiaría de tarifas más bajas a pesar de que el vendedor tendría derecho a agregar su margen.

- **Incoterm 2020 FCA (Nombre del lugar de entrega)**

La responsabilidad del exportador es hasta llevar a cabo los trámites de exportación (factura comercial, certificado de origen, certificado de sanidad, etc.), también es el responsable de conceder la mercancía físicamente con riesgo de transferirla al comprador únicamente cuando se ha realizado la entrega.

El exportador debe entregar la mercancía al importador o su transportista. Debe hacerlo ya sea en sus instalaciones y cargada en el vehículo de recogida o entregarla en otras instalaciones (usualmente en el almacén de un transportista,

aeropuerto o terminal de contenedores) sin llegar a descargar la mercancía de su vehículo de recogida.

Ventajas y desventajas del Incoterm FCA

- El vendedor debe cargar la mercancía en el medio de transporte del comprador. Los costos de todos estos y su precio original de fábrica están ocultos para el comprador, simplemente se agrupan en el único precio FCA.
- El vendedor se beneficia al saber qué, una vez que ha entregado la mercancía, su riesgo de pérdida o daño de la misma desaparece.
- Una vez que entregada la mercancía, el vendedor tiene derecho a recibir el pago por los bienes, incluso si el vehículo usado por el transportista del comprador sufre un accidente o avería que provoca el daño de la mercancía.

ONION EXPORT S.A.C. usará el Incoterm FCA



Figura 26. *INCOTERM FCA*

Fuente: (López Quiroga & Rodríguez Torres, 2019)

En la figura N°26, se muestra una imagen representativa del Incoterm que la empresa Onion Export usara para la comercialización de la cebolla dulce hacia Ipiales-Colombia.

Tabla 29. *Obligaciones del Incoterm FCA*

Modalidad	Multimodal
Embalaje	Exportador
Carga	Exportador
Transportista	Importador
Transporte de Origen	Exportador
Costos de manipulación de exportación	Importador
Aduana de exportación	Exportador
Aduana de importación	Importador
Coste de manipulación de Importación	Importador
Descarga y recepción en Destino	Importador
Transporte interior en Destino	Importador
Seguro	Importador

Fuente: (López Quiroga & Rodríguez Torres, 2019)

En la tabla N°30, se muestra una relación de las obligaciones tanto del exportador como del importador para el incoterm FCA.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

Para realizar el presente proyecto se ha utilizado diversas estrategias para establecer el precio uno de ellos es el de la competencia de las empresas peruanas que han exportado durante los últimos 5 años hacia Colombia.

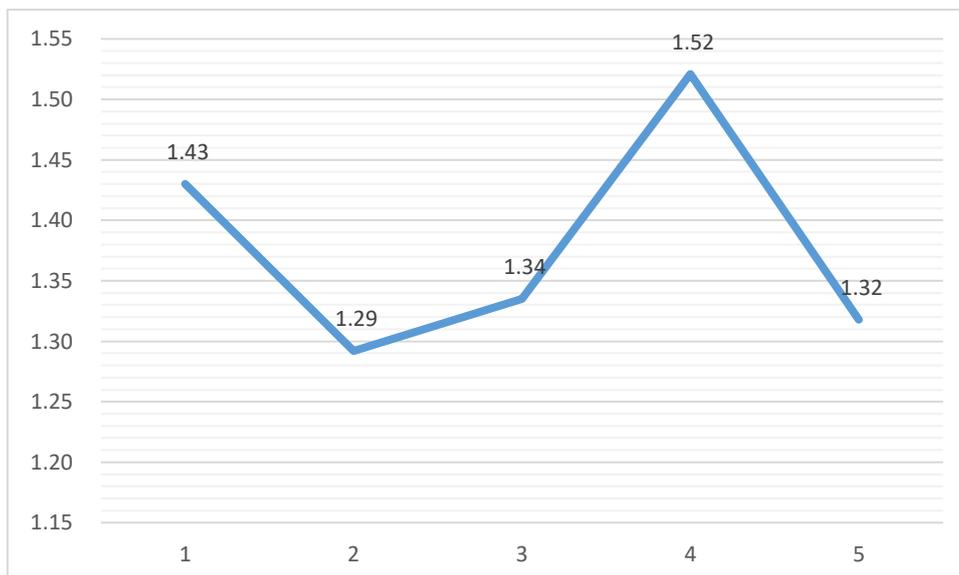


Figura 27. *Evolución de los últimos 5 años de la exportación de cebolla amarilla dulce según Incoterm FOB en kg*

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración propia

En la figura N°27, se muestra la evolución de los 5 años consecutivos de la exportación de cebolla amarilla dulce.

5.1.1. Costos y precio

Dentro de la estructura de costo podremos observar diversas maneras de clasificar los costos involucrados para el proyecto, las cuales detallaremos lo siguiente a continuación:

5.1.1.1. Costos Directos

Tabla 30: Costo de Fabricación del producto

CONSOLIDADO POR EMBARQUE					
ITEM	Cantidad	Costo Unitario		Costo Total	
		S/.	US\$	S/.	US\$
Materia prima KG	29,348	S/ 0.70	\$ 0.19	S/ 20,543.48	\$ 5,690.71
Traslado Interno de la materia prima (TN)	29.35	S/ 80.00	\$ 22.16	S/ 2,347.83	\$ 650.37
Carga y Descarga	1,080	S/ 3.50	\$ 0.97	S/ 3,780.00	\$ 1,047.09
Mallas (25 kg)	1,080	S/ 1.00	\$ 0.28	S/ 1,080.00	\$ 299.17
Precintos (# mallas)	1,080	S/ 0.30	\$ 0.08	S/ 324.00	\$ 89.75
TOTAL		S/ 84.50	\$ 23.41	S/ 28,075.30	\$ 7,777.09

Elaboración: Propia

En la tabla N°33, se muestran los costos de fabricación en las que incurrirá la empresa Onion Export S.A.C siendo estos; materia prima, traslado interno de la cebolla, la carga y descarga, el costo de las mallas, y los precintos que son la misma cantidad que de las mallas.

Tabla 31: *Costo Logístico De Exportación*

COSTO DE EXPORTACIÓN POR EMBARQUE		
Gastos Logísticos	Costo S/.	Costo US\$
Transporte internacional	S/ 14,440.00	\$ 4,000.00
Carga y Descarga	S/ 1,080.00	\$ 299.17
Operador Logístico	S/ 3,898.80	\$ 1,080.00
Gastos Bancarios y comisiones	S/ 216.60	\$ 60.00
Certificado Fito Sanitario	S/ 98.00	\$ 27.15
Total	S/ 19,733.40	\$ 5,466.32

Elaboración: Propia

En la tabla N°34, se aprecia el costo logístico de exportación que tendrá que realizar la empresa Onion Export SAC.

5.1.1.2. Costos Indirectos

Una de las obligaciones del empleador es pagar derechos de los trabajadores como CTS, Seguro Social de Salud, gratificaciones y vacaciones, la cual de manera mensual lo representativo para la empresa resultaría de la siguiente manera:

5.1.1.2.1. Costos Fijos

Tabla. 32 Costos Indirectos de fabricación año 1

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
		SIN IGV	SIN IGV
Servicios básicos	12	S/.1,679.24	S/.20,150.85
Alquiler	12	S/.2,857.14	S/.34,285.71
Contador externo	12	S/.508.47	S/.6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/.968.93	S/.11,627.12
		S/.6,013.78	S/.72,165.38

Elaboración: propia

Tabla 33: Remuneraciones año 1

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL
Gerente General	S/.2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/.333.33	S/.	S/.166.67	S/.2,000.00	S/.28,660.00
Jefe de Marketing	S/.1,800.00	S/.21,600.00	S/.1,944.00	S/.300.00		S/.150.00	S/.1,800.00	S/.25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/.1,800.00	S/.21,600.00	S/.1,944.00	S/.300.00		S/.150.00	S/.1,800.00	S/.25,794.00
Jefe de Operaciones	S/.1,200.00	S/.14,400.00	S/.1,296.00	S/.200.00		S/.100.00	S/.1,200.00	S/.17,196.00
Seleccionadores	S/.930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/.155.00		S/.77.50	S/.930.00	S/.13,326.90
Seleccionadores	S/.930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/.155.00		S/.77.50	S/.930.00	S/.13,326.90
Personal de Limpieza	S/.930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/.155.00		S/.77.50	S/.930.00	S/.13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/.77.50	S/.930.00	S/.13,326.90
								S/.150,751.60

Elaboración propia

En la tabla N°6, se ha procedido a realizar una lista de los pagos en planilla a cada uno de los trabajadores con goce de CTS, gratificación, vacaciones, seguro, ya que al ser una empresa perteneciente al régimen de la microempresa por ley corresponde sustentar todo lo mencionado. El pago hacia el área contable será un pago por recibo por honorarios lo que significa que no aplica al goce de los beneficios.

Tabla. 34 Costos Indirectos de fabricación año 2

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/.1,679.24	S/.20,150.85
Alquiler	12	S/.2,857.14	S/.34,285.71
Contador externo	12	S/.508.47	S/.6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/.968.93	S/.11,627.12
		S/.6,013.78	S/.72,165.38

Elaboración propia

Tabla.35 Remuneraciones año 2

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						ANUAL
		RETRIB. ECON. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/.	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00	-	S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/. 100.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
								S/. 150,751.60

Elaboración: Propia

Tabla 36. *Costos Indirectos de fabricación año 3*

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	
		MENSUAL SIN IGV	ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/.1,679.24	S/.20,150.85
Alquiler	12	S/.2,857.14	S/.34,285.71
Contador externo	12	S/.508.47	S/.6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/.968.93	S/.11,627.12
		S/.6,013.78	S/.72,165.38

Elaboración: Propia

Tabla 37. Remuneraciones año 3

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓ N	AÑO 1			ANUAL
					CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/ -	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/. 100.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionadore s	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionadore s	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
								S/. 150,751.60

Elaboración: propia

Tabla 38. Costos Indirectos de fabricación año 4

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
		SIN IGV	SIN IGV
Servicios básicos	12	S/.1,679.24	S/.20,150.85
Alquiler	12	S/.2,857.14	S/.34,285.71
Contador externo	12	S/.508.47	S/.6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/.968.93	S/.11,627.12
		S/.6,013.78	S/.72,165.38

Elaboración: propia

Tabla 39. Remuneraciones año 4

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓ N	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/ -	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/. 100.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionador es	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionador es	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
								S/. 150,751.60

Elaboración: propia

Tabla 40. Costos Indirectos de fabricación año 5

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	
		MENSUAL SIN IGV	ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/.1,679.24	S/.20,150.85
Alquiler	12	S/.2,857.14	S/.34,285.71
Contador externo	12	S/.508.47	S/.6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/.968.93	S/.11,627.12
		S/. 6,013.78	S/.72,165.38

Elaboración: propia

Tabla 41. Remuneraciones año 5

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓ N	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/.	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00	-	S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/. 100.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
								S/. 150,751.60

Elaboración: propia

Tabla 42. *Costos fijos mensual*

COSTOS FIJOS	MENSUAL
GASTOS DE PERSONAL	S/. 12,562.63
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S /. 6,013.78
COSTO FIJO TOTAL	S/. 18,576.41

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43. *Costo de Ventas*

Costo de Ventas	S/41,045.20	\$11,369.86	S/20,522.60	\$5,684.93
Mano de Obra Indirecta	S/3,600.00	\$997.23	S/1,800.00	\$498.61
Jefe de Marketing	S/1,800.00	\$498.61	S/900.00	\$249.31
Jefe de Exportaciones	S/1,800.00	\$498.61	S/900.00	\$249.31
Gastos de exportación	S/37,445.20	\$10,372.63	S/18,722.60	\$5,186.32

Fuente: Elaboración Propia

5.1.1.2.2. Costos Variables

Tabla 44. *Costos Variables año 1*

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 1												TOTAL ANUAL	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Costo de Producción	S/. 56,150.61	S/. 673,807.30												
Material e insumos de trabajo	S/. 92.50	S/. 1,110.00												
Publicidad	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00												
Viáticos	S/. 200.00	S/. 2,400.00												
Logística y Agenciamiento	S/. 19,733.40	S/. 236,800.80												
	S/. 77,676.51	S/. 932,118.10												

Elaboración: Propia

Tabla 45. Costo Variable año 2

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 2												TOTAL ANUAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Costo de Producción	S/. 69,610. 34	S/. 69,610.34	S/. 835,324. 10											
Material e insumos de trabajo	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 1,248.75											
Publicidad	S/. 1,687.5 0	S/. 1,687.50	S/. 20,250.0 0											
Viáticos	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 2,700.00											
Logística y Agenciamiento	S/. 22,200. 08	S/. 22,200.08	S/. 266,400. 90											
	S/. 93,826. 98	S/. 93,826.98	S/. 1,125,92 3.75											

Elaboración: Propia

Tabla 46. Costo Variable año 3

COSTOS VARIABLES DETALLE	MESES DEL AÑO 3												TOTAL ANUAL	
	Enero	Febrer o	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septie mbre	Octubr e	Novie mbre	Diciem bre		
Costo de	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	
Producción	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	78,933.	947,203.
	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	52
Material e	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	
insumos de	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	117.07	1,404.84
trabajo														
Publicidad	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	
	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	1,898.4	22,781.2
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
viáticos	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	
	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	253.13	3,037.50
Logística y	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	
Agenciamiento	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	24,975.	299,701.
	08	08	08	08	08	08	08	08	08	08	08	08	08	01
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	
	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	106,17	1,274,12
	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	7.34	8.13

Elaboración: propia

Tabla 47. Costo Variable año 4

COSTOS VARIABLES DETALLE	MESES DEL AÑO 4												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septie mbre	Octubre	Noviem bre	Diciem bre	
Costo de Producción	S/. 86,296. 48	S/. 1,035,55 7.72											
Material e insumos de trabajo	S/. 131.70	S/. 1,580.45											
Publicidad	S/. 2,135.7 4	S/. 25,628.9 1											
viáticos	S/. 284.77	S/. 3,417.19											
Logística y Agenciamiento	S/. 28,096. 97 S/. 116,94 5.66	S/. 337,163. 64 S/. 1,403,34 7.91											

Elaboración propia

Tabla 48. Costo Variable año 5 en soles

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 5												TOTAL ANUAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem bre	Octubr e	Noviem bre		Diciem bre
Costo de Producción	S/. 92,477. 31	S/. 92,477.31	S/. 92,477.31	S/. 92,477.31	S/. 92,477. 31	S/. 92,477. 31	S/. 92,477.31	S/. 92,477.3 1	S/. 92,477.3 1	S/. 92,477. 31	S/. 92,477. 31	S/. 92,477. 31	S/. 92,477. 31	1,109,72 7.67
Material e insumos de trabajo	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 148.17	S/. 1,778.01
Publicidad	S/. 2,402.7 1	S/. 2,402.71	S/. 2,402.71	S/. 2,402.71	S/. 2,402.7 1	S/. 2,402.7 1	S/. 2,402.71	S/. 2,402.71	S/. 2,402.71	S/. 2,402.7 1	S/. 2,402.7 1	S/. 2,402.7 1	S/. 2,402.7 1	S/. 28,832.5 2
viáticos	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 320.36	S/. 3,844.34
Logística y Agenciamiento	S/. 31,609. 09	S/. 31,609.09	S/. 31,609.09	S/. 31,609.09	S/. 31,609. 09	S/. 31,609. 09	S/. 31,609.09	S/. 31,609.0 9	S/. 31,609.0 9	S/. 31,609. 09	S/. 31,609. 09	S/. 31,609. 09	S/. 31,609. 09	S/. 379,309. 09
	S/. 126,957 .64	S/. 126,957.6 4	S/. 126,957.64	S/. 126,957.64	S/. 126,957 .64	S/. 126,957 .64	S/. 126,957.6 4	S/. 126,957. 64	S/. 126,957. 64	S/. 126,957 .64	S/. 126,957 .64	S/. 126,957 .64	S/. 126,957 .64	S/. 1,523,49 1.63

Elaboración: propia

Tabla 49. *Costos Totales*

RUBRO	Costo Mensual	
	S/.	US\$
Costos fijos	S/. 18,576.41	\$5,145.82
Costos Variables	S/. 77,676.51	\$21,517.04
COSTO TOTAL	S/. 96,252.92	\$26,662.86

Elaboración: Propia

Tabla 50. *Costo mensual por kg*

RUBRO	Costo Mensual		Costo Mensual x KG	
	S/.	US\$	S/.	US\$
COSTO FIJO	S/.18,576.41	\$ 5,145.82	S/. 0.69	\$ 0.19
COSTO VARIABLE	S/. 77,676.51	\$ 21,517.04	S/. 2.88	\$ 0.80
COSTO TOTAL	S/. 96,252.92	\$ 26,662.86	S/. 3.56	\$ 0.99

Elaboración: Propia

Tabla 51 *Precio de ventas según INCOTERM FCA*

Precio de cotización	S/.	US\$
<i>Precio FOB x Kg</i>	S/. 4.28	\$ 1.19
Seguro de mercadería	S/. 0.06	\$ 0.02
<i>Precio CIF x Kg</i>	S/. 4.34	\$ 1.20

Elaboración: Propia

Es necesario establecer el precio de venta por embarque en este caso será 1 embarque mensual, 27000 kg de exportación bajo el INCOTERM FCA.

5.1.2. Cotización internacional

Dentro de la cotización internacional se deberá tomar en cuenta ciertos ítems que serán:

Datos de Compra venta del producto:

- Descripción de la presentación del producto, adjuntando la ficha técnica y especificación sobre el empaque, composiciones, y marca de la empresa y producto

Exportador:

- Se colocará el número de RUC de la empresa, teléfono de contacto, página web, dirección, horarios de atención.

Importador:

- Se establecerán datos sobre su Nombre y razón social, dirección, teléfono de contacto, país y ciudad, persona directa de contacto.

Presentación relaciones comerciales

- Su propósito es presentar los servicios y productos a disposición de los clientes, así como expresar las alianzas y diversas ventajas competitivas que garantizan un producto de calidad.

Tiempo de entrega y modo de pago

- Será importante establecer los tiempos y plazos de entrega, así como las responsabilidades del exportador, añadiendo los métodos de pagos pactados previa coordinación éntrelos agendes de comercio exterior.

La ejemplificación para la cotización internacional se refleja de la siguiente manera:

Figura 28 Cotización Internacional



Ica, 17 de noviembre de 2020

COTIZACIÓN – VTS – 01- 2020

Señores:

Distribuidores Jorge Rivas SAS - IPIALES - Colombia

Presente, -

Reciba un cordial saludo en nombre de mi representada Onion Export S.A.C y a la vez hacerles llegar nuestra mejor propuesta de nuestro producto Cebolla Amarilla Dulce con las siguientes características:

Producto: Cebolla Amarilla – presentación en mallas de 25 Kg

Cantidad en Kg: 27,000

Cantidad de bultos: 1080 mallas

Kg / Mallas: 25 Kg

Tipo de Moneda: Dólares

Precio por Kg en FCA: US\$: 1.19

Precio por Kg en CIP: US\$: 1.20

Incoterm: FCA

Fecha de Entrega: 20 días de la orden de compra

Forma de Pago: Carta de Crédito

Representante Legal

Ejecutivo de Ventas

5.2. Contrato de compra venta internacional (Exportaciones y sus documentos)

Para Bravo Melgar (2003) El contrato de compraventa internacional es “aquella modalidad contractual, que permite a una persona natural o jurídica de un determinado país, comprar mercaderías a otra persona jurídica o natural de distinta nacionalidad, a cambio de un precio convenido”. Es decir, el contrato de compra venta internacional el acto jurídico por el cual más de dos personas de distinto país negocian sobre mercaderías a cambio de un precio determinado, donde una de las partes resulta vendedora y el otro comprador; el contrato puede convenirse por la forma que las partes establezcan. Adjunto en **anexo N° 4**.

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

Para la exportación de cebolla Amarilla Dulce, la empresa Onion Export S.A.C. se realizará bajo el término del Incoterm FCA, en la cual el vendedor entregará la mercancía lista para la exportación, al transporte escogido por el comprador en un punto acordado y especificado en el contrato de compraventa.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

Los medios de pago para emplearse en las exportaciones de cebolla, será a través de la banca de BBVA, las cuales mencionan lo siguiente referente a las cartas de crédito:

Orden condicionada de pago mediante la cual el banco de tu cliente se compromete a pagarte, a través de **BBVA**, una suma convenida en base únicamente a documentos determinados que certifiquen la venta (embarque, calidad, cantidad, etc.) de tu mercancía.

- Exporta con la garantía de recibir el pago por tus productos
- Obtén el pago de tu exportación el mismo día que la recibamos del exterior
- Recibe asesoramiento en todo momento a través de tu ejecutivo de cuenta o de nuestra Unidad de Comercio Exterior
- Recibe aviso y confirmación de las cartas de crédito y mitiga el riesgo de impago

Las comisiones que cobrará el banco por las operaciones de carta de crédito serán las siguientes:

— AVISO	— CONFIRMACIÓN	— NEGOCIACIÓN / UTILIZACIÓN*
US\$100.00	0.20%	0.40%
+ Mensaje SWIFT: US\$22.	Mínimo: US\$150	Mínimo: US\$150
+ Porte internacional: US\$12.	+ Mensaje SWIFT: US\$22.	+Mensaje SWIFT: US\$22.
Comisión correspondiente a la notificación enviada por recibir una carta de crédito a tu favor.	+ Porte internacional: US\$12.	+Portes Internacional: US\$12.
	Comisión por revisión de documentos correspondientes y del pago de la carta de crédito recibida. El cobro es por trimestre o fracción sobre el monto de la carta de crédito.	*Se cobra sobre el monto utilizado.
		Para más detalle ver: Tarifario de Carta de Créditos de Exportación.

Figura 29. Tarifario de comisiones BBVA

Fuente: (BBVA, 2020)

Las comisiones específicas que serán cobradas por la entidad bancaria será la siguiente:

COMISIONES	Porcentaje	ME	Observación y Vigencia
AL MOMENTO DE LLEGADA			
Aviso	-	\$100.00 +Mensaje SWIFT:\$22+Portes Internacional: \$12	Vigente desde: 25/01/2017
Trámite BCR (sólo convenio ALADI)	-	\$30.00	Vigente desde: 24/11/2015
Confirmación	0.20%	Mínimo: \$150.00 +Mensaje SWIFT:\$22+Portes Internacional: \$12	Cobro por Trimestre o Fracción. Se cobra desde la fecha de confirmación hasta la fecha de vencimiento. Vigente desde: 25/01/2017
AL MOMENTO DE NEGOCIACION (UTILIZACION)			
Utilización	0.40%	Mínimo: \$150.00 +Mensaje SWIFT: \$22+Portes Internacional: \$12	Se cobra sobre el monto utilizado. Vigente desde: 25/01/2017
Discrepancia	-	\$80.00 +Mensaje SWIFT: \$22+Portes Internacional: \$12	Se cobra por cada juego de documentos requeridos presentados con discrepancias. Vigente desde: 24/11/2015
Aceptación o Pago Diferido-Exportaciones	2.0% Anual	Mínimo: \$100.00 +Mensaje SWIFT: \$22+Portes Internacional: \$12	Aplica solo para carta de crédito a plazo. Se cobra sobre el monto utilizado. Vigente desde: 24/11/2015
Reingreso por utilización		\$80.00 +Portes Internacional: \$12	Aplica solo para cartas de crédito vencidas y descargadas Vigente desde: 28/04/2017
AL MOMENTO DE LIQUIDACION			
Por abonos del exterior	-	\$55.00 +Portes Internacional: \$12.00	Se cobra a la recepción del pago del exterior. Vigente desde: 24/11/2015

Figura 30. Comisiones del BBVA

Fuente: (BBVA, 2020)

5.5. Elección del régimen de exportación

El régimen que se adecuara al plan de negocios es directamente la Exportación Definitiva, la cual tiene base legal dentro de la Ley Aduanera, quien mención lo siguiente respecto a dicho rubro:

Régimen aduanero que te permite sacar del territorio aduanero las mercancías nacionales o nacionalizadas para uso o consumo definitivo en el exterior, no genera tributo alguno.

Los pagos son por el traslado de la mercancía y está sujeta a las tarifas definidas por la empresa que brinde el servicio de transporte internacional, agenciamiento, traslados internos, etc.

La SUNAT aplicará los controles pertinentes para garantizar el correcto cumplimiento de la normatividad vigente.

Requisitos

RUC activo y no tener la condición de no hallado o no habido

Agente de aduana que debe solicitar la numeración de la Declaración Aduanera de Mercancías, conoce los agentes de aduana acreditados y selecciona:

Tipo de despachador: agencia de aduana

Código de jurisdicción: aduana de ingreso

Estado: habilitado y presione consultar.

Mostrará el listado de Agentes de Aduana, selecciona el código del Agente que desea consultar.

Comprobante de Pago: Factura, boleta de venta, documento del operador (código 34), documento del partícipe (código 35) u otro comprobante que implique transferencia de bienes a un cliente domiciliado en el extranjero y que este señalado en el Reglamento de Comprobantes de Pago, o declaración jurada de valor y descripción de la mercancía cuando no exista venta. No se requiere presentar la representación impresa de la factura o boleta electrónica.

Documento de Transporte: Según el medio de transporte a utilizar (conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre, según el medio de transporte empleado); o representación impresa, tratándose de la Carta de Porte Aéreo Internacional emitida por medios Electrónicos - CPAIE.

Mandato al Agente de Aduana: es el acto por el cual el dueño, consignatario o consignante encomienda el despacho aduanero de sus mercancías a un agente de aduana, que lo acepta por cuenta y riesgo de aquellos y se constituye por alguno de los siguientes medios:

El endose del documento de transporte u otro documento que haga sus veces. poder especial otorgado en instrumento privado ante notario público. Los medios electrónicos que establezca la Administración Aduanera.

En los casos en que se presente el poder especial, este puede comprender más de un despacho y tener una vigencia de hasta doce meses. El mandato debe constituirse antes de la numeración de la declaración.

Documento de Control: En el caso de mercancías restringidas: Los documentos registrados en el portal de la VUCE o fotocopia autenticada por el agente de aduana de la autorización o documento de control o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma específica lo señale.

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

Dentro del proceso de comercio Internacional la elección del INCOTERM es FCA, la cual describe ciertas obligaciones y responsabilidades del exportador e importador, por ello se detallarán en el siguiente flujograma:

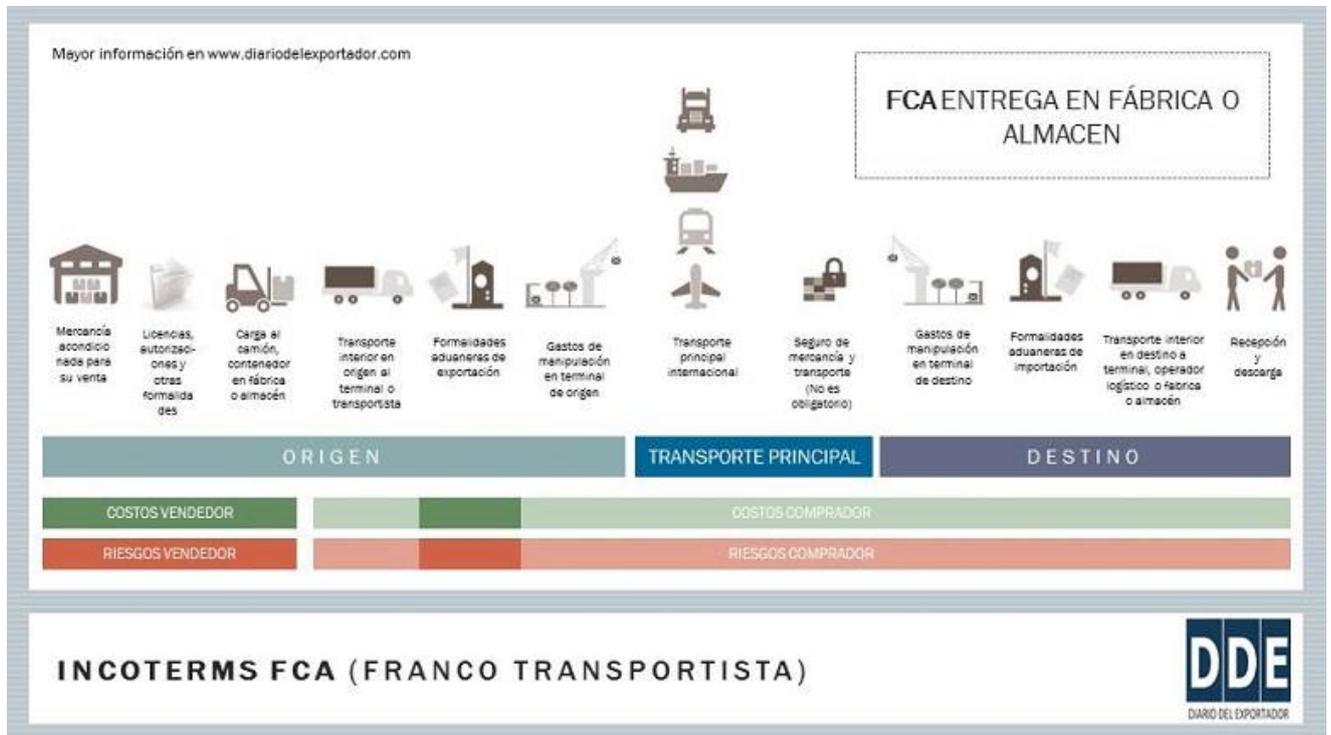


Figura 31. Figura 31 Flujograma INCOTERM FCA

Fuente: INCOTERMS 2020 – Diario exportador

El vendedor cumple con su obligación al poner la mercancía en el lugar fijado por el transportista; la entrega incluye el despacho de aduana para la exportación. Si el comprador no ha fijado ningún punto específico, el vendedor puede elegir dentro de la zona estipulada el punto donde el transportista se hará cargo de la mercadería. Este término puede usarse con cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.

5.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma

Para el proceso de exportación de cebolla hacia Colombia, se utilizó de guía la Guía Práctica de Proceso de Exportación a Colombia, la cual muestra el proceso detallado del ingreso de mercado hacia el territorio colombiano, lo cual no grafica de la siguiente manera:

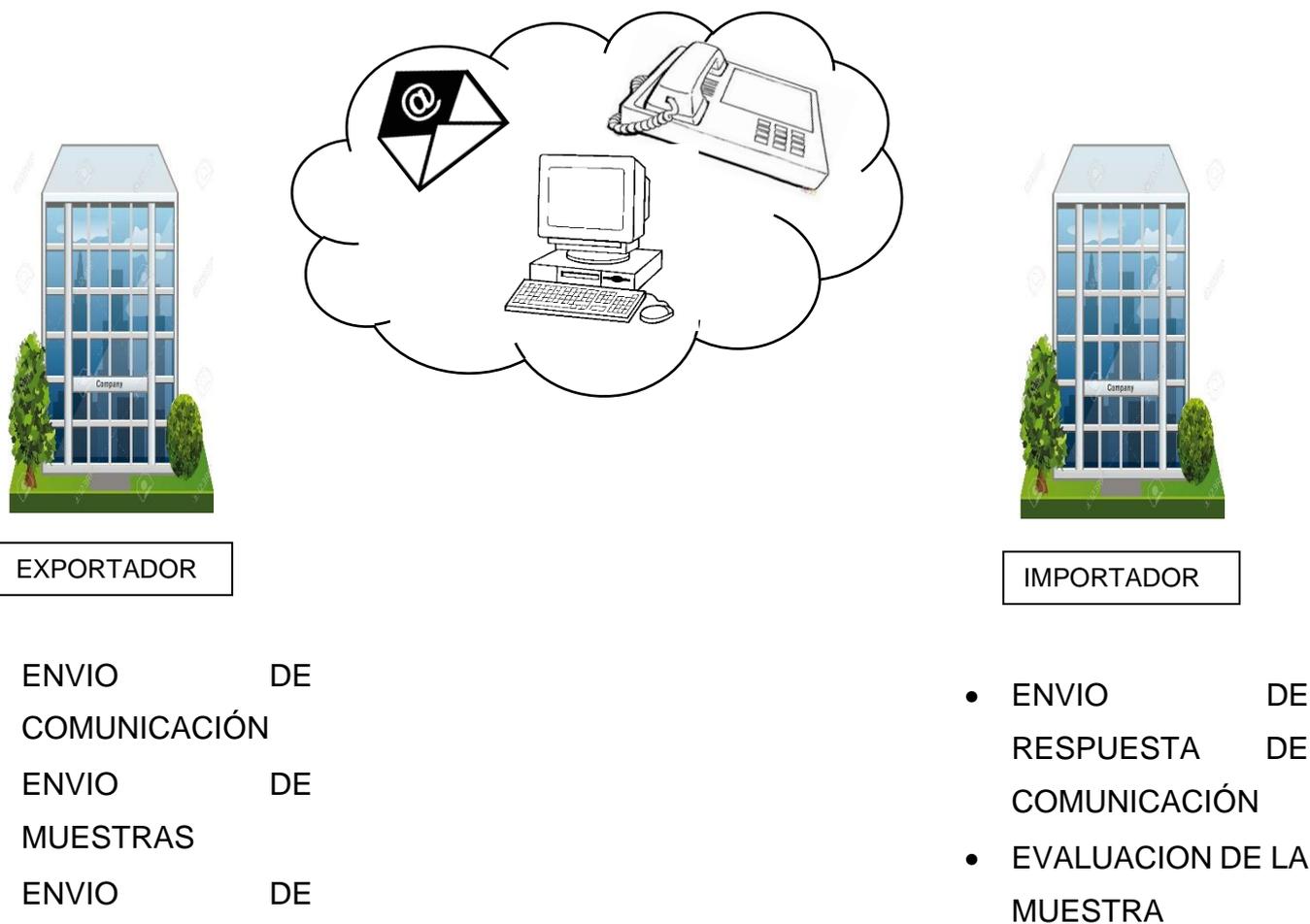


Figura 32. Flujograma exportación cebolla FCA

Elaboración: Propia

5.8. Gestión de las operaciones de Producción del bien o servicio ejecutar: Flujograma

La cadena productiva para la producción y exportación de cebolla peruana hacia el mercado colombiana, presenta un registro variable en su proceso, lo cual mediante las investigaciones realizadas el flujo de procesos utilizados para esta categoría de negocio es el siguiente:

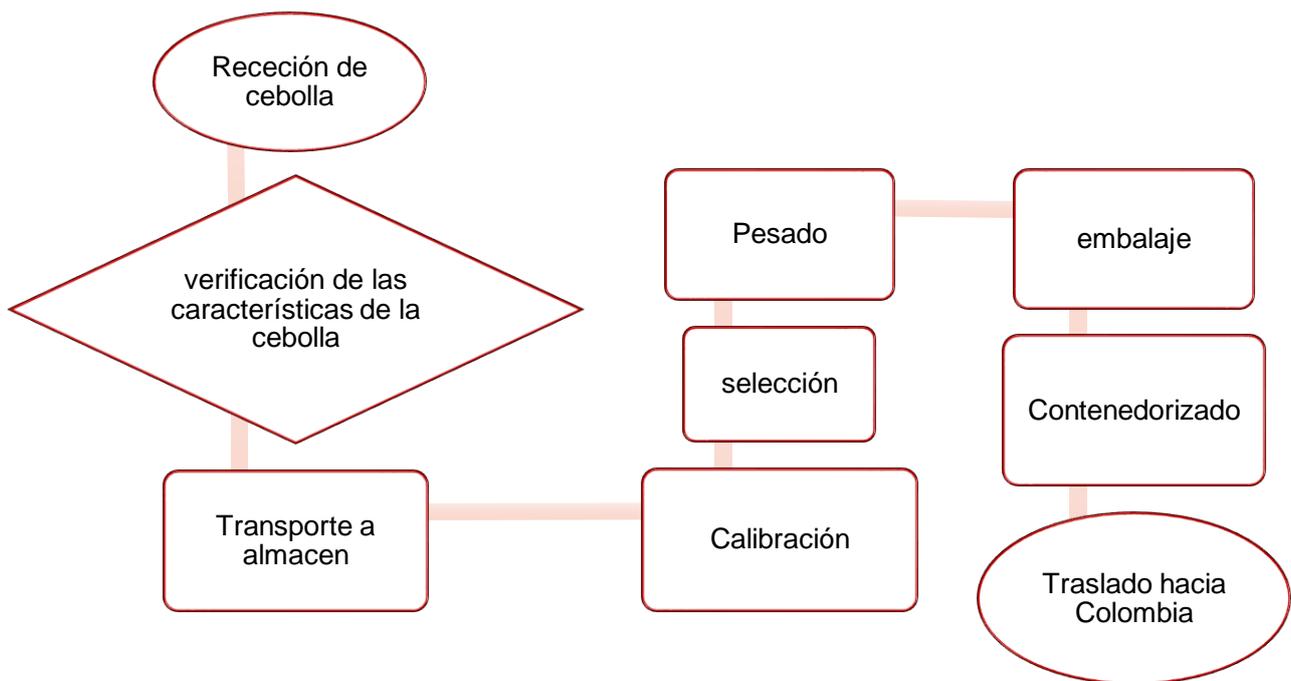


Figura 33. *Flujograma productivo de la Cebolla*

Elaboración: Propia

6. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

6.1. Inversión fija

Dentro de la estructura para el proyecto de exportación de cebolla amarilla dulce, se tiene que iniciar organizando la inversión de materiales, equipos maquinarias utilizadas en el proceso, incluyendo la infraestructura para el plan de negocios. A continuación, se presentarán la distribución de costos para inversión tangible e intangible de la empresa.

6.1.1. Activos tangibles

Tabla 52. *Inversión tangible*

MAQUINARIA Y EQUIPOS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Faja Seleccionadora	3	S/. 48,990.00	S/. 146,970.00	S/. 57,808.20	S/. 173,424.60	S/. 26,454.60
Balanza	2	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00	S/. 1,770.00	S/. 3,540.00	S/. 540.00
Bandejas	60	S/. 35.00	S/. 2,100.00	S/. 41.30	S/. 2,478.00	S/. 378.00
Computadoras	4	S/. 2,500.00	S/. 10,000.00	S/. 2,950.00	S/. 11,800.00	S/. 1,800.00
Impresoras	2	S/. 750.00	S/. 1,500.00	S/. 885.00	S/. 1,770.00	S/. 270.00
			S/. 163,570.00		S/. 193,012.60	S/. 29,442.60

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Estantes de Archivadores	8	S/. 390.00	S/. 3,120.00	S/. 460.20	S/. 3,681.60	S/. 561.60
Muebles escritorio	7	S/. 450.00	S/. 3,150.00	S/. 531.00	S/. 3,717.00	S/. 567.00
Sillas de oficina	15	S/. 89.00	S/. 1,335.00	S/. 105.02	S/. 1,575.30	S/. 240.30
			S/. 7,605.00		S/. 8,973.90	S/. 1,368.90

OTROS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Escoba	4	S/. 10.17	S/. 40.68	S/. 12.00	S/. 48.00	S/. 7.32
Recogedor	2	S/. 4.24	S/. 8.47	S/. 5.00	S/. 10.00	S/. 1.53
Alcohol	4	S/. 6.78	S/. 27.12	S/. 8.00	S/. 32.00	S/. 4.88
Desinfectante para pisos	4	S/. 7.20	S/. 28.81	S/. 8.50	S/. 34.00	S/. 5.19
			S/. 105.08		S/. 124.00	S/. 18.92
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			S/. 171,280.08		S/. 202,110.50	S/. 30,830.42
<i>Elaboración propia</i>						

6.1.2. Activos intangibles

Para tomar en cuenta los activos intangibles necesarios para la operatividad de la empresa, se realiza un estudio que abarca a plenitud todos los documentos, licencias, contratos, permisos entre otros que obliguen a la empresa por parte del estado a regularizar su trámite operativo y administrativo, para la exportación de cebolla amarilla se enfocaron los siguientes puntos:

Tabla 53. *Inversión fija intangible*

ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Elaboración del Plan de Negocio	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,360.00	S/. 2,360.00	S/. 360.00
			S/. 2,000.00		S/. 2,360.00	S/. 360.00

CONSTITUCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Reserva de Nombre SUNARP	1	S/. 45.00	S/. 45.00	S/. 53.10	S/. 53.10	S/. 8.10
Licencia de Funcionamiento	1	S/. 900.00	S/. 900.00	S/. 1,062.00	S/. 1,062.00	S/. 162.00
Inspección de Defensa Civil	1	S/. 1,264.00	S/. 1,264.00	S/. 1,491.52	S/. 1,491.52	S/. 227.52
Registro de marca	1	S/. 534.90	S/. 534.90	S/. 631.18	S/. 631.18	S/. 96.28
Notario	1	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 531.00	S/. 531.00	S/. 81.00
			S/. 3,193.90		S/. 3,768.80	S/. 574.90

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Promoción y publicidad	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,770.00	S/. 1,770.00	S/. 270.00
			S/. 1,500.00		S/. 1,770.00	S/. 270.00
TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE			S/. 6,693.90		S/. 7,898.80	S/. 1,204.90
<i>Elaboración propia</i>						

Para el plan de exportación se requiere de ciertos permisos, los cuales no todos se tienen que renovar anualmente, por ejemplo, la licencia de funcionamiento es un permiso indeterminado, sin embargo documentos como defensa civil, fumigación, salubridad son renovados cada 2 y 1 año respectivamente.

6.2. Capital de trabajo

Para el capital de trabajo, inicialmente debemos estudiar la cantidad en materia prima del negocio abarcar, su rotación de ventas, a continuación, se presenta la siguiente estructura sobre capital de trabajo.

Tabla 54. Estructura capital de trabajo

CONSOLIDADO POR EMBARQUE DE 27,000 KG

ITEM	Cantidad	Und Medida	Costo Unitario		Costo Total	
			S/.	US\$	S/.	US\$
Materia prima KG	29,348	Kg	S/ 0.70	\$ 0.19	S/ 20,543.48	\$ 5,690.71
Traslado Interno (TN)	29.35	Ton	S/ 80.00	\$ 22.16	S/ 2,347.83	\$ 650.37
Carga y Descarga	1,080	Saco	S/ 3.50	\$ 0.97	S/ 3,780.00	\$ 1,047.09
Mallas	1,080	Unidad	S/ 1.00	\$ 0.28	S/ 1,080.00	\$ 299.17
Precintos	1,080	Unidad	S/ 0.30	\$ 0.08	S/ 324.00	\$ 89.75
TOTAL			S/ 84.50	\$ 23.41	S/ 28,075.30	\$ 7,777.09

Elaboración propia

6.3. Inversión total

Dentro del análisis del proyecto, 3 rubros clave para su estructura inicial, la cual es inversión del activo fijo tangible e intangible, acompañados del capital de trabajo. El proyecto tendrá una inversión total de S/. 206,049.29.

Tabla 55. *Inversión total*

ESTRUCTURA DEL PROYECTO	Costo S/.
TOTAL INVERSIÓN ACTIVO FIJO TANGIBLE	S/. 171,280.08
TOTAL INVERSIÓN FIJO INTANGIBLE	S/. 6,693.90
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	S/. 28,075.30
INVERSIÓN TOTAL INICIAL	S/. 206,049.29

Elaboración propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Para el proyecto se tomó en cuenta solicitar un prestado de S/. 82,420 el cual representa el 40% y el 60% será un capital propio. El financiamiento tendrá una tasa de 17% (Tasa efectiva anual), en BBVA con 36 cuotas

Tabla 56. *Financiamiento*

PRÉSTAMO	
Monto	82,420
Cuotas	36
Tasa	1.32%
Cuotas anuales	S/./2,889.64

Elaboración propia

Tabla 57: Amortización e intereses del préstamo

Número cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				82,420
1	2,889.64	1,085.44	1,804.21	80,615.51
2	2,889.64	1,061.67	1,827.97	78,787.54
3	2,889.64	1,037.60	1,852.04	76,935.49
4	2,889.64	1,013.21	1,876.43	75,059.06
5	2,889.64	988.50	1,901.15	73,157.91
6	2,889.64	963.46	1,926.18	71,231.73
7	2,889.64	938.09	1,951.55	69,280.18
8	2,889.64	912.39	1,977.25	67,302.93
9	2,889.64	886.35	2,003.29	65,299.64
10	2,889.64	859.97	2,029.67	63,269.96
11	2,889.64	833.24	2,056.40	61,213.56
12	2,889.64	806.16	2,083.49	59,130.07
13	2,889.64	778.72	2,110.92	57,019.15
14	2,889.64	750.92	2,138.72	54,880.42
15	2,889.64	722.75	2,166.89	52,713.53
16	2,889.64	694.22	2,195.43	50,518.11
17	2,889.64	665.30	2,224.34	48,293.76
18	2,889.64	636.01	2,253.63	46,040.13
19	2,889.64	606.33	2,283.31	43,756.82
20	2,889.64	576.26	2,313.38	41,443.43
21	2,889.64	545.79	2,343.85	39,099.58
22	2,889.64	514.93	2,374.72	36,724.86
23	2,889.64	483.65	2,405.99	34,318.87
24	2,889.64	451.97	2,437.68	31,881.19
25	2,889.64	419.86	2,469.78	29,411.41
26	2,889.64	387.34	2,502.31	26,909.10
27	2,889.64	354.38	2,535.26	24,373.84
28	2,889.64	320.99	2,568.65	21,805.19
29	2,889.64	287.17	2,602.48	19,202.71
30	2,889.64	252.89	2,636.75	16,565.96
31	2,889.64	218.17	2,671.48	13,894.48
32	2,889.64	182.98	2,706.66	11,187.82
33	2,889.64	147.34	2,742.31	8,445.52
34	2,889.64	111.22	2,778.42	5,667.09
35	2,889.64	74.63	2,815.01	2,852.08
36	2,889.64	37.56	2,852.08	-

Elaboración: Propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

El financiamiento ha sido tomado en cuenta bajo la tasa promedio brindada por la SBS (Superintendencia de Banca y seguros), la cual brinda un reporte diario del tipo de cambio, y la tasa de préstamos bancarios para empresas naturales y jurídicas. Adjunto en **Anexo N° 5**

6.6. Presupuesto de costos

Observando los cuadros anteriores y sus ítems de análisis, el presupuesto para este proyecto, es el siguiente:

6.6.1. Costos Fijos

Tabla 58. *Costos Indirectos de fabricación año 1*

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/. 1,679.24	S/. 20,150.85
Alquiler	12	S/. 2,857.14	S/. 34,285.71
Contador externo	12	S/. 508.47	S/. 6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/. 968.93	S/. 11,627.12
		S/. 6,013.78	S/. 72,165.38

Elaboración propia

Tabla 59. *Remuneraciones año 1*

CARGO	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/. -	S/.166.67	S/. 2,000.00	S/.28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/.150.00	S/. 1,800.00	S/.25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/.150.00	S/. 1,800.00	S/.25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/.100.00	S/. 1,200.00	S/.17,196.00
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/.77.50	S/. 930.00	S/.13,326.90
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/.77.50	S/. 930.00	S/.13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/.77.50	S/. 930.00	S/.13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/.77.50	S/. 930.00	S/.13,326.90
								S/.150,751.60

Tabla 60. Costos Indirectos de fabricación año 2

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/. 1,679.24	S/. 20,150.85
Alquiler	12	S/. 2,857.14	S/. 34,285.71
Contador externo	12	S/. 508.47	S/. 6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/. 968.93	S/. 11,627.12
		S/. 6,013.78	S/. 72,165.38
<i>Elaboración propia</i>			

Tabla 61. Remuneraciones año 2

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						
		RETRIB. ECON. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/. -	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/. 100.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
								S/. 150,751.60

Elaboración propia

Tabla 62 Costos Indirectos de fabricación año 3

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/. 1,679.24	S/. 20,150.85
Alquiler	12	S/. 2,857.14	S/. 34,285.71
Contador externo	12	S/. 508.47	S/. 6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/. 968.93	S/. 11,627.12
		S/. 6,013.78	S/. 72,165.38

Elaboración propia

Tabla 63. Remuneraciones año 3

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/. -	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/. 100.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
								S/. 150,751.60

Elaboración propia

Tabla 64 Costos Indirectos de fabricación año 4

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/. 1,679.24	S/. 20,150.85
Alquiler	12	S/. 2,857.14	S/. 34,285.71
Contador externo	12	S/. 508.47	S/. 6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/. 968.93	S/. 11,627.12
		S/. 6,013.78	S/. 72,165.38

Elaboración propia

Tabla 65. Remuneraciones año 4

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1								
		RETRIB. ANUAL	ECONO.	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL	
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00		S/. 2,160.00	S/. 333.33	S/.	-	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00		S/. 1,944.00	S/. 300.00			S/.	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00		S/. 1,944.00	S/. 300.00			150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00		S/. 1,296.00	S/. 200.00			150.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00		S/. 1,004.40	S/. 155.00			100.00	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00		S/.1,004.40	S/. 155.00			77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00		S/.1,004.40	S/. 155.00			77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00		S/.1,004.40	S/. 155.00			77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
S/. 150,751.60										

Elaboración propia

Tabla 66. Costos Indirectos de fabricación año 5

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos	12	S/. 1,679.24	S/. 20,150.85
Alquiler	12	S/. 2,857.14	S/. 34,285.71
Contador externo	12	S/. 508.47	S/. 6,101.69
Mantenimiento equipos	12	S/. 968.93	S/. 11,627.12
		S/. 6,013.78	S/. 72,165.38

Elaboración propia

Tabla 67. Remuneraciones año 5

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓ N	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL
Gerente General	S/. 2,000.00	S/.24,000.00	S/.2,160.00	S/. 333.33	S/. -	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 28,660.00
Jefe de Marketing	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Exportaciones	S/. 1,800.00	S/.21,600.00	S/. 1,944.00	S/. 300.00		S/. 150.00	S/. 1,800.00	S/. 25,794.00
Jefe de Operaciones	S/. 1,200.00	S/.14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 200.00		S/. 100.00	S/. 1,200.00	S/. 17,196.00
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/. 1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Seleccionadores	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Limpieza	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
Personal de Seguridad	S/. 930.00	S/.11,160.00	S/.1,004.40	S/. 155.00		S/. 77.50	S/. 930.00	S/. 13,326.90
								S/.150,751.60

Elaboración propia

6.6.2. Costos Variables

Tabla 68. Costo Variable año 1

COSTOS VARIABLES DETALLE	MESES DEL AÑO 1												TOTAL ANUAL	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Costo de Producción	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 56,150.61	S/. 673,807.30
Material e insumos de trabajo	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 92.50	S/. 1,110.00
Publicidad	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00
Viáticos	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 2,400.00
Logística y Agenciamiento	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 19,733.40	S/. 236,800.80
	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 77,676.51	S/. 932,118.10

Elaboración propia

Tabla 69. Costo Variable año 2

COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 2												TOTAL ANUAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Costo de Producción	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 69,610.34	S/. 835,324.10	
Material e insumos de trabajo	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 104.06	S/. 1,248.75	
Publicidad	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 1,687.50	S/. 20,250.00	
Viáticos	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 225.00	S/. 2,700.00	
Logística y Agenciamiento	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 22,200.08	S/. 266,400.90	
	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 93,826.98	S/. 1,125,923.75	

Elaboración propia

Tabla 70. Costo Variable año 3

COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 3												TOTAL ANUAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Costo de Producción	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 78,933.63	S/. 947,203.52	
Material e insumos de trabajo	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 117.07	S/. 1,404.84	
Publicidad	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 1,898.44	S/. 22,781.25	
Viáticos	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 253.13	S/. 3,037.50	
Logística y Agenciamiento	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 24,975.08	S/. 299,701.01	
	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 106,177.34	S/. 1,274,128.13	

Elaboración propia

Tabla 71. Costo Variable año 4

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 4												TOTAL ANUAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Costo de Producción	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.86,296.48	S/.1,035,557.72
Material e insumos de trabajo	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.131.70	S/.1,580.45
Publicidad	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.2,135.74	S/.25,628.91
Viáticos	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.284.77	S/.3,417.19
Logística y Agenciamiento	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.28,096.97	S/.337,163.64
	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.116,945.66	S/.1,403,347.91

Elaboración propia

Tabla 72. Costo Variable año 5

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 5												TOTAL ANUAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Costo de Producción	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.92,477.31	S/.1,109,727.67
Material e insumos de trabajo	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.148.17	S/.1,778.01
Publicidad	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.2,402.71	S/.28,832.52
Viáticos	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.320.36	S/.3,844.34
Logística y Agenciamiento	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.31,609.09	S/.379,309.09
	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.126,957.64	S/.1,523,491.63

Elaboración propia

6.7. Punto de Equilibrio

Para realizar un correcto estudio del punto de equilibrio empleado para este proyecto, debe ser costos totales son iguales a los ingresos totales, el cual su proyección para este aspecto es el siguiente:

Tabla 73. *Punto de equilibrio*

	IT = CT			CT=CF+CV	
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en soles	1,166,421	1,356,268	1,499,840	1,626,265	1,746,409

Elaboración: propia

6.8. Tributación de la exportación

La exportación de bienes no está afecta a ningún tributo. El servicio que presta la SUNAT en cuanto a la exportación, es el de facilitar la salida al exterior de las mercancías, para mejorar nuestra competitividad y oferta exportable frente a otros países de la región. (SIICEX)

Dentro de la tributación a las exportaciones, como se conoces no hay un tributo para la salida definitiva de un producto.

6.9. Presupuesto de ingresos

El presupuesto para ventas e ingresos se ha tomado en cuenta las ventas generadas cada año incluido el Drawback proyectado de la siguiente manera:

Tabla 74. Ingresos Operativos año 1

INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 1												TOTAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Cantidad (kg.)	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	
Valor FOB/Kg	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	
Valor FOB Total	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	27,000.00	
Drawback(3%FOB)	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	9,720.00
Total de ingresos proyectados	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	27,810.00	333,720.00

Elaboración propia

Tabla 75. Ingresos Operativos año 2

INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 2												TOTAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Cantidad (kg.)	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	66,944.22	
Valor FOB/Kg	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	
Valor FOB Total	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	33,472.11	
Drawback(3%FOB)	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	1,004.16	12,049.96
Total de ingresos proyectados	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	34,476.27	413,715.25

Elaboración propia

Tabla 76. Ingresos Operativos año 3

INGRESOS OPERATIVOS DETALLE	MESES DEL AÑO 3												TOTAL	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Cantidad (kg.)	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	75,910.41	
Valor FOB/Kg	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	
Valor FOB Total	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	37,955.21	
Drawback(3%FOB)	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	1,138.66	13,663.87
Total de ingresos proyectados	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	39,093.86	469,126.35

Elaboración propia

Tabla 77. Ingresos Operativos año 4

INGRESOS OPERATIVOS DETALLE	MESES DEL AÑO 4												TOTAL	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Cantidad (kg.)	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	82,991.26	
Valor FOB/Kg	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	
Valor FOB Total	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	41,495.63	
Drawback(3%FOB)	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	1,244.87	14,938.43
Total de ingresos proyectados	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	42,740.50	512,885.99

Elaboración propia

Tabla 78. *Ingresos Operativos año 5*

INGRESOS OPERATIVOS DETALLE	MESES DEL AÑO 5												TOTAL	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Cantidad (kg.)	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	88,935.36	
Valor FOB/Kg	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	
Valor FOB Total	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	44,467.68	
Drawback (3%FOB)	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	1,334.03	16,008.36
Total de ingresos proyectados	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	45,801.71	549,620.52

Elaboración propia

6.10. Presupuesto de egresos

La proyección de egresos tomando en cuenta la estructura de costos propuestas en el punto 6.6, organizada para el plan de exportación es la siguiente:

Tabla 79. *Egresos proyectados*

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Fijo	S/. 222,916.98	S/. 222,916.98	S/. 222,916.98	S/. 222,916.98	S/. 222,916.98
Costo Variable	S/. 932,118.10	S/. 1,125,923.75	S/. 1,274,128.13	S/. 1,403,347.91	S/. 1,523,491.63
Costo total	S/. 1,155,035.08	S/. 1,348,840.73	S/. 1,497,045.10	S/. 1,626,264.88	S/. 1,746,408.60

Elaboración propia

6.11. Flujo de caja proyectado

En el flujo de caja proyectado, se realiza la evaluación económica y financiera. Es importante analizar el flujo de caja ya que gracias a ello se podrá determinar la PRI

Tabla 80. Flujo de caja económico

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		1,204,729	1,493,512	1,693,546	1,851,518	1,984,130
Ingresos operativos		1,204,729	1,493,512	1,693,546	1,851,518	1,984,130
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		1,183,399	1,377,204	1,525,409	1,654,629	1,774,772
Costos fijos		222,917	222,917	222,917	222,917	222,917
Costos Variables		932,118	1,125,924	1,274,128	1,403,348	1,523,492
Depreciación		27,555	27,555	27,555	27,555	27,555
Amortización intangible		809	809	809	809	809
UTILIDAD OPERATIVA		21,330	116,308	168,137	196,890	209,358
Impuesto renta	ER1.5% MENSUAL ING. NETOS	5,006	6,206	7,037	7,693	8,244
UTILIDAD NETA		16,325	110,102	161,100	189,197	201,113
Depreciación		27,555	27,555	27,555	27,555	27,555
Amortización intangible		808.8782	808.8782	808.8782	808.8782	808.8782
Valor Residual						108,937
Inversiones		(206,049)	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		(206,049)	44,688	138,466	189,464	338,414
FCE ACUMULADO		(206,049)	(161,361)	(22,895)	166,569	384,129

Elaboración propia

Tabla 81. Flujo de caja financiero

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingresos operativos	1,204,729	1,493,512	1,693,546	1,851,518	1,984,130	
Ingresos no operativos	-	-	-	-	-	
COSTO Y GASTOS						
Costos fijos	1,194,785	1,384,631	1,528,203	1,654,629	1,774,772	
Costos Variables	222,917	222,917	222,917	222,917	222,917	
Intereses	932,118	1,125,924	1,274,128	1,403,348	1,523,492	
Depreciación	11,386	7,427	2,795	-	-	
Amortización intangible	27,555	27,555	27,555	27,555	27,555	
UTILIDAD OPERATIVA	9,944	108,881	165,343	196,890	209,358	
Impuesto renta	5,006	6,206	7,037	7,693	8,244	
	ER1.5 % MENS UAL ING. NETO S					
UTILIDAD NETA	4,939	102,675	158,306	189,197	201,113	
Depreciación	27,555	27,555	27,555	27,555	27,555	
Amortización intangible		808.8782	808.8782	808.8782	808.8782	808.8782
Valor Residual						108,937
Amortización	(23,290)	(27,249)	(31,881)	-	-	
Inversiones	(206,049)	-	-	-	-	
Préstamo	82,420					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(123,630)	10,013	103,790	154,788	217,560	338,414
FCF ACUMULADO	(123,630)	(113,617)	(9,827)	144,961	362,521	700,935

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

La evaluación del proyecto se verá reflejada en su correcta organización dentro de los gastos administrativos, costos de ventas, otros ingresos operacionales, costo de ventas, gastos de administración, Ingresos y gastos financieros, otros ingresos, otros gastos.

Tabla 82. Estado de ganancias y pérdidas sin financiamiento

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	1,169,640.00	1,450,011.71	1,644,219.52	1,797,590.69	1,926,339.87
(-) COSTO DE VENTAS	742,861.32	904,516.87	1,016,552.38	1,105,082.19	1,179,449.70
UTILIDAD BRUTA	426,778.68	545,494.84	627,667.14	692,508.50	746,890.17
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	136,252.06	136,252.06	136,252.06	136,252.06	136,252.06
(-) GASTOS DE VENTAS	280,594.80	312,444.90	348,276.26	388,586.55	433,935.61
(-) DEPRECIACIÓN	28,363.72	28,363.72	28,363.72	28,363.72	28,363.72
UTILIDAD OPERATIVA	-18,431.90	68,434.17	114,775.10	139,306.18	148,338.79
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) INGRESOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) GASTOS FINANCIEROS	11,386.09	7,426.85	2,794.54	0.00	0.00
(-) GASTOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-29,817.99	61,007.31	111,980.56	139,306.18	148,338.79
(-) IMPUESTO A LA RENTA	0.00	17,997.16	33,034.27	41,095.32	43,759.94
UTILIDAD NETA	5,271.21	86,510.51	128,272.88	152,138.57	162,369.04

Elaboración propia

6.13. Evaluación de la Inversión

La evaluación de la inversión analiza la evaluación económica y financiera tomando como base el flujo de caja económico y financiero correspondientemente, en ambos aspectos se aplican indicadores sobre valor actual neto y tasa interna de retorno.

6.13.1. Evaluación Económica

Tabla 83. *evaluación económica*

	COK	VALOR
VANE	16.15%	S/. 335,596.86
TIRE		56.70%
PRIE		2.12
B/C Económico		S/. 4.51

Elaboración propia

Como en la tabla anterior se observa el valor actual neto es positivo de hasta un S/. 404,544.78 siendo superar al flujo de cada solicitado, la tasa interna de retorno es del 56.70% el cual es superior al costo de oportunidad.

6.13.2. Evaluación Financiera

Tabla 84. *Evaluación financiera*

	WACC	VALOR
VANF	13.7%	S/. 364,455.25
TIRF		68.18%
PRIF		2.09
B/C Financiero		S/. 6.47

Elaboración propia

Como se observa la VANF Y TIRF es de S/. 364,455.25 y 68.18% respectivamente.

6.13.3. Evaluación social

Para el proyecto se plantea brindar un enfoque sostenible con responsabilidad social hacia el laburo femenino, el cual se propone establecer pautas, capacitaciones y desarrollo empresarial de la mano del personal laboral femenino, el cual durante el inicio del proyecto se plantea hacer la contratación de este tipo de personal que involucra su proceso productivo.

6.13.4. Impacto ambiental

Se propone establecer una planta de procesos para la exportación de la cebolla amarilla, minimizando la emisión de CO₂, lo cual contribuye a tener una responsabilidad ambiental hacia nuestra comunidad, de igual manera dentro del plan de abastecimientos para materia prima, los proveedores de la empresa deberán contar con certificaciones, homologaciones y/o documentos que garanticen su responsabilidad con el medio ambiente.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Tabla 85.COK

Determinación de la WACC

Costo del patrimonio (COK)	13%
Participación del patrimonio	60.00%
Costo Financiamiento	17%
Participación de terceros	40.00%
Impuesto a la renta	13.63%
WACC	13.67%

Elaboración propia

Tabla 86.WACC

Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	13%
Participación Inversionista 1	30.00%
TREMA Inversionista 2	15%
Participación Inversionista 2	35.00%
TREMA Inversionista 3	20.00%
Participación Inversionista 3	35.00%
COK	16.15%

Elaboración propia

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El tipo de cambio puede ser un indicador que pueda desestabilizar la economía en una empresa, más aún si es dedicada al rubro de las exportaciones, como es el caso que, para el proyecto de exportaciones de cebolla amarilla dulce, es por ello que para mitigar el riesgo de tipo de cambio se optara por recurrir al sistema bancario para contratar un tipo de cambio forward administrando así el riesgo en el que incurre el tipo de cambio. El tipo de cambio es positivo y cada vez al alza según lo indica la SUNAT en el siguiente cuadro.

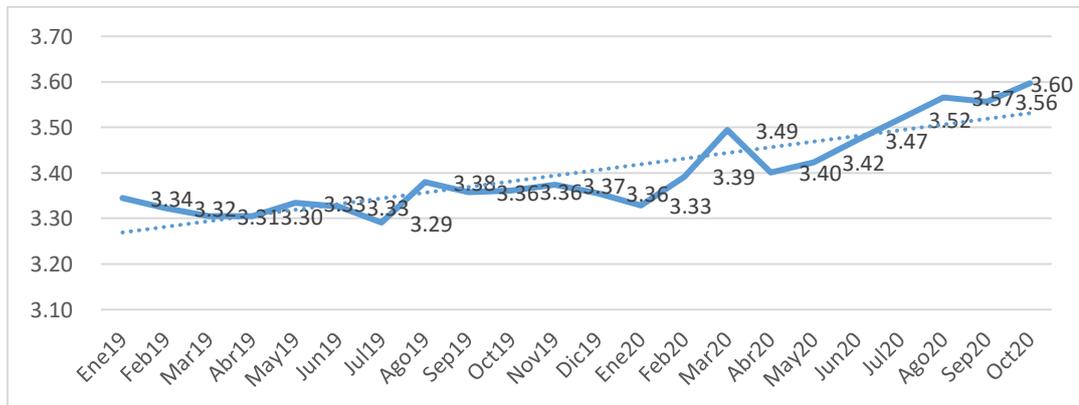


Figura 34. Evolución tipo de cambio S/ - US\$

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

1. La viabilidad del negocio es positiva teniendo un VANE S/. 404,544.78 y la tasa interna de retorno es del 56.70% el cual es superior al costo de oportunidad y la VANF Y TIRF es de S/. 364,455.25 y 68.18% respectivamente.
2. El costo de oportunidad para este proyecto teniendo una participación del inversionista 1 del 13% se presenta con una tasa de 16.15%, lo cual contribuye de manera positiva al proyecto por otro lado la generación del valor agregado impulsa al desarrollo e incentivar el sector agrario de la comunidad de Ica.
3. Las ventas proyectadas son sustentadas a través del plan de Marketing donde se ha evaluado la demanda proyectada desde el año 1 hasta el año 5.
4. El impacto socioeconómico del proyecto genera un impacto al sector dado una sostenibilidad en sistema de evaluación económico y financiero.
5. La segmentación del mercado objetivo se ha utilizado un sistema de puntuación y calificación que pueden determinar al sector más viable tomando en cuenta criterio bases y esenciales

7.2. Recomendaciones

1. Se recomienda tomar en práctica las políticas, valores que fueron establecidos en el plan de organización y aspectos generales para encaminando al personal y al negocio logrando así un óptimo funcionamiento.
2. Se recomienda realizar una evaluación del flujo de caja de forma anual.
3. Se recomienda utilizar como capital de trabajo el financiamiento otorgado por la entidad bancaria
4. Idear un plan estratégico de marketing con el objetivo de maximizar las ventas y fidelizar al cliente
5. Se recomienda establecer una política de precios en base a la competencia.
6. Proponer una cadena de suministro que al largo plazo ayude a reducir los costos de exportación.
7. Aprovechar los incentivos para la exportación como el Drawback

Bibliografía

- Apcho Cámara , E., Caballero Sime , M., & Miranda Barreda, R. (2017). *Planeamiento Estratégico de la Cebolla en el Perú al 2027*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8252/APCHO_CABALLERO_PLANEAMIENTO_CEBOLLA.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Asociación Hortifrutícola de Colombia. (2018). *BALANCE DEL SECTOR HORTIFRUTÍCOLA -2018*. Obtenido de http://www.asohofrucol.com.co/imagenes/BALANCE_DEL_SECTOR_HORTIFRUTICULTURA_2018.pdf
- Bartesaghi, I. (2011). *Investigación de mercados*. Obtenido de <http://biblioteca.esucomex.cl/RCA/Investigaci%C3%B3n%20de%20mercado.pdf>
- BBVA. (2020). *Recomendaciones de Productos Tasas y Tarifas*. Obtenido de <https://www.bbva.pe/personas/recomendacion-productos.html>
- Beltrán Mora, M., Parrales Carvajal, V., & Ledesma Álvarez, G. (2020). El Buyer Personacomo factor clave entre las tendenciasen Gestión Empresarial. *RECIMUNDO*, 23. Obtenido de <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/615/829>
- Bermúdez Reyes, T. (2019). *“ESTRUCTURA PRODUCTIVA-ECONÓMICA, COMERCIAL EXTERNA Y NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LA CEBOLLA FRESCA DE BULBO: 1990 - 2015”*. Obtenido de

<http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3929/bermudez-reyes-teofilo-fredy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carretto, M., Harispe, M., & Vaz, F. (2015). *The Business Model Canvas Un lenguaje común para describir, visualizar, evaluar y cambiar modelos de negocios*. Obtenido de http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/BMC_2015.pdf

CASTRO, R. (2018). *DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL*. LIMA - PERU

Castro, R. (2018). *Distribución Física Internacional - DFI*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9157E8CF-1B2C-4014-95C6-BD936988CCA0.PDF>

COMTRADE. (2019). *Base de datos Comtrade de la ONU*. Obtenido de <https://comtrade.un.org/data/>

DANE. (2020). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Revisión 4 Adaptada para Colombia (A.C.)*. Obtenido de <https://sen.dane.gov.co:8143/ProyWebCiiu/html/especifica.html>

DATOSMACRO. (2020). *Colombia: Economía y demografía*. (EXPANSIÓN, Editor) Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/colombia>

División de estadística de las Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4s.pdf

El Peruano. (julio de 2020). *Ley general de sociedades, Ley N°26887*. Obtenido de <https://img.lpderecho.pe/wp-content/uploads/2020/07/Ley-general-de-sociedades-LP.pdf>

ESAN. (2018). *Los componentes y operadores de la distribución física*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/03/los-componentes-y-operadores-de-la-distribucion-fisica/>

Ferro Delgado, V. (2019). *Derecho individual del trabajo en el Perú* (Pontificia Universidad Católica del Perú ed.). Lima: FONDO. Obtenido de <https://rubio.pe/wp-content/uploads/2019/06/Derecho-Individual-del-trabajo-en-el-Per%C3%BA.pdf>

Fornaris Rullán, G. (2016). *CLASIFICACION, EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO*. Obtenido de <https://www.upr.edu/eea/wp-content/uploads/sites/17/2016/03/13.-CEBOLLA-CLASIFICACION-EMPAQUE-Y-ALMACENAMIENTO-G.-Fornaris-v2012.pdf>

Fuentes Campillo, K., & Palacios Cortes, E. (2018). *Impacto de los Operadores Logísticos el comercio exterior en Colombia*. Obtenido de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00004794.pdf>

García Anduiza , J. (2018). *Gestión de la cadena de suministro: análisis del uso de las TIC y su impacto en la eficiencia*. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/46224/1/T39544.pdf>

INDECOPI. (2020). *APRENDE A REGISTRAR TU MARCA*. Obtenido de https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA_REGISTRA_MARCA

INEI. (ENERO de 2010). *CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME*. LIMA: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA.

La Cámara. (octubre de 2020). *La Cámara la revista digital de la CCL*. Obtenido de <https://lacamara.pe/radiografia-del-regimen-laboral-mype/>

LEE Y BILLINGTON . (1993). *FUNDAMENTOS DE LA CADENA DE SUMINISTROS* .

López Quiroga, C., & Rodríguez Torres, S. (2019). *LOS INCOTERMS® 2020*. Obtenido de <https://www.uria.com/documentos/publicaciones/6851/documento/esp05.pdf?id=9337>

Medrano Cristóbal, L., & Rodríguez Hidalgo, P. (2020). *Estrategias competitivas empleadas por las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín relacionadas con el proceso de internacionalización hacia el mercado de Estados Unidos (Periodo 2014-2018)*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652464/Medrano_CL.pdf?sequence=12&isAllowed=y

Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). *Requerimientos agroclimáticos del cultivo de cebolla*. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/ais-2015/ficha17-cebolla.pdf>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2019). *Derechos laborales de los trabajadores*. Obtenido de

[https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/D
LT_formacion_laboral.pdf](https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/D
LT_formacion_laboral.pdf)

Oliveri Febles, S., & López De Zamora, I. (2015). *LA SEGMENTACIÓN PUBLICITARIA EN SIGLO XXI:EL CASO DE LAS AGENCIAS DE VIAJE ONLINE*. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/47969/1/La_segmentacion_publicitaria_en_el_siglo_X_OLIVERI_FEBLES_STEPHANIE_DANIELA.pdf

ORLANDO, & JUAN . (1997). *DISTRIBUCION Y MARKETING* (5TA ed.).

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores* (tercera ed.). Barcelona. Obtenido de https://www.academia.edu/9142310/Generacion_de_Modelos_de_Negocios

Perú Contable. (Noviembre de 2020). *¿Cuáles son los Tipos de Contratos de Trabajo sujetos a Modalidad?* Obtenido de <https://www.perucontable.com/laboral/cuales-son-los-tipos-de-contratos-de-trabajo-sujetos-a-modalidad/>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (21 de OCTUBRE de 2019). *PLATAFORMA DIGITAL UNICA DEL ESTADO PERUANO*. Obtenido de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (agosto de 2020). *Registrar marca de producto y/o servicio*. Obtenido de <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-y-o-servicio>

Privat, R. (2013). *LOGISTICA INTEGRAL DE EXPORTACIONES* .

PROMPERU. (2018). *ENVASES Y EMBALAJES PARA EXPORTACION* . LIMA, PERÚ.

PROMPERÚ. (2018). *TEMA: Envases y Embalajes para Exportación* . Obtenido de <http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3522/Envases%20y%20Embalajes%20para%20Exportaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SEARATES. (2020). *SeaRates by DP World* . Obtenido de https://www.searates.com/es/freight/?from=ChIJPU_HzsPiEJERzX7mkLWi4Vw&to=ChIJu_Ce_-hrKY4RLB3He9x3zBA&date=18%2C+Dec%2C+2020&type=road-fcl

SENASA. (2020). *¿Qué es SENASA?* Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/que-es-senasa/>

SERTRANS. (2017). *Certificado de origen*. Obtenido de <https://www.sertrans.es/noticias/certificado-de-origen-comercio-internacional/>

SIICEX. (2014). *Sistema integrado de informacion de Comercio Exterior*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/223pdf2014Sep22.pdf>

SUNARP. (2020). *Superintendente Nacional de los Registros Públicos*. Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/seccion/formatos/qsec-nxformato-b.html>

SUNAT. (enero de 2019). *RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.* Obtenido de

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf

SUNAT. (2020). *SUNAT.* Obtenido de

<https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>

TRADEMAP. (2020). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.* Obtenido de

https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c070310%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

VALLES, J. (2018). *FUNDAMENTOS DE LA CADENA DE SUMINISTROS.* LIMA.

ANEXOS N° 1 BUYER PERSONA

BUYER PERSONA	
Foto	
Nombre de tu buyer persona	Sandra Gonzales García
Edad	35
Sexo	Mujer
Trabajo u oficio	Gerente Comercial
¿Dónde trabaja?	Tienda mayorista en Ipiales.
Educación	Licenciada en Negocios Internacionales
Nivel de ingresos	\$5000
¿Dónde vive?	Ipiales, Colombia
¿Cuáles medios utiliza?	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión, Radio, Prensa y Revistas <input checked="" type="checkbox"/> Blogs <input checked="" type="checkbox"/> Email marketing <input checked="" type="checkbox"/> Redes Sociales <input checked="" type="checkbox"/> Pauta Digital <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Chat <input checked="" type="checkbox"/> BTL - Eventos y activaciones <input checked="" type="checkbox"/> Brochures, volantes y otros impresos

COMPORTAMIENTO Y EMPATÍA

¿Cual es el objetivo o problema principal que tu marca le podría ayudar a cumplir o solucionar?	Abastecer a las tiendas mayoristas (mercado y supermercados) para evitar roturas de stock.
¿Por qué no puede hoy lograr su objetivo o solucionar ese problema? ¿Qué se lo impide o qué le falta?	Sobreproducción de cebolla lo que ocasiona precios variables..
¿Cómo puede tu producto o servicio ayudar a solucionar el problema o cumplir el objetivo de tu cliente?	Al ser un producto de descarte podremos ofrecer un precio competitivo, además Colombia es el país en la Región que más cebolla le compra al Perú.
¿Cuál es una meta de corto plazo que indicaría que va en la dirección correcta en la solución de el problema?	Búsqueda de proveedores con precios accesibles en ferias internacionales (actualmente virtual por la Covid 19)
¿Qué implica para la persona no solucionar el problema o lograr este objetivo? ¿Cuál es el costo personal o profesional de no lograrlo?	Implica desabastecimiento, lo cual le costará la insatisfacción de su mercado.
¿Cuál es el efecto real y práctico de solucionar el problema o lograr el objetivo? ¿Qué gana?	Abastecimiento del mercado colombiano. Se gana la satisfacción de los clientes.

¿Cuál es esa característica, funcionalidad o beneficio que la persona valoraría más de tu producto o servicio?	Su valor nutricional, producto orgánico, diversificación de usos y buen prestigio de productos peruanos
¿Dónde busca información o consejo sobre el problema o solución?	Camara de comercio de lima, ferias internacionales, medios digitales.
una negociación, ¿Cuáles serían su principales barreras u objeciones para adquirir tu producto o servicio?	El precio variable.
¿Qué dice o hace alrededor de su labor o problemática?	Dice que la cebolla peruana tiene mejor calibre y calidad.
¿Qué ve? Como es el ambiente en el que vive o trabaja?	Al ser Ejecutiva comercial, trabaja bajo presión y hasta fuera del horario laboral. Vive en una residencial y actualmente está llevando un diplomado en cadena de suministros.
¿Qué oye sobre su problema y formas de solucionarlo? Amigos, colegas, medios.	Oye que la cebolla no abastece totalmente la demanda colombiana, lo cual le recomiendan comprar la cebolla amarilla peruana debido a que su excelente clima ofrece un buen producto.
¿Qué piensa y siente? Expectativas, inspiraciones, miedos, motivaciones y preocupaciones	Cree que la cebolla peruana será muy demandada en colombia, la inspira y motiva la buena calidad y promoción de los productos peruanos gracias la marca Perú pero a su vez siente miedo y preocupación por variaciones de precio constantes.

<p>¿Quién es y cómo se comporta en un día normal? Ahora que tienes una visión general, haz un relato o historia sobre tu cliente ideal donde incluyas su perfil y resaltes los aspectos que tienen relación con las necesidades, preocupaciones, decisiones y acciones alrededor de tu oferta de valor.</p>	<p>por dimensiones de precio con los clientes. Ejemplo para marca de pinturas: Alberto Maestro tiene 48 años, es casado y tiene tres hijos: Jair y Roger que trabajan con él en construcción y Alejandra, la menor, que está terminando su bachillerato. Toda su vida ha estado en la labor de construcción y desde hace 10 años es contratista para proyectos particulares, especialmente de remodelación, con lo que obtiene ingresos en promedio de \$5,000,0000 Vive en una casa en Kenedy que construyó él mismo, durante varios años, a medida que iba ahorrando para los materiales y lograba sacar el tiempo para dedicarle. Usa mucho su celular para comunicarse con sus clientes y familia, especialmente por whatsapp. Le gusta publicar en Facebook los avances de sus trabajos y estar al día sobre nuevos productos de su ramo, de los eventos y noticias familiares. Es madrugador y tiene jornadas muy largas de trabajo que pasa en las obras que tiene a su cargo, comprando materiales y consiguiendo nuevos clientes, lo que le da poco tiempo para su familia, pero lo compensa los fines de semana con salidas a almorzar. Se desplaza en una camioneta modelo 1995 que a su vez le sirve para el transporte de materiales y de su familia. Sus clientes son de estratos 3 y 4 que quieren siempre buena calidad en sus obras, pero no siempre cuentan con grandes presupuestos para los materiales. En los acabados y pintura de la obra siempre ha tenido el desafío de conseguir pinturas que rindan, duren, sean lavables, pero que sus clientes puedan pagar. Aunque conoce marcas muy buenas, generalmente los clientes se niegan a invertir mucho en pinturas. Cuando ha utilizado pinturas baratas, de baja calidad, ha tenido muchos problemas con la presentación del trabajo y con las garantías. También, cuando incluye los costos de pinturas de alta calidad en sus cotizaciones, ha perdido proyectos. Si Alberto pudiera tener una pintura de calidad superior a lo aceptable, que de buenos acabados a un precio que sus clientes puedan pagar, estaría más tranquilo de la calidad y garantía de sus obras y ganaría más contratos.</p>
---	---

PRINCIPALES CALIFICADORES DE MARKETING Y VENTAS

<p>¿Tiene disponible presupuesto para satisfacer sus necesidades o cumplir sus objetivos con tu producto o servicio? (Sí - No) Si la respuesta es no, puedes plantearte opciones como cambiar de segmento de clientes o construir una oferta de valor de menor precio, entre otras.</p>	<p>Sí</p>
<p>¿Tiene la capacidad de decisión o influencia suficiente para elegir tu marca? (Sí - No) Recuerda dirigirte a la persona indicada. No hacerlo te llevará a perder tiempo y dinero.</p>	<p>Sí</p>
<p>¿Sabe y siente los problemas o falencias para lograr sus objetivos? (Sí - No) Trabaja en hacer visible la necesidad y después en tu oferta. No todos tus clientes están listos para comprar.</p>	<p>Sí</p>
<p>¿Está en el momento de tomar decisiones o evaluar soluciones? El cierre llega más fácil cuando el cliente está en la etapa de decisión.</p>	<p>Sí</p>

ANEXOS N° 2 FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

ANEXO 03

 Municipalidad Provincial de Ica	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO LEY N° 28975 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias Versión 02	RECEPCIÓN N° de expediente: Fecha de recepción: V° B° Recepción:
		V° B° C.A.M.A. N° de recibo de pago: Fecha de pago:

VER INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO (Página 2)

I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)

<p style="text-align: center;">Licencia de funcionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal Indicar el plazo</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario Tipo de anuncio (especificar)</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para cesionario</p> <p><input type="checkbox"/> Licencias para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales</p>	<p style="text-align: center;">Cambios o modificaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento</p> <p>.....</p> <p>Indicar nueva denominación o nombre comercial</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II, III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) N° de licencia de funcionamiento</p> <p>.....</p>	<p style="text-align: center;">Otros</p> <p><input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Otros (especificar)</p> <p>.....</p>
--	---	---

II DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres/ Razón social			
N° DNI/ N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Correo electrónico
Dirección			
Av./Ir./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz./Lt./Otros	Urb./ AA,HH./Otros	Distrito y Provincia

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Apellidos y Nombres	N° DNI/ N° C.E.	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre comercial			
Código CIU *	Giro/s*	Actividad	Zonificación
Dirección			
Av./Ir./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz./Lt./Otros	Urb./ AA,HH./Otros	Provincia

Autorización Sectorial (de corresponder)

Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización

ANEXOS N° 3 RUC – SUNAT

SUNAT	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)	00000999									
FORMULARIO 2119		USO SUNAT									
		LOTE FOLIO									
RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL											
TIPO DE SOLICITUD (MARCAR CON "X")	NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL									
INSCRIPCIÓN											
AFECTACIÓN DE TRIBUTOS											
RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE											
TIPO DE CONTRIBUYENTE (Ver Tabla Anexa N° 2)	CÓDIGO	TELÉFONOS	CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO (Ver Tabla N° 11)								
NOMBRE COMERCIAL	N° LICENCIA MUNICIPAL										
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (Ver Tabla Anexa N° 1)	CÓDIGO CIU	FAX	FECHA INICIO ACTIVIDAD (DÍA MES AÑO)								
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS (Ver Tabla Anexa N° 1)	CÓDIGO CIU	SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO (MARCAR CON "X")	MANUAL MAQUINAREGIST. COMPUTARIZADO								
	CÓDIGO CIU	SISTEMA DE CONTABILIDAD (MARCAR CON "X")	MANUAL COMPUTARIZADO								
	CÓDIGO CIU	ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR (MARCAR CON "X")	EXPORTADOR IMPORTADOR								
CORREO ELECTRÓNICO	CORREO ELECTRÓNICO										
RUBRO III. DOMICILIO FISCAL											
DEPARTAMENTO		PROVINCIA									
DISTRITO			USO SUNAT URBEO								
ZONA (Ver Tabla Anexa N° 3)		VIA (Ver Tabla Anexa N° 4)									
TIPO	NOMBRE	TIPO	NOMBRE								
Número	Interior	OTRAS REFERENCIAS		CONDICIÓN DEL INMUEBLE							
Kilometro	Dpto.										
Manzana	Lote										
RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL											
DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Tabla 5)		FECHA DE NACIMIENTO O FECHA DE LA SUCESIÓN	SEXO (Tabla 6)	NACIONALIDAD (Tabla 7)	PAS DE PROCEDENCIA (Solo si es extranjero)	DOMICILIADO (Tabla 8)					
TIPO	NÚMERO	DÍA MES AÑO									
RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA											
FECHA DE INSCRIPCIÓN EN LOS RR.PP.	PARTIDA REGISTRAL	TOMO O FICHA	FOLIO	ASENTO	ORIGEN DEL CAPITAL (Ver Tabla Anexa N° 9)	PAS DE ORIGEN (Solo si es extranjero)					
DÍA MES AÑO											
RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS											
CÓDIGO (Ver Tabla Anexa N° 10)	AFECTACIÓN (MARCAR CON "X")	EXONERACIÓN (MARCAR CON "X")	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO			CÓDIGO (Ver Tabla Anexa N° 10)	AFECTACIÓN (MARCAR CON "X")	EXONERACIÓN (MARCAR CON "X")	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO		
			DÍA	MESES	AÑO				DÍA	MESES	AÑO

FORMULARIO GRATUITO – LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMIENDAS

ANEXO N° 4 CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE CEBOLLA AMARILLA

Conste por el presente documento, el contrato de Compraventa internacional que celebran de una parte **ONION EXPORT S.A.C**, empresa constituida bajo las leyes de Perú, con RUC N° 1074075581, representada por **Wilson Antonio Boulanger Zuñe**, identificado con DNI N° **74075581**, a quien en adelante se le denominara **VENDEDOR/EXPORTADOR** y de la otra parte **Distribuidora de cebolla Jorge Rivas S.A.S.**, empresa colombiana, con N° 38267384 con domicilio 7 23 19 BRR PANAM, IPIALES – COLOMBIA, quien en adelante se le denominará **COMPRADOR/IMPORTADOR**, bajo los términos y condiciones siguientes:

PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

A través del presente documento, las partes estipularon en efectuar una compraventa internacional, en el cual se acuerda que por parte del comprador se compromete que luego de recibir la mercancía en el lugar que se determinó por ambas partes, este efectuara el pago correspondiente por dicha mercancía, la cual se debe cumplir totalmente a las reglas del Incoterm elegido en este caso FCA.

SEGUNDA: CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

Es acordado por las Partes que EL **VENDEDOR** venderá los siguientes productos: Cebolla amarilla dulce en mallas 25 kg, y EL **COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con la cláusula cuarta.

TERCERA: PLAZO DE ENTREGA

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

CUARTA: PRECIO

Las Partes pactan el precio en Incoterm FCA de 1,19 US\$ DOLARES AMERICANOS POR EMBARQUE LA CUAL SE REALIZARÁN 2 EMBARQUES AL MES El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FCA ("Free Carrier", transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

QUINTA: CONDICIONES DE PAGO

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EL VENDEDOR deberá realizarse con una carta de crédito dónde 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.

SEXTA: TRASPASO DE RIESGO Y DE LA PROPIEDAD

La modalidad de entrega en el presente contrato será a través del FCA (Free Carrier), donde el Vendedor/Exportador asume la responsabilidad, riesgos y costos de envío de la mercadería hasta dejarla lista en el terminal de almacenamiento para su embarque.

SEPTIMA: ARBITRAJE

Toda controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo, serán sometidos a la decisión inapelable de un Tribunal

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

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima. Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el

Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento

CLAUSULA DECIMA PRIMERA: RETRASO DE ENVIOS

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.

ANEXOS N° 5 TASA SEGÚN SBS

Tasa Anual (%)	BBVA	Comercio	Crédito	Pichincha	BIF	Scotiabank	Citibank	Interbank	Mibanco	GNB	Falabella	Santander
Corporativos	2.03	-	2.44	4.94	2.75	1.62	-	2.30	-	3.00	-	4.90
Descuentos	2.78	-	2.66	4.48	4.15	3.67	-	4.75	-	-	-	4.65
Préstamos hasta 30 días	0.82	-	1.85	-	2.05	0.37	-	1.76	-	-	-	-
Préstamos de 31 a 90 días	2.67	-	1.29	5.53	3.55	3.25	-	1.33	-	3.00	-	5.90
Préstamos de 91 a 180 días	2.16	-	3.84	4.94	2.70	1.00	-	1.73	-	-	-	2.23
Préstamos de 181 a 360 días	1.52	-	2.45	-	-	1.39	-	2.25	-	-	-	4.75
Préstamos a más de 360 días	5.79	-	3.58	-	1.94	2.99	-	3.43	-	-	-	8.50
Grandes Empresas	4.32	9.06	4.53	6.13	5.63	4.62	2.01	4.48	-	-	-	5.49
Descuentos	7.96	-	5.29	7.03	4.84	5.06	-	5.40	-	-	-	4.96
Préstamos hasta 30 días	1.28	10.00	5.44	4.92	6.35	6.78	4.79	6.81	-	-	-	5.80
Préstamos de 31 a 90 días	4.00	9.74	5.09	5.50	5.29	4.27	1.11	3.84	-	-	-	6.42
Préstamos de 91 a 180 días	4.40	7.50	3.59	6.02	6.57	4.23	0.69	2.88	-	-	-	6.37
Préstamos de 181 a 360 días	3.73	-	2.47	10.09	8.50	5.69	-	0.45	-	-	-	7.30
Préstamos a más de 360 días	4.56	1.00	4.94	5.10	6.98	4.53	-	4.12	-	-	-	-
Medianas Empresas	4.16	3.72	6.60	7.91	5.66	7.47	3.81	6.73	13.60	-	-	5.17
Descuentos	9.21	11.46	8.90	7.94	8.03	8.17	-	6.92	-	-	-	5.01
Préstamos hasta 30 días	9.82	-	8.66	6.52	8.10	7.94	-	5.02	-	-	-	4.91
Préstamos de 31 a 90 días	8.84	14.00	8.29	7.53	8.37	8.61	3.71	7.45	15.94	-	-	3.56
Préstamos de 91 a 180 días	7.85	11.49	8.14	8.10	3.67	8.61	-	6.78	17.82	-	-	5.60
Préstamos de 181 a 360 días	1.26	-	7.13	11.70	8.84	9.42	-	8.39	16.29	-	-	5.22
Préstamos a más de 360 días	5.06	1.24	5.73	8.74	4.69	6.45	4.01	6.46	11.74	-	-	5.77
Pequeñas Empresas	6.24	1.00	12.85	20.78	9.11	6.78	3.78	10.62	20.38	-	-	-
Descuentos	10.19	-	14.62	14.60	10.90	10.32	-	8.53	-	-	-	-
Préstamos hasta 30 días	11.55	-	8.58	39.10	-	2.77	-	-	21.63	-	-	-
Préstamos de 31 a 90 días	11.86	-	6.85	16.14	10.22	10.81	3.78	7.50	29.23	-	-	-
Préstamos de 91 a 180 días	13.05	-	10.00	21.97	8.53	10.41	-	16.00	26.59	-	-	-
Préstamos de 181 a 360 días	14.09	-	9.77	26.69	12.50	10.40	-	29.45	24.65	-	-	-
Préstamos a más de 360 días	17.00	1.00	12.97	20.75	6.25	6.69	-	10.31	19.23	-	-	-