



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

**EXPORTACIÓN DE HOJUELAS DE MAÍZ MORADO CON
FRUTAS DESHIDRATADAS A LA REGIÓN
METROPOLITANA DE CHILE**

**PRESENTADO POR
LIZ EVELYN HUARACHA TOSCANO**

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

LIMA - PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**EXPORTACION DE HOJUELAS DE MAIZ MORADO CON FRUTAS
DESHIDRATADAS A LA REGION METROPOLITANA DE CHILE**

Presentado por:

Bachiller: LIZ EVELYN HUARACHA TOSCANO

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

Lima – Perú

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mis padres porque siempre me han apoyado en cada paso personal y profesional. También para una persona importante que me brinda su fortaleza.

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	11
I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	13
II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	14
2.1. Nombre o razón social El nombre de la empresa es LEHT S.A.C.....	14
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	17
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	18
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	20
2.4.1. Objetivo general	20
2.4.2. Principios de la empresa.....	20
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	21
2.6. Estructura Orgánica	23
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	26
2.8. Forma Jurídica Empresarial	26
2.9. Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI	27
2.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	30
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	30
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	34
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	35
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	37
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	38
III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	40
3.1. Descripción del producto	40
3.1.1. Clasificación arancelaria	40
3.1.2. Propuesta de valor	42
3.1.3. Ficha técnica comercial	45
3.2. Investigación del Mercado de Objetivo	48
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo	52
3.2.2. Tendencias de consumo	59
3.3. Análisis de la oferta y la demanda	60
3.3.1. Análisis de la oferta	60
3.3.2. Análisis de la demanda	67

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución	72
3.4.1. Estrategias de segmentación	73
3.4.2. Estrategias de posicionamiento.....	76
3.4.3. Estrategias de distribución	77
3.5. Estrategias de Promoción.....	79
3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	91
IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	92
4.1. Envases, empaques y embalajes	92
4.2. Diseño del rotulado y marcado.....	95
4.2.1. Diseño del rotulado	95
4.2.2. Diseño del mercado	103
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga.....	105
4.4. Cadena de DFI de exportación	111
4.4.1. Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura.....	111
4.4.2. Establecer estrategias de suministro	112
4.4.3. Requisitos de acceso al mercado objetivo	117
4.4.4. Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones	121
4.4.5. Determinación de la vía de embarque:	123
4.4.6. Determinación del operador logístico.....	123
4.4.7. Técnicas de cuantificación de demora	124
4.5. Seguro de las mercancías.....	125
V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	126
5.1. Fijación de precios.....	126
5.1.1. Costos y precio.....	127
5.1.2. Cotización internacional	137
5.2. Contrato de compra venta internacional exportaciones y sus documentos ..	139
5.3. Elección y aplicación del Incoterm.....	140
5.4. Determinación del medio de pago y cobro.....	142
5.5. Elección del régimen de exportación	145
5.6. Gestión aduanera del comercio internacional.....	146
5.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama	148
5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:....	149
VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	151
6.1. Inversión Fija.....	151

6.1.1. Activos tangibles	151
6.2. Capital de Trabajo.....	152
6.3. Inversión Total.....	154
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento	154
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	156
6.6. Presupuesto de costos.....	157
6.7. Punto de Equilibrio	159
6.8. Tributación de la exportación	160
6.9. Presupuesto de ingresos.....	163
6.10. Presupuesto de egresos	163
6.11. Flujo de caja proyectado	164
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida	166
6.14. Evaluación de la Inversión	167
6.14.1. Evaluación Económica.....	167
6.14.2. Evaluación Financiera.....	168
6.14.3. Evaluación social	168
6.14.4. Impacto ambiental.....	169
6.15. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	169
6.16. Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	170
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	171
7.1. Conclusiones	171
7.2. Recomendaciones	171
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	173
ANEXOS	184

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Costos para constituir una empresa.....	17
Tabla 2 Distritos de Ubicación del negocio	18
Tabla 3 Método de factores ponderados.....	19
Tabla 4 Característica de Ley MYPE - MIYPE	21
Tabla 5 Asignación personal de la empresa	26
Tabla 6 Servicio de Contabilidad	26
Tabla 7 Cuadro comparativo de sociedades.....	26
Tabla 8 Cuadro comparativo de régimen tributario	32
Tabla 9 Cuadro comparativo de empresa según Ley MYPE	35
Tabla 10 Clasificación arancelaria del producto de cereal de maíz morado con frutas.....	41
Tabla 11 Aranceles Aplicados al producto cereal de maíz morado	41
Tabla 12 Ficha técnica del producto Hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas....	45
Tabla 13 Principales importadores mundiales de la partida 1904.10. en Dólares.....	48
Tabla 14 Principales importadores mundiales de la partida 1904.10.....	50
Tabla 15 Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 1904100000 año 2019	51
Tabla 16 Variables geopolítico del País de Chile	53
Tabla 17 Indicadores de crecimiento de Chile del 2018 al 2022	54
Tabla 18 Comercio bilateral entre Perú y Chile	55
Tabla 19 Población de las principales ciudades de Chile.....	56
Tabla 20 Distribuidoras en Chile	57
Tabla 21 Principales Supermercados	58
Tabla 22 Lista de los exportadores	60
Tabla 23 Lista de los exportadores	61
Tabla 24 Exportaciones peruanas de la partida 1904100000.....	63
Tabla 25 Exportaciones peruanas de la partida 1904100000 por meses de los 2 últimos años	64
Tabla 26 Precios FOB referenciales en kilogramos (US\$ / KGR).....	65
Tabla 27 Exportaciones de Perú hacia Chile de la partida 1904100000 los Últimos 5 años..	65
Tabla 28 Principales empresas exportadoras peruanas	65
Tabla 29 Lista de empresas exportadoras en Perú.....	66
Tabla 30 Producción nacional en valor FOB por departamento	66
Tabla 31 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú.....	67
Tabla 32 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú.....	69
Tabla 33 Mercado disponible en la Región Metropolitana.....	70

Tabla 34 Demanda proyectada.....	71
Tabla 35 Cantidad unidades a exportar	71
Tabla 33 Distribuidoras en el mercado de Chile.....	78
Tabla 34 Feria realizada en Chile	81
Tabla 35 Cuota de afiliación ADEX.....	84
Tabla 36 Cuota de afiliación por ventas anuales.....	86
Tabla 37 Medidas del Empaque del Producto.....	93
Tabla 38 Medidas del embalaje del producto.....	94
Tabla 39 Reglas para etiqueta y envasado en Chile	95
Tabla 40 Información de etiqueta.....	103
Tabla 41 Medidas para caja master y pallet.....	108
Tabla 42 Unitarización del producto.....	109
Tabla 43 Empresas proveedoras de LEHT S.A.C.....	112
Tabla 44 Criterios para la selección de la empresa proveedora de materia prima	113
Tabla 45 Criterios de selección de la Empresa de servicio de maquila	113
Tabla 46 Criterios de selección de la Empresa de servicio de cartón corrugado.....	114
Tabla 47 Requisitos en origen y destino	117
Tabla 48 Criterios para la selección del operador logístico	124
Tabla 49 Técnicas de cuantificación de demora	125
Tabla 50 Precio de competidores directos	126
Tabla 51 Principales precios a nivel mundial de la partida 190410	127
Tabla 52 Precios FOB referenciales en kilogramos(US\$/KGR).....	128
Tabla 53 Estructura de costo por Embarque.....	128
Tabla 54 Costo total.....	129
Tabla 55 Gastos fijos	130
Tabla 56 Pago de sueldos	130
Tabla 57 Costo de Materia Prima.....	131
Tabla 58 Costo de Producción.....	131
Tabla 59 Costo de exportación	132
Tabla 60 Costo de Publicidad	133
Tabla 61 Gasto de Venta	133
Tabla 62 Gastos de oficina	134
Tabla 63 Costos de producto tercerizado.....	134
Tabla 64 Costo de exportación	135
Tabla 65 Gastos de personal	135
Tabla 66 Gastos fijos	136

Tabla 67 Ventas en los próximos años	136
Tabla 68 Costos Totales	136
Tabla 69 Estructura de precio	137
Tabla 70 Costos y riesgos del comprador - riesgos	141
Tabla 71 Activos Tangibles	151
Tabla 72 Activos intangibles	151
Tabla 73 Tabla Capital de trabajo	152
Tabla 74. Inversión total.....	154
Tabla 75. Estructura de financiamiento de la inversión	154
Tabla 76 Cuadro de financiamiento	155
Tabla 77 Flujo de caja de deuda	155
Tabla 78 Condiciones de crédito.....	157
Tabla 79 Costos de producto tercerizado.....	157
Tabla 80 Costo de exportación	158
Tabla 81 Gastos de personal	158
Tabla 82 Gastos fijos	159
Tabla 83 Punto de equilibrio	159
Tabla 84 Saldo a favor del Exportador.....	162
Tabla 85 Ventas en los próximos años	163
Tabla 86 Presupuesto de egresos	163
Tabla 87 Flujo de caja económico.....	164
Tabla 88 Flujo de caja Financiero	165
Tabla 89 Estados de ganancias y pérdidas.....	166
Tabla 90 Resultados económicos	167
Tabla 91 Resultados Financieros.....	168
Tabla 94 Análisis de sensibilidad con tipo de cambio.....	170

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. CIIU de la empresa LEHT S.A.C	18
Figura 2. Ubicación de la empresa LEHT S.A.C.....	19
Figura 3. Principios de la empresa	21
Figura 4. Organigrama de la empresa LEHT S.A.C	23
Figura 5. Regímenes tributario	32
Figura 6. Registro de Información Laboral.....	34
Figura 7. Diferencias del régimen laboral general y especial	36
Figura 8. Tipos de contratos laborales.....	37
Figura 9. Contratos que va celebrar la empresa LEHT S.A.C	38
Figura 10. Propuesta de valor	42
Figura 11. Normas orgánicas más conocidas.....	44
Figura 12. Mapa de Chile	53
Figura 13. Importadores para un producto exportado por Perú (Valor exportado del producto: 1904100000)	68
Figura 14. Importadores para un producto exportado por Perú (toneladas)	70
Figura 15. Estrategia de Segmentación Kotler	74
Figura 16. Buyer persona	75
Figura 17. Revista digital - Chile.....	79
Figura 18. Contacto de agregado comercial.....	82
Figura 19. Ventajas del Marketing Digital	83
Figura 20. Beneficios de la Página Web.....	88
Figura 21. Beneficios de LinkedIn	89
Figura 22. Beneficios de Google Adwords.....	90
Figura 23. Proceso de adquisición hasta almacenaje	91
Figura 24. Envase del producto.....	92
Figura 25. Empaque en blanco de nuestro producto.....	93
Figura 26. Medidas del embalaje del producto	94
Figura 27. Sellos ALTO EN	97
Figura 28. Límite de Alimentos solidos.....	98
Figura 29. Información que debe tener la etiqueta	98
Figura 30. Imagen referencial de las hojuelas de maíz morado.	103
Figura 31. Pictogramas para caja y paletas.....	105

Figura 32. Medidas de la paleta	106
Figura 33. Logotipo de tratamiento de pallet	106
Figura 34. Embalaje de pallet.....	107
Figura 35. Ejemplo de paletización con stretch film.....	108
Figura 36. Distribución física internacional del producto	111
Figura 37. Para la elaboración cuenta con los certificados solicitados.....	115
Figura 38. Proceso de fabricación	116
Figura 39. Proceso de elaboración de las hojuelas de maíz morado	117
Figura 40. Cotización de la empresa LEHT S.A.C.....	138
Figura 41. Incoterms 2020.....	141
Figura 42. Medios de pago en el comercio internacional	142
Figura 43. Cobranza documentaria que usa la empresa LEHT S.A.C.	144
Figura 44. Proceso de transferencia internacional	144
Figura 45. Exportación definitiva	147
Figura 46. Proceso de exportación definitiva diferencias	148
Figura 47. Flujograma de los pasos para la exportación	148
Figura 48. Proceso del régimen de exportación definitiva	149
Figura 49. Proceso de operación para comercialización del producto terminado ...	150
Figura 50. Determinar, Deducir y Devolución del saldo a favor del Exportador.....	161

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocios, tiene como finalidad determinar la factibilidad de exportar hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas como el aguaymanto y arándano al mercado de chileno, específicamente a la región Metropolitana, con el propósito de asegurar el crecimiento sostenible para la empresa LEHT S.A.C.

Según el Santander Trade – 2019, la economía chilena se ha mantenido estable en comparación a otros países de Latinoamérica, por lo que resulta un destino atractivo para la exportación de diversos productos peruanos, entre ellos los alimentos naturales, ORGANICOS y saludables que representan una buena oportunidad de negocio para empresas peruanas, debido a que hay una mayor preocupación del consumidor chileno en cuidar su alimentación, lo cual ha sido destacada por su ley del etiquetado. Como resultado a ello, el canal de distribución por tiendas pequeñas y cadenas naturales ha tenido un gran crecimiento en ciudades como Valparaíso y Santiago de Chile.

En primera instancia, se busca comercializar el producto con marca propia, vamos a ingresar con un producto innovador, único, saludable y 100% orgánico. El producto será presentado en un envase de cartón de 300 gramos. cuyo valor unitario es de S/18 soles, en dólares US\$ 5.01, calculado en base a los costos totales que asumirá la empresa y el precio de la competencia. Por otro lado, se concluyó que la mejor vía de embarque a Chile, es la marítima, cuyo Incoterm es FOB. Por último, al hacer un cálculo de los costos e inversión de activos tangible e intangibles se determinó que el

monto total para poner en marcha el presente plan de negocios es de S/ 87,677.72 soles resultando como aporte propio S/ 43,838.86 (50%), mientras que la diferencia, S/ 43,838.86 (50%), será financiado con una entidad financiera a 36 meses. Adicionalmente, se analizaron los estados financieros, flujos de caja teniendo como conclusión que el proyecto es viable para su ejecución ya que cumple con los tres criterios de rentabilidad donde el VAN es mayor a cero, el TIR es mayor al COK y el B/C es mayor a uno.

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

<p>Socios Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materia prima de maíz morado. • Proveedores de servicio de maquila. • Entidades financieras (bancos). • Entidades del Estado: SUNAT, PROMPERU, MINCETUR. • Asociaciones de promoción a exportaciones: ADEX, CCL. • Operador logístico. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoción y marketing del producto. • Gestión de compras y abastecimiento de materia prima. • Control de calidad en el proceso de producción (maquila). • Proceso de exportación y distribución en el mercado chileno. • Definir el envase y embalaje comercial. 	<p>Oferta de Valor</p> <p>Dimensión funcional: Brindar un súper alimento para el desayuno, beneficio para la salud ya que el maíz morado, aguaymanto y arándano tienen un alto contenido de proteínas, fibra y vitamina A, C, antioxidantes, permiten una fácil digestión.</p> <p>Dimensión Social: Producto necesario para la alimentación, es orgánico así que hay un cuidado con el medio ambiente.</p>	<p>Relación con clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respuesta de consultas y dudas (Servicio post-venta) mediante correos electrónico o WhatsApp. • Página web, Redes sociales, plataformas de ventas que permiten tener interacción con el cliente. 	<p>Segmentos de Mercados</p> <p>Dado que el negocio principalmente se enfocará en el modelo B2B, los clientes serán distribuidores de alimentos en el mercado chileno, quienes serán los encargados de vender a supermercados, mayoristas, y otros.</p>
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos Variables: Costos de tercerización (materia prima y servicio de maquila), Costos de exportación, Gestión y gasto de ventas • Costos Fijos: Gastos fijos y administrativos, Gastos de personal. 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aportes de capital por medio de los accionistas. • Préstamo bancario • Ingresos por ventas • Devolución de IGV 		

II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social El nombre de la empresa es LEHT S.A.C.

Este nombre se eligió ya que la empresa va buscar con el tiempo, realizar otras actividades a parte de la exportación y con diversos productos peruanos, en el mercado local e internacional.

Razón Social: LEHT S.A.C
Nombre comercial: AgroAfoodS

Para constituir la empresa LEHT S.A.C. debemos realizar los siguientes procedimientos:

- ❖ **Búsqueda y Reserva de nombre:** Es el paso previo a la constitución de una empresa o sociedad. No es obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP. Dicho trámite permitirá saber si el nombre de la empresa se encuentra disponible. Al reservar hay un plazo de 30 días calendarios, para acudir a la Notaria y suscribir la escritura pública de constitución de empresa. Ver anexo 1.

Se puede realizar la búsqueda a través de la página del Servicio de Publicidad Registral en Línea - SPRL (servicio en línea con costo).

- ❖ **Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad:** A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa y señalan los acuerdos. La minuta es un documento que debe ser elaborado y firmado por un abogado.

¿Qué es una MINUTA?

Es un documento, de carácter privado, que contiene la declaración de voluntad de constituir la empresa, se tiene que detallar:

- Datos generales de los socios: nombres y apellidos, edades y DNI.
- El giro de la empresa: a qué se va a dedicar.
- La modalidad o tipo de empresa que se va a constituir (EIRL, SRL, SAC o SA).
- El tiempo de duración de la empresa: si va a funcionar por un plazo fijo o indeterminado.
- Dónde va a funcionar (domicilio comercial).
- Los estatutos, que son las pautas y directivas, sanciones, responsabilidades, cargos entre otras.
- Los aportes de cada miembro, los cuales pueden ser: bienes dinerarios (dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc.) y/o bienes no dinerarios (inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas).
- El capital social o patrimonio social de la empresa.

REQUISITOS

- 2 copias del DNI de cada socio y cónyuges.

- Original y 2 copias de búsqueda y reserva de los nombres.
- Formato (PDF, WORD, EXCEL) con el giro de la empresa y la lista de los bienes para el capital.
- Presentar el formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas. Ver anexo 2.

Este trámite se puede realizar en cualquiera de los siguientes lugares:

- ✓ En una notaría: acudir a la notaría llevando los requisitos mencionados arriba y solicitar el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.
- ✓ En un Centro de Desarrollo Empresarial (CDE): Solicitar el servicio de la Elaboración de Acta Constitutiva, la entrega será dentro de 2 días hábiles.
- ✓ En un Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC): llevar los requisitos y solicitar el servicio de la Elaboración de Acta Constitutiva. La entrega dependerá del centro MAC.

❖ **Elaboración de Escritura Pública ante el notario:** Una vez redactado el acto constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública. De esta manera se generará la Escritura Pública de constitución. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma del titular o los socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que se elija.

Para realizar este trámite debes llevar junto a la minuta los siguientes documentos:

- Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- DNI o pasaporte vigente, Formato de Acto Constitutivo.

- Solicitar el servicio de la Elaboración de Escritura Pública para la constitución de la empresa.

❖ **Inscripción en registros públicos:** Este proceso es realizado por el notario. Cuando obtenga la Escritura Pública, es importante llevar a SUNARP para realizar la inscripción en los Registros Públicos (igual este procedimiento es realizado por la notaría).

Tabla 1
Costos para constituir una empresa

	Descripción	Costo en soles	Donde se puede realizar
1	Búsqueda	5.00	Servicio de Publicidad Registral en Línea - SPRL (servicio en línea con costo) Oficinas Registrales
2	Reserva	20.00	
3	Elaboración de la Minuta	825.00	Notaria

Fuente: SUNARP
Elaboración propia

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Según (INEI 2010), menciona que CIIU es la clasificación Industrial Internacional Uniforme elaborada por la Organización Unidas (ONU); es una clasificación abarca todas las actividades y productivas del Perú. Según el sistema de clasificación industrial internacional uniforme, el código de la actividad económica de la empresa se clasifica de la siguiente manera.

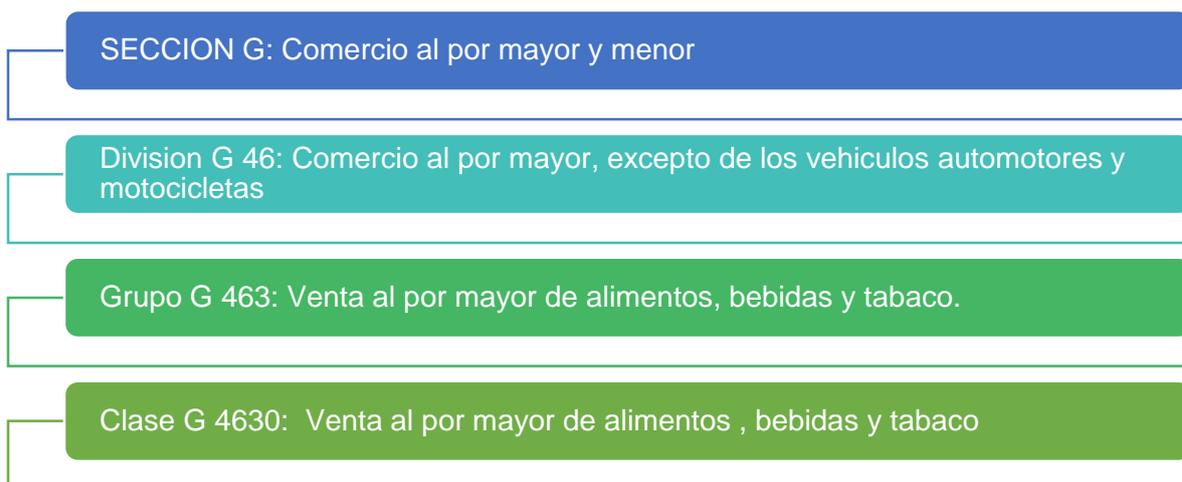


Figura 1. CIU de la empresa LEHT S.A.C
Fuente: Instituto nacional de estadística e informática (INEI)
Elaboración propia

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para poder iniciar las actividades del negocio es importante la zona donde estará ubicado el ambiente de trabajo, para ello evaluaremos algunos factores como precio de alquiler, seguridad, entre otros; para seleccionar la zona más adecuada para el negocio, esto es importante ya que ayudara a llevar a cabo las operaciones que involucra el negocio. La clasificación adecuada de la ubicación de la empresa se realizará mediante el método cuantitativo de valoración para la cual se evaluará 3 opciones. En la siguiente tabla se muestra las opciones las cuales son:

Tabla 2 Distritos de Ubicación del negocio

Opciones	Distritos
A	Ate
B	Santa Anita
C	Cercado de Lima

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Método de factores ponderados

Factores	Peso relativo	Calificación		
		A	B	C
Costo de alquiler	0.30	5	3	2
Vías de acceso	0.25	2	4	3
Proximidad a oficina de proveedores	0.20	4	2	2
Costos de adecuación	0.15	4	3	2
Seguridad	0.10	3	3	3
Total	1	3.7	3.05	2.35

Elaboración propia

Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

Finalmente, se decide ubicar el negocio en el local del distrito de Ate. La ubicación del local comercial es: Calle SIMON BOLIVAR, Ate Vitarte, Lima, debido a que fue el que obtuvo el mayor puntaje y un local familiar.

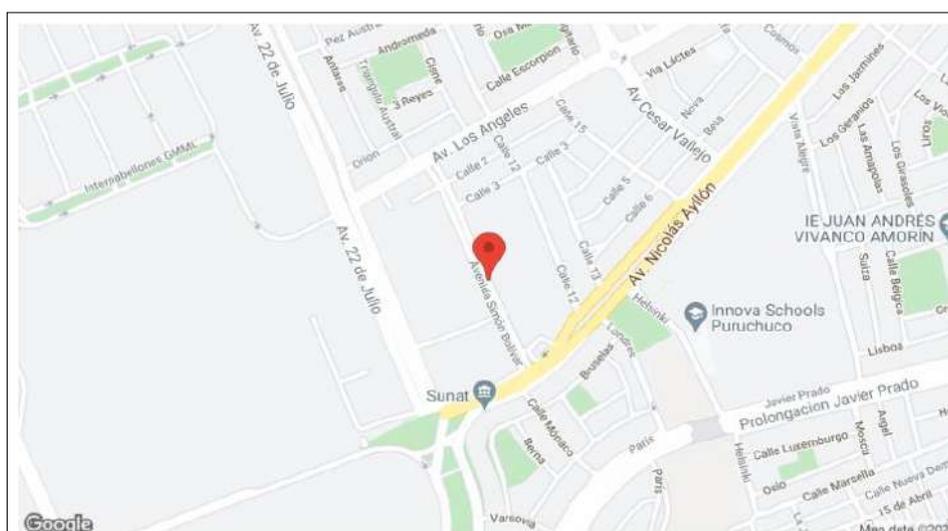


Figura 2. Ubicación de la empresa LEHT S.A.C
Fuente: Google Maps

2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

MISION: Somos una empresa que se dedica a la exportación de productos naturales, para las distribuidoras que buscan precios competitivos ofertando al mercado productos de calidad que beneficia a los clientes por ofrecer un valor nutricional.

VISION: Llegar a ser una empresa reconocida y con presencia en el mercado para el año 2024, logrando que nuestros productos sean diferenciados por nuestros clientes por su rico sabor, su gran calidad y origen peruano.

2.4.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad del negocio de exportación de cereal de maíz morado con frutas deshidratadas al mercado de Chile. Entre los objetivos principales, se tiene los siguientes:

- Dar a conocer nuestro producto y ser reconocidos por brindar una opción alimenticia saludable y de calidad.
- Evaluar la ciudad de destino para la exportación del cereal en el año 2021.
- Aumentar el nivel de ventas en 5% en el año 2022.
- Incrementar las ventas en los próximos años a través del posicionamiento en las cadenas de distribución (supermercados).
- Captar mayor cantidad de clientes por la participación en ferias en los próximos años.

2.4.2. Principios de la empresa

Los principios que se difundirá en la empresa son las siguientes:



Figura 3. Principios de la empresa
Elaboración propia

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características

El Estado promulgó la Ley N° 30056, el 02 de julio del 2013, para ayudar al desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIYPE), modifica a la Ley de la MYPE en diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, teniendo como objetivo principal el establecimiento de un marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME).

Tabla 4 Característica de Ley MYPE - MIYPE

Tipo de empresa	Ley MYPE N° 28015		Ley MIYPE N° 30056		
	Ventas anuales	N° de trabajadores	Ventas anuales	Venta anuales en Soles	N° de trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 UIT	645,000	No hay limites
Pequeña empresa	Hasta 1700 UIT	1 a 100	Más de 150 UIT hasta 1700 UIT	645,000 – 7,310,000	No hay limites
Mediana empresa	-	-	Más de 1,700 UIT hasta 2300 UIT	7,310,000 – 9,890,000	No hay limites

Fuente: SUNAT

- El monto de las UIT se regula anualmente, para el 2020 la UIT es de S/ 4,300.

En la tabla 4, se puede sintetizar las características de las MYPE – MIYPE, se limita a las ventas anuales, para Microempresa según la Ley N° 30056, el monto limite es decir no debe exceder el monto de S/.645, 000 (150 UIT). La empresa LEHT S.A.C. será catalogada como Microempresa ya que las ventas anuales no supera las 150 UIT en el primer año.

En la Ley N° 30056:

Para el caso de la microempresa que durante 2 años calendarios consecutivos sea mayor al nivel de ventas establecido (150 UIT), podrá conservar por 1 año calendario adicional el mismo régimen laboral., mientras que la pequeña empresa que durante 02 años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá mantener por 03 años calendarios adicionales el mismo régimen laboral. Para la microempresa el estado ofrece tres cosas: tolerancia a los errores, trato de buen contribuyente y posibilidades de mercado.

2.6. Estructura Orgánica

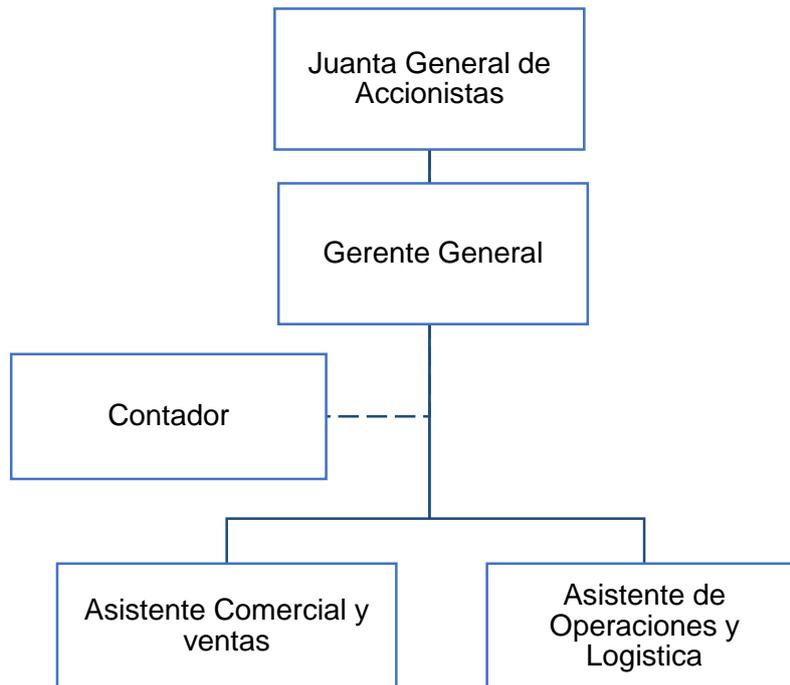


Figura 4. Organigrama de la empresa LEHT S.A.C
Elaboración propia

Junta General de Accionista:

Sus miembros son encargados de las tomas de decisiones claves para el funcionamiento de la empresa. La junta general de accionistas de la empresa está conformada por:



Es el representante legal de la empresa ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales velando por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten las operaciones de ésta

FUNCIONES:

- Planificar los objetivos principales y específicos de la empresa en un corto y largo plazo.
- Supervisar y controlar el buen funcionamiento de las áreas de la empresa, delegando funciones y verificando los logros de la organización.
- Supervisar las actividades planificadas, para el cumplimiento de los objetivos trazados.
- Tomar decisiones sobre contratación, selección y capacitación del personal de la empresa.
- Promover los principios y valores de la empresa.
- Aprobar la adquisición y contratación de los bienes y servicios necesarios para la ejecución de las actividades de la empresa.
- Elaborar flujo de costos, presupuestos, revisión de planillas.
- Llevar registro y control de caja chica.
- Identificar mejoras en procesos de gestión de la información.

Asistente Comercial y Ventas

Licenciado en Administración o marketing. Experiencia de al menos 2 años en cargos similares. Capacidad de análisis y solución de problemas. Conocimiento en diseño de indicadores de gestión. Conocimiento de inglés intermedio. Pensamiento estratégico y trabajo en equipo.

FUNCIONES:

- Impulsar la venta de los productos de la empresa.
- Captar nuevos clientes.

- Elaborar reportes sobre el avance y cumplimiento de objetivos.
- Trabajar en base a las metas mensuales establecidas por la empresa.
- Hacer los requerimientos de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- Coordinar la participación eventos de promoción de comercio exterior

Asistente Operaciones y Logística

Bachiller o Licenciado en Administración de Negocios Internacionales o a fines.
Experiencia mínima de 2 años en el puesto. Manejo de Office e inglés intermedio.

FUNCIONES:

- Hacer seguimiento a la cadena logística de exportación.
- Supervisar la maquila de la empresa que nos brindará este servicio.
- Emisión y control de la documentación de exportación.
- Llevar a cabo las tareas operativas en de gestión de comercio exterior.
- Negociar con los proveedores, agentes de carga y agentes aduaneros a fin de optimizar los recursos y procesos.

Contador: Servicio de Externo

FUNCIONES

- Preparar el pago de impuestos según cronograma de pagos de la SUNAT.
- Registro de operaciones realizadas en la empresa.
- Registro de compras, gastos y ventas.
- Declaración de impuestos, declaración y pago de planillas electrónicas.

2.7. Cuadro de asignación de personal

Tabla 5 Asignación personal de la empresa

Puesto	Sueldo Mensual	SIS	Vacaciones	Anual	Mensual
Gerente general	1,300	180.00	650.00	15,780	1,315
Asistente Comercial	1,200	180.00	600.00	14,580	1,215
Asistente de Logística y Operaciones	1,200	180.00	600.00	14,580	1,215

Elaboración propia

Tabla 6 Servicio de Contabilidad

Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	SIS	Sueldo Anual	vacaciones	Total Anual
Contador	1	200	-	2,400.00	-	2,400.00

Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Para optar por elegir un tipo de sociedad primero debemos conocer el alcance de su significado. Se entiende como sociedad a un contrato que se lleva a cabo entre dos o más personas con el objetivo de realizar un negocio. Hay diferentes formas de constituir una empresa, según las actividades y la cantidad de socios. A continuación, se detalla algunas de la cual se va elegir una:

Tabla 7 Cuadro comparativo de sociedades

Tipo de empresa	N° de Socios / Accionistas	Capital y Acciones	Organización
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L)	De 2 a 20 accionistas	Capital definido por aporte de cada socio Se debe inscribir en registros públicos	Junta General de accionistas y Gerencia Normalmente empresas familiares pequeñas

Sociedad Anónima (S.A)	Mínimo 2 accionistas, ilimitado	Capital definido por aporte de cada socio Registrar las acciones en Registro de matrícula de acciones	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia
Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)	De 2 a 20 accionistas	Capital definido por aporte de cada socio Registrar las acciones en Registro de matrícula de acciones	Junta General de Accionistas, Gerencia y Directorio (opcional)
Sociedad Anónima Abierta (S.A.A)	Mínimo 750 accionistas	Más del 35% del capital es de 175 o más accionistas Se debe hacer una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones Debe registrarse en Registro de matrícula de acciones.	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia

Fuente: SUNAT (2020)

Elaboración propia

Tabla 7 se muestra las formas jurídicas empresariales, La forma jurídica elegida para la empresa es una sociedad anónima cerrada (S.A.C.) sin directorio, ya que las obligaciones asumidas por sus socios son cubiertas con su patrimonio, es decir, que en caso de deudas de la empresa los socios no responden con su patrimonio personal. Del mismo modo, las decisiones se toman por mayoría de votos y por la Junta de Socios. Esta forma jurídica es más dinámica y más recomendable para una microempresa; además las acciones de la empresa no necesitan ser inscritas en el Registro Público.

2.9. Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI

Al inicio de las operaciones de la empresa, el producto se exportará al mercado chileno con marca blanca, o también conocida como marca del distribuidor, con el

fin de aumentar la demanda y reducir costos. Posteriormente, luego de adquirir mayor experiencia y captar clientes, la empresa gestionará su registro de marca; para lo cual deberá iniciar con la búsqueda de marca. Este paso es opcional y lo ofrece INDECOPI mediante dos servicios según se detalla a continuación

El trámite de registro de marca se hace directamente en INDECOPI completando un formulario y cumpliendo una serie de requisitos. Antes de realizar ello, es recomendable hacer una búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos para saber si ya está registrada alguna marca que, en palabras o imágenes, sea igual o similar a la que uno desea solicitar.

REQUISITOS:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado). Ver anexo 3.
- Indicar los datos de identificación del solicitante: Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
 - ✓ Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

- ✓ De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico de INDECOPI.
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador peruanizado.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación.

Hay 5 pasos para realizarlo de manera Online

1. Descarga y llena el formulario de solicitud: Llenar tus datos de la persona/empresa que representas, la clase que vas a registrar, Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador Peruanizado.
2. Realizar el costo de trámite de S/. 534.99 Nuevos Soles en el Banco de la Nación o BCP.
3. Presentar la solicitud a INDECOPI: presentar los requisitos mencionados, incluyendo 2 copias del formato de solicitud, este trámite puede demorar hasta 180 días hábiles

4. Revisa la publicación de tu marca: Las solicitudes son publicadas oficialmente en La gaceta Electrónica de INDECOPI. Durante 30 días, cualquier persona puede oponerse a tu marca.
5. Evaluación de tu marca: Pasado los 30 días, y no hay oposición tu registro enviado para ser evaluado y recibirás una notificación positiva o negativa.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

La empresa se encontrará ubicada en el distrito de ATE, el local cuenta con 80 metros cuadrados. Para la obtención de la licencia de funcionamiento la municipalidad de Ate solicita la presentación de diversos documentos:

Requisitos Generales Solicitud según formulario con carácter de Declaración Jurada, que incluye lo siguiente: Ver anexo 4.

- Número de RUC y DNI o carnet de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- Poder vigente del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos.
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de seguridad, para establecimientos con un área hasta 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor de 30% del área total del local.
- Pago por derecho de trámite.

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

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un número, único, de once dígitos que te identifica como contribuyente, seas persona jurídica o persona natural, donde deben inscribirse los ciudadanos que desarrollan actividades económicas, y constituye una base de datos cuya información debe ser actualizada permanentemente por las personas inscritas y por la misma SUNAT. La inscripción en el RUC formalizará tu actividad comercial o productiva ante los demás ciudadanos. La inscripción en el RUC solo la puede realizar el titular o el Representante Legal en el caso de una Persona Jurídica.

Para obtener el RUC se debe presentar la siguiente documentación:

- Original y dos copias del DNI del representante legal de la empresa. Original y copia de cualquier recibo por servicio público (luz, agua, teléfono, cable) con una antigüedad no menor de dos meses.
 - Original y copia simple de la partida electrónica con no más de 10 días de haber sido emitida por la SUNARP.
 - Al presentar estos requisitos en las Oficinas de Atención al Contribuyente de la SUNAT se nos otorga el número de RUC y Clave SOL.
 - Luego de que la SUNAT verifique el domicilio asignado (en un plazo de ocho (08) días hábiles después de la presentación de los documentos), podrás imprimir tus comprobantes de pago.
- ❖ Inscripción a través del RUC DIGITAL por SUNAT VIRTUAL:
- ✓ Llenar y adjuntar en Mesa de Partes Virtual la “Guía para la inscripción o reactivación de Personas Jurídicas”. Ver anexo 5.

- ✓ Adjuntar documento privado o público escaneado, en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

Creada la empresa y se ha elegido el tipo de sociedad o personería jurídica, se tiene que evaluar y elegir el régimen tributario. La SUNAT ha establecido tres tipos de regímenes tributarios para persona Jurídica, los cuales se puede apreciar en el siguiente gráfico:

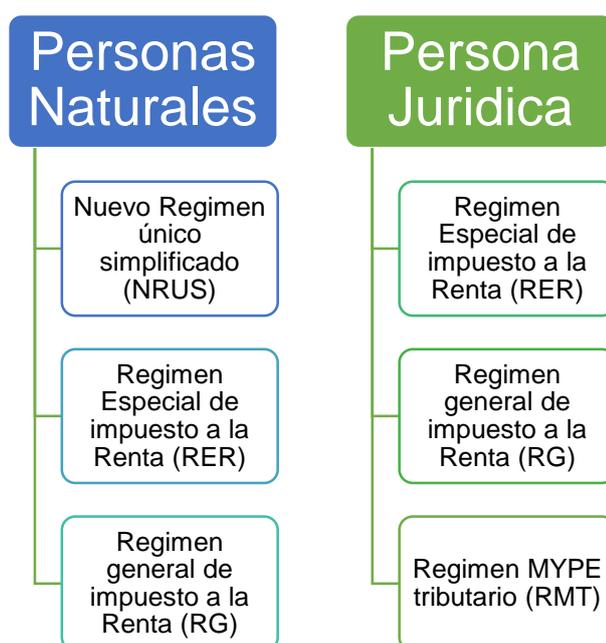


Figura 5. Regímenes tributario

Fuente: SUNAT

Tabla 8 Cuadro comparativo de régimen tributario

Características	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Límite de ingresos	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite

Comprobantes de pago	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración jurada anual-Renta	No	Si	Si
Pago tributos mensuales	<p>Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales</p> <p>- IGV. 18% (incluye el impuesto a la promoción municipal)</p> <p>- Contribuciones a Es Salud: 9% sobre sueldos de trabajadores.</p> <p>- Retención de 13% por ONP, salvo afiliación a AFP.</p>	<p>Renta: Si no supera las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagaran el 1% de los ingresos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes supera las 300 UIT de ingresos netos anuales paran el 1.5% o coeficiente.</p> <p>IGV. 18% (incluye el impuesto a la promoción municipal).</p>	<p>Renta: Pago a cuenta mensual (El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta)</p>
Valor de activos fijos	S/ 126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	10 por turno	Sin limite	Sin limite

Fuente: SUNAT
Elaboración propia

De acuerdo a las características de cada régimen tributario, la empresa LEHT SAC, ha elegido al Régimen MYPE tributario (RMT), por el tipo de movimiento y transacciones que realizará y por los beneficios tributarios que se brindan para este tipo de empresas.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La planilla electrónica es el documento llevado mediante los medios informáticos desarrollados por la SUNAT en el cual se puede verificar la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros, personal de terceros y derechohabientes. (SUNAT, 2020).

A partir del 1.08.2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME):



Figura 6. Registro de Información Laboral
Fuente: SUNAT

La empresa LEHT S.A.C. cumplirá con el registro de trabajadores desde que inician la prestación de sus servicios (T – registro). También ingresará con la clave SOL al

PDT PLAME para cumplimiento de la presentación de la planilla mensual de pagos y declaración de las obligaciones generadas.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

Tabla 9 Cuadro comparativo de empresa según Ley MYPE

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobre tiempo	Remuneración por trabajo en sobre tiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
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)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Fuente: SUNAT (2020)
Elaboración propia

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	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No.	No.

Figura 7. Diferencias del régimen laboral general y especial
Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, (2020)

Para el caso de la empresa LEHT S.A.C. se acogerá al régimen laboral especial de la microempresa, debido a que sus ventas anuales durante los primeros años no superan los 150 UIT. La UIT (4300), la empresa no excede 645,000 soles.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

Para iniciar con las actividades de la empresa LEHT S.A.C., deberá contar con personal competente con quienes se celebrarán contratos de trabajo voluntario. Con el contrato, empieza la relación laboral que trae como efectos derechos y obligaciones para la empresa y su empleado. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción al Empleo, una organización puede emplear cualquiera de los siguientes tipos de contratos:

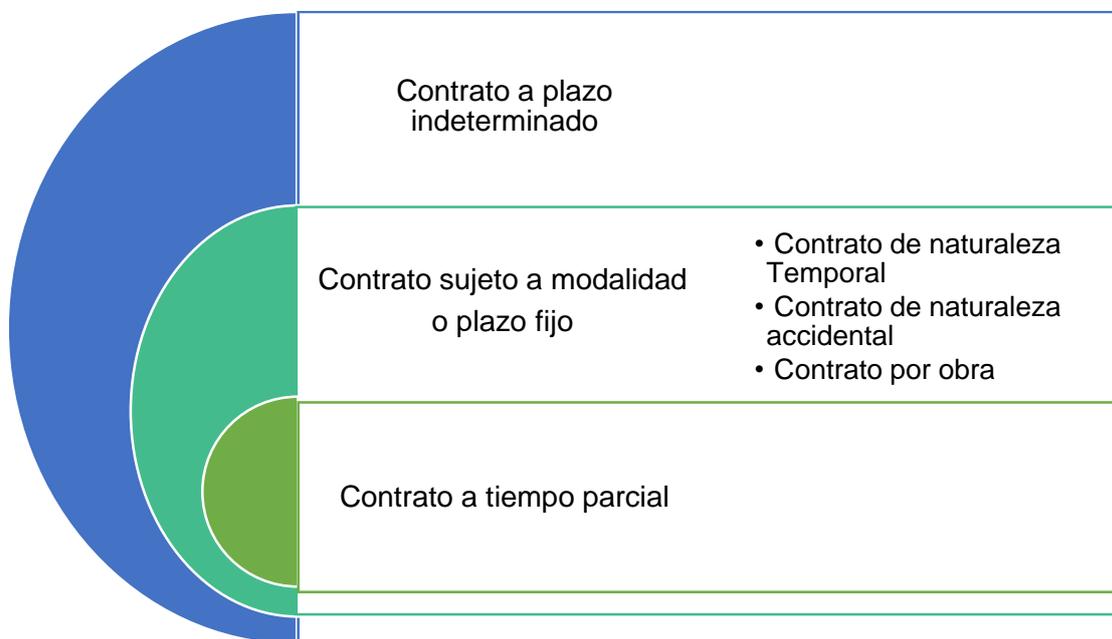


Figura 8. Tipos de contratos laborales

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción al Empleo

En el caso de la empresa LEHT S.A.C. se celebrarán los siguientes contratos:

- Contrato a plazo fijo, por inicio o incremento de actividades: Con una vigencia de 6 meses, de los cuales 3 meses serán de periodo de prueba. Terminando el plazo podría ser renovado según el desempeño del empleado. Bajo este

modelo se celebrarán los contratos con el Asistente de Operaciones y Logística, Asistente Comercial y Ventas. Ver anexo 6.

- Contrato a plazo indeterminado: es de manera permanente e indeterminada, se va celebrar este contrato con el Gerente General.
- Contrato intermitente o también conocido como contrato de prestación de servicios: Esta modalidad se celebrará con el Contador. Ver anexo 7.

Cargo	Modalidad de contrato
Gerente General	Contrato a plazo indeterminado
Asistente Comercial y ventas	Contrato a plazo fijo, modalidad por inicio o incremento de actividades.
Asistente de Operaciones y Logística	Contrato a plazo fijo, modalidad por inicio o incremento de actividades.
Contador	Contrato de prestación de servicios

Figura 9. Contratos que va celebrar la empresa LEHT S.A.C
Elaboración Propia

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

La empresa LEHT S.A.C. celebrará contratos para la constitución de la empresa, los contratos de trabajo, los de compra y venta, con los proveedores, de alquiler de local y de prestación de servicios:

- Contrato de sociedad o acta constitutiva: Es un documento de constancia notarial donde se registrarán diferentes datos correspondientes a la formación de la sociedad, en el cual se detalla información sobre los integrantes de la sociedad, funciones de cada uno, firmas y demás información importante.

- Contrato de trabajo: Este tipo de contrato se celebrará con cada uno de los trabajadores, donde se indicarán los beneficios y obligaciones que tendrán para con la empresa y sus labores.
- Contrato de prestación de servicios: Mediante el contrato de prestación de servicios se dejarán claras las obligaciones y derechos para con el servicio de asesoría en temas contables.
- Contrato de compra venta: La empresa LEHT S.A.C al realizar una venta celebrará un contrato con el comprador donde se indique las cláusulas de la modalidad de venta. Contrato con proveedores Para el buen funcionamiento de la empresa, los proveedores son parte fundamental, por ello se debe tener una adecuada relación contractual con ellos.
- El contrato con proveedores: debe tener información acerca del bien o servicio el cual nos provee, así como la responsabilidad de cada una de las partes que lo celebran. Es necesario llegar a un acuerdo y analizar los detalles que se podrían presentar en la relación como proveedores, así como también definir puntos importantes en cuanto a calidad, entrega, tiempo de entrega, presentación, etc.
- Contratos de comisión: Este tipo de contrato será útil para la empresa si desea expandir su demanda ya que necesitará captar nuevos clientes recurriendo a un comisionista.
- Contrato de confidencialidad: Este contrato permitirá que los propietarios de las empresas puedan proteger aquella información que comparten con sus trabajadores, en cuanto a procesos, operaciones, patente de marcas, etc. También se puede establecer hacia las personas ajenas de la empresa que prestan sus servicios.

III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del producto

El presente plan de negocios tiene como finalidad llevar a cabo la exportación de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas (aguaymanto y arándano) totalmente orgánico sin azúcar hacia el mercado de Chile. El principal insumo de este producto es el maíz morado. El maíz morado tiene antioxidantes, es un cereal con varios beneficios para el organismo: ayuda a prevenir el cáncer, es antiinflamatorio, reduce la presión arterial, ayuda a bajar de peso, entre otras. También contiene proteínas, fosforó, hierro, fibra, vitamina A, B2, B3 y C. El aguaymanto y arándanos deshidratados, poseen propiedades y beneficios para la salud, son altos en antioxidantes, esto ayuda a mejorar el sistema inmunológico.

Características del Producto:

- La presentación de las hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas (aguaymanto y arándano) será en Cajas, cuyo peso neto será 300 gr.
- Las dimensiones del producto será 19.5 cm de largo y 24 cm de alto.
- El producto deberá ser conservado en lugar fresco y seco.

3.1.1. Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria correspondiente al producto hojuelas de maíz morado, es la siguiente:

Tabla 10 Clasificación arancelaria del producto de cereal de maíz morado con frutas deshidratadas en Perú y Chile

EN PERU	
Sección: IV	Producto de las Industrias alimentarias; bebidas, líquidos, alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco.
CAPITULO:19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería
19.04	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina, grañones y sémola), pre cocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte.
1904100000	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado.
EN CHILE	
19041000	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado.

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria
Elaboración propia

Tabla 11 Aranceles Aplicados al producto cereal de maíz morado

	Arancel Aplicado (como reportado)	Arancel Aplicado (convertido)	EAV (Equivalente ad valorem)
Derechos MFN (Aplicados)	6%	6%	6%
Arancel Preferencial para Perú (APP.CE38)	0%	0%	0%
Arancel Preferencial para los países de la Alianza Pacífico	0%	0%	0%

Fuente: Market Access Map Improving transparency in international trade and market Access (MACMAP).
Elaboración propia

3.1.2. Propuesta de valor

El producto que se comercializará en el mercado chileno es hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, utilizando para su elaboración insumos netamente peruanos y 100% orgánicos sin azúcar añadida, de alta calidad y sobre todo saludable. El producto que vamos a exportar es 100% orgánico, para ellos debemos cumplir con los requerimientos para obtener un certificado orgánico para la comercialización. Para eso es importante, todos los que participan en el proceso del producto (la producción agrícola, proceso y comercializadora), tengan certificación orgánica.



Figura 10. Propuesta de valor
Elaboración propia

La empresa LEHT S.A.C. va contratar a la agencia certificadora Control Unión, llenamos el formato de aplicación (información básica), la agencia nos cobra por la auditoria y certificación, después esto un auditor va evaluarnos, si hay

observaciones tenemos 30 a 60 días para subsanarlos y nos informa de la decisión de certificación.

PROCESO PARA LA CERTIFICACIÓN ORGÁNICA:

- **Solicitud:** control Unión revisará la información y determinará si es posible enviarle una propuesta económica, se llena el formato de aplicación. Ver anexo 8.
- **Contrato:** enviarán una propuesta económica, describiendo los costos del servicio por año calendario. Junto con la carta oferta encontrará los Términos de Contrato.
- **Planificación:** luego de recibir el pago de la tarifa por el servicio, CU le enviará los documentos pertinentes que deberá completar antes de realizar la auditoría y en simultáneo iremos planificando la fecha de la visita.
- **Auditoría inicial:** es la primera auditoría de un cliente para un programa de certificación, se evaluará el cumplimiento de su operación respecto a los requisitos del programa. El auditor le informará de los incumplimientos del programa y indicará los plazos para resolverlos.
- **Decisión de certificación:** basado en los resultados de la auditoría (reportes, resultados de análisis, información de la operación, entre otros), un certificador tomará decisión sobre su operación, concediendo o no una certificación.
- **Mantenimiento de la Certificación:** el cliente debe demostrar que continúa cumpliendo los requisitos del programa para el cual está certificado. Esto se realiza a través de auditorías de diferente tipo: seguimiento o vigilancia, recertificación, ampliación de alcance, auditorías no anunciadas, de muestreo, entre otras.

Para poder certificarte hay 3 perfiles: producción agrícola, procesador y comercializador, También hay diferentes normas de certificaciones orgánicas, se les llama programa:



Figura 11. Normas orgánicas más conocidas
Fuente: PROMPERU

La empresa LEHT S.A.C. a estar en el 3° perfil de comercializador, son los que compran y venden el producto, tienen que asegurar que los proveedores y procesadores tenga certificado vigente. Un comercializador se puede certificar tanto para Europa, estados unidos o Perú, para Japón tiene que ser un procesador. Obtener una certificación orgánica nos costara aproximadamente S/ 5034.4 soles.

3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla 12 Ficha técnica del producto Hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
Cereal de maíz morado con aguaymanto y arándano deshidratado		
	Nombre científico	<p>Maíz morado: <i>Zea mays</i> L</p> <p>Aguaymanto: <i>Physalis peruviana</i> L</p> <p>Arándano: <i>Vaccinium corymbosum</i></p>
	Familia	<p>Maíz morado: Poaceae</p> <p>Aguaymanto: Solanaceae</p> <p>Arándano: Ericaceae</p>
	Partida arancelaria:	<p>Descripción: Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado.</p> <p>1904100000</p>
	Descripción del producto	<p>Producto de consumo directo, compuesto por: maíz morado y frutas deshidratadas como aguaymanto y arándano. Es un producto con alto valor nutricional.</p>
	Presentación del producto	<p>El producto se presentará dentro de cajas de cartón reciclado, que contiene la mezcla de hojuelas de maíz morado con aguaymanto y arándanos deshidratados, con un contenido 300 gramos.</p>

<p>Origen y distribución</p>	<p>El maíz morado: Es originario de la región de los andes de lo que hoy es Perú. Ha sido ampliamente cultivado y consumido en toda la región andina de América del sur, principalmente en Perú y Bolivia, Ecuador y Argentina.</p> <p>Aguaymanto: Originario de los andes 100 por ciento peruana llamado Topotopo en quechua, Uchuva en aimara y Golden Berry en Estados Unidos y Cañada.</p> <p>Arándano: Son originario de las zonas de Europa, Norteamérica y Asia. Actualmente se siembra en Perú, Argentina, Chile, Brasil, Estados Unidos, Canadá, China, entre otros.</p>
<p>Propiedades</p>	<p>Maíz morado: Contiene, entre 7.7 a 13% de proteínas, 3.3% de aceites, 61.7% de almidón. También contiene, Vitamina A, Tiamina, Riboflavina, Niacina, Ac. Ascórbico, y antocianinas.</p> <p>Aguaymanto: Puede fortalecer el sistema inmunológico debido a que contiene antioxidantes, vitaminas A, B y C, fósforo, calcio, hierro y potasio, flavonoides, es extremadamente rica en Pro vitamina A, con concentraciones que pueden llegar a las 3000 UI (6 veces más que los tomates). Los niveles de Vitamina C son de aproximadamente 43 a 50 mg, muy cercano a las cantidades presentes en la naranja.</p> <p>Arándano: Contiene vitamina A, C, K, manganeso, complejo B, cobre, Selenio, Zinc y Hierro.</p>
<p>Beneficios</p>	<p>Maíz morado: Controlar la presión sanguínea, previene la diabetes y la obesidad, desintoxica el organismo de los agentes de la contaminación ambiental, desactivan sustancias cancerígenas, fortalece el sistema inmune y protege al cuerpo del desarrollo de enfermedades crónicas degenerativas como cataratas, artritis, hipertensión arterial, diabetes, envejecimiento, arterosclerosis y enfermedades cardíacas, entre otros.</p> <p>Aguaymanto: Ayuda a retardar el envejecimiento celular, los antioxidantes ayudan a retardar el envejecimiento celular y mejoran el desempeño de las funciones cardiovasculares, propiedades de reducción de colesterol en pacientes con</p>

	<p>hipercolesterolemia. previene enfermedades respiratorias, tiene propiedades antibiótica y diurética, por los flavonoides es un tranquilizante natural, aumenta producción de glóbulos rojos.</p> <p>Arándano: Por los antioxidantes pterostilbeno fortalece el sistema inmunológico, reductor de colesterol, propiedades antibiótica, antiinflamatoria, evita las infecciones urinarias, mejora la vista.</p>
Formas de consumo	<p>Maíz morado: comúnmente en bebidas. mazamorra, mermelada, yogurt, eventualmente se elabora harina, polvo, capsulas, chips.</p> <p>Aguaymanto: Su sabor es amargo y agrisado, se consume deshidratadas y frescas, en mermelada, pulpa congelada, snacks, chocolates, néctar, cereales, barras energéticas, tortas, licores, jugos, yogurt, helados, ensaladas.</p> <p>Arándano: Batidos, snack, helados, pasteles, postres, deshidratados, cereales.</p>
Variedades:	<p>Maíz morado: En el Perú se puede distinguir cinco tipos naturales de maíces morados: El cuzqueño, el canteño, el morado de Caraz, el arequipeño, el negro de Junín y también existen dos variedades mejoradas, PNV581 y 582 (programa de mejoramiento de maíz UNALM).</p> <p>Arándano: Hay especies: Arándanos del Sur, y esta tiene variedades: Biloxi, Misty, Legacy y otras, arándano del norte, arándano Lowbush. En Perú se trabaja con pocas variedades, mayormente con la Biloxi.</p>
Zonas de Producción	<p>Maíz morado: 10 departamentos y el 80% de la producción se concentra en Lima, Huánuco, Ancash y La Libertad, Ica, Huancavelica, Ayacucho.</p> <p>Aguaymanto: Huánuco, Junín, Cajamarca, Ancash, Huánuco, Lambayeque, Cusco, La Libertad, Lima.</p> <p>Arándano: Arequipa, Cajamarca, Piura, Ancash, Lambayeque, La Libertad, Ica y sierra de Lima.</p>

Principales Mercados:	<p>Maíz morado: Estados Unidos, Unión Europea y Latino América</p> <p>Aguaymanto: Inglaterra, Alemania, Estados Unidos,</p> <p>Arándano: Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido y otros países en total 23 países.</p>											
Maíz morado:												
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Aguaymanto:												
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
	X	X	X	X	X							
Arándano:												
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
						X	X	X	X	X		

Fuente: Andina, SIICEX, PROMPERU, PeruvianNature
Elaboración propia

3.2. Investigación del Mercado de Objetivo

Para realizar la selección del mercado objetivo, se hizo una búsqueda de la partida arancelaria 1904100000 en portales web como SUNAT, TRADE MAP y SIICEX.

Tabla 13 Principales importadores mundiales de la partida 1904.10. en Dólares

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Mundo	3.933.131	4.213.026	4.247.152	4.528.848	4.547.453
Canadá	429.908	408.459	390.291	403.537	408.803
Estados Unidos de América	319.779	320.787	312.426	334.525	397.653
Francia	256.864	324.252	330.946	329.251	309.574

Reino Unido	263.369	251.912	249.279	268.222	291.158
Alemania	155.029	162.286	179.506	218.386	218.892
Italia	181.498	177.679	177.286	207.542	203.247
China	109.143	142.347	168.575	182.091	194.456
Bélgica	122.287	167.075	182.059	185.921	182.807
Países Bajos	106.542	128.498	137.627	152.610	163.094
España	133.989	128.078	133.678	151.765	147.973
Irlanda	133.297	128.440	118.396	126.112	111.977
Suecia	76.010	94.814	82.127	86.116	87.125
Arabia Saudita	76.445	80.315	79.203	77.806	75.292
Emiratos Árabes Unidos	60.246	155.080	65.433	67.282	69.275
Australia	47.281	51.921	58.680	64.533	68.462
Grecia	56.017	56.726	60.619	66.371	64.811
Austria	39.142	44.325	48.973	54.783	57.182
Guatemala	59.193	55.310	49.463	56.024	54.507
Dinamarca	38.164	51.351	51.765	51.929	49.950
Noruega	41.310	45.474	43.476	47.960	49.122
Suiza	43.932	43.968	43.986	47.156	46.479
Portugal	45.886	45.567	49.959	55.809	45.747
Israel	37.381	34.269	34.329	40.206	41.995
Hong Kong, China	34.495	39.054	42.951	43.765	40.189
Tailandia	28.326	30.315	33.090	36.064	38.437
Polonia	33.430	35.368	39.153	43.932	37.104
México	39.967	38.882	38.542	37.883	35.534
Rumania	22.312	23.797	26.834	33.652	34.577
Nueva Zelanda	28.836	30.611	28.143	29.079	31.580
Finlandia	27.139	27.843	28.081	32.324	31.397
Corea, República de	17.318	18.632	23.100	24.703	28.655
Hungría	19.268	21.550	23.146	26.596	25.214
Rusia, Federación de	11.556	13.723	16.597	20.900	24.824
Panamá	29.292	31.308	31.656	22.932	24.686
Singapur	30.568	26.160	21.511	22.937	23.487
Malasia	21.978	22.865	20.795	24.193	23.075
Indonesia	16.140	19.276	20.794	24.594	22.314
Costa Rica	21.869	21.863	20.042	22.076	21.405
Honduras	26.719	26.310	22.651	25.243	21.162
Japón	29.951	21.881	22.437	19.754	19.554
El Salvador	17.492	15.754	17.750	19.633	19.461
Kuwait	25.172	24.745	27.980	24.644	19.056
Colombia	25.443	19.213	19.009	18.148	18.138
Croacia	16.021	15.322	16.614	17.603	17.707
Chile	18.901	17.574	18.513	17.479	15.747

Fuentes: Trade Map. Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC.

Como se observa en la Tabla 13, Canadá y Estados Unidos son los países que registran mayor valor importado desde el año 2015 al 2019.

Chile también es uno de los países que consumen este tipo de producto, como podemos ver este país es el primero de América del Sur en consumir productos elaborados de maíz ya sea inflado o tostado.

Tabla 14 Principales importadores mundiales de la partida 1904.10.

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	1.462.825	1.625.963	1.619.213	1.685.341	1.736.431
Canadá	197.041	226.957	222.199	220.466	215.903
Estados Unidos de América	120.178	119.290	123.708	133.543	153.266
Reino Unido	100.072	98.946	93.952	88.958	103.038
Francia	91.026	93.170	98.139	95.316	95.967
Bélgica	60.000	75.307	82.691	81.700	90.332
Alemania	69.119	68.797	67.882	81.232	86.716
Países Bajos	47.604	51.466	49.461	61.036	68.583
España	61.040	55.314	56.544	63.137	67.639
China	28.477	39.438	42.280	39.605	41.545
Irlanda	36.562	33.714	32.417	34.415	37.587
Suecia	28.240	28.915	25.059	26.688	27.510
Italia	55.203	54.324	52.337	56.322	58.517
Guatemala	30.985	28.821	26.291	30.156	26.642
Yemen	556	13.795	14.757	18.963	22.672
Grecia	19.392	19.682	21.436	21.604	22.468
Arabia Saudita	21.551	21.300	22.486	22.905	21.419
Emiratos Árabes Unidos	15.844	61.826	18.562	18.806	19.795
Polonia	16.991	16.175	17.611	19.468	19.004
Australia	14.792	15.037	16.471	18.440	18.840
Austria	14.586	15.262	15.921	17.016	18.215
Rumania	11.098	12.392	13.179	16.039	17.355

Chile	15.339	15.368	18.674	18.029	16.272
Dinamarca	13.642	15.889	16.307	16.618	15.780
Suiza	15.608	14.955	14.584	14.771	15.200

Fuentes: Trade Map.

Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC.

Como se observa en la Tabla 14, Canadá y Estados Unidos con 215.903 y 153.266 toneladas respectivamente son los países que registran mayor cantidad importada desde el año 2015 al 2019 a nivel mundial. Chile como vemos subió de puesto por la cantidad exportada en toneladas en el año 2019 con 16.272 toneladas, aunque en los años anteriores Chile había exportado más, en el 2018 con 18.029 toneladas.

Tabla 15 Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 1904100000 año 2019

#	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	Bolivia	760,740.05	3,240,432.42
2	Estados Unidos	564,875.60	2,561,309.46
3	Ecuador	1,312,874.78	2,490,732.52
4	Colombia	253,883.86	1,367,180.88
5	Chile	376,389.91	1,196,273.49
6	México	61,133.28	335,743.74
7	Panamá	83,183.68	315,992.17
8	Brasil	102,037.63	269,564.91
9	Japón	43,883.09	220,191.28
10	Países Bajos (Holanda)	21,755.44	76,005.23

Fuente: SIICEX

En la Tabla 15, se muestra las exportaciones peruanas en el año 2019 nos indica los 10 países que más exportamos la partida 1904100000 y como vemos Bolivia y

Estados Unidos son los países que más exportan este tipo de producto, Chile está en el puesto quinto con un valor FOB 1,196,273.49.

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

Habiéndose elegido a Chile como el país de destino para la exportación de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, se realizará una evaluación del mercado objetivo macro y micro, por lo que se evaluará, el comercio bilateral, exportaciones de Perú hacia Chile en cantidades FOB y las principales ciudades de Chile y su número de habitantes.

MACRO SEGMENTACIÓN

Situación demográfica de Chile: Para el presente plan de negocios, el mercado objetivo es Chile, es un país de América del Sur, con una superficie aproximada de 756.700 km², su capital es Santiago, se encuentra en la posición 62 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 25 habitantes por Km².



Figura 12. Mapa de Chile
Fuente: Mapade.org

Tabla 16 Variables geopolítico del País de Chile

Variables demográficos Geográficos	Nombre oficial	República de Chile
	Superficie	756.700 km ²
	Población	18.952.038
	Capital	Santiago de Chile
	Situación geográfica	Chile limita al norte con el Perú, al este con Bolivia y Argentina, al Oeste con el océano Pacifico y al sur con el Polo Sur.
	Principales ciudades	Las ciudades más importantes, además de Santiago, la capital, Antofagasta, Concepción, Temuco, Valparaíso / Viña del Mar, principal puerto del país, localizado a 120 km. al oeste de Santiago, y Puerto Montt
	Alimentación	Se acostumbra tener tres o cuatro comidas diarias; desayuno, almuerzo, onces y cena, siendo el almuerzo y la cena las comidas más importantes del día.
Recursos naturales	La gran extensión de territorio cordillerano, presente en el país, le da unos treinta elementos mineros valiosos, pero los más	

		importantes son: el cobre, el molibdeno, el renio, el litio y el yodo.
	Clima	Tiene un clima muy variado desde seco y cálido hasta grados bajo cero en las mañanas
Variables Políticas económicas	Pertenece	Alianza del Pacífico, OEZ, OCDE, ONU, UNASUR
	Sectores económicos	la minería (cobre, carbón y nitrato), productos manufacturados (procesamiento de alimentos, productos químicos, madera) y agricultura (pesca, viticultura y fruta)
	Índice de desarrollo humano IDH	Está en el puesto 44
	Ranking Doing Business	Puesto 56° de los 190 países
	PBI	282,318 mil millones de USD
	PIB per cápita (USD)	El país tiene el PIB per cápita más alto de la región (USD 15.068)
	PIB	1,1 (crecimiento anual en %, precio constante)
	Tasa de inflación	2,3 %
	Moneda	Peso chileno
	Deuda externa	se ubicó en US\$208.108 millones (85,9% del PIB)

Fuente: Datos macro, Banco Mundial
Elaboración propia

Tabla 17 Indicadores de crecimiento de Chile del 2018 al 2022
(datos estimados)

Indicadores de crecimiento	2018	2019 (e)	2020 (e)	2021 (e)	2022 (e)
PIB (miles de millones de USD)	298,20	282,25	245,41	280,17	304,47
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	4,0	1,1	-6,0	4,5	3,2
PIB per cápita (USD)	15	14	12	14	15
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-1,5	-1,7	-3,3	-4,4	-3,0

Indicadores de crecimiento	2018	2019 (e)	2020 (e)	2021 (e)	2022 (e)
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	25,6	27,9	32,8	37,5	41,7
Tasa de inflación (%)	2,3	2,3	2,9	2,7	3,0
Tasa de paro (% de la población activa)	7,4	7,2	11,4	10,2	9,1
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-10,65	-10,85	-3,86	-8,18	-5,60
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-3,6	-3,8	-1,6	-2,9	-1,8

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, Octubre 2020

Note: (e) Estimated Data

Tabla 18 Comercio bilateral entre Perú y Chile

Producto: 1904100000 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado, hojuelas, copos de maíz

Código del producto	Descripción del producto	Perú exporta hacia Chile			Perú exporta hacia el mundo		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
1904100000	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado, p.ej. hojuelas, copos de maíz	464	554	1.171	9.159	9.591	11.929

Fuentes: Trade Map.

Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

En la Tabla 18, se muestra el comercio bilateral entre Perú y Chile, nos indica los tres últimos años de las exportaciones peruanas hacia Chile de la partida 1904100000, productos elaborados de cereal, como observamos las exportaciones cada año va en amento el 2017 se exporto un valor de 464 miles de dólares y el año 2019 1.171 miles de dólares.

Tabla 19 Población de las principales ciudades de Chile

Ciudades	Población
Santiago de Chile	5.428.590
Puente Alto	573 935
Antofagasta	348517
San Bernardo	290 912
Viña del Mar	332875
Temuco	235509
Rancagua	231370
Valparaíso	296177

Fuente: UN DATA, 2017

Como se observa en la Tabla 19, dentro de las más importantes ciudades de Chile se ubica su capital, la ciudad de Santiago de Chile, que posee la mayor población en comparación a las demás, con un total de 5.428.590 de habitantes por ser la capital, seguido muy de lejos por Puente Alto con un total de 573 935 habitantes.

MICRO SEGEMENTACION

Región metropolitana de Chile:

La región Metropolitana tiene una superficie de 15.403,2 km², representando el 2.0% de la superficie del país. La población regional es de 6.061.185 habitantes, equivalente al 40.1% de la población nacional y su densidad alcanza a 393 habitantes/km².

La población rural es de 186.172 personas, representando el 3,1% de la población total regional. La capital de la región es Santiago. La región Metropolitana está dividida administrativamente en 6 provincias y 52 comunas.

Mercado objetivo: Nuestro modelo de negocio es Business to Business por eso la empresa LEHT S.A.C va a distribuir el producto hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas al mercado de Santiago de Chile, Las ventas serán por medio de distribuidoras en diferentes partes de Chile, para ello se va buscado por medio de las páginas web para encontrar distribuidoras con las que podamos hacer negocios, en la siguiente tabla podemos ver algunas de estas distribuidoras de productos de consumo:

Tabla 20 Distribuidoras en Chile

Distribuidoras	<u>Dirección</u>	<u>Teléfono</u>
	Av. Joaquín Rodríguez 2170, Macul, Santiago, RM, Chile.	+56 - 993326696
	Bernardo O'Higgins 150 Parque Industrial Los Libertadores Colina, Santiago – Chile	+56 - 2 2820 7500
	Pasaje Chivilcán 060 Sector Prieto Norte Temuco, Chile	+56 - 45 246 5387
	Lourdes 829 8500000, Santiago Metropolitana, Chile	+56 - 9 42820881

Elaboración propia

El sector de la distribución está muy concentrado: un pequeño número de actores se reparte la mayoría de las ventas. Hay ocho cadenas principales de supermercados, enfocadas en diferentes perfiles de consumidores con diferentes formatos de tiendas, a lo largo de todo el país: Unimarc (con casi 300 locales),

Walmart (casi 250 locales), Cencosud (casi 200 locales), Falabella (60 locales), Montserrat (35 locales), Erbi (33 locales).

Tabla 21 Principales Supermercados

Supermercados e hipermercados	Participación en el mercado	Supermercados e hipermercados:	Participación en el mercado
Líder	44%	Tottus	7%.
Ekono		Unimarc	16% (300 locales)
Santa Isabel	33%		
Jumbo			
Walmart			

Fuente: Santander, Trade Markets

Los principales grupos de supermercados son Wal-Mart (Líder Express, Híper Líder, Ekono, A Cuenta) con 44% de la participación en el mercado, Cencosud (Jumbo, Santa Isabel) con 33%, SMU Group (Unimarc) con 16% y Tottus (propiedad de Falabella) con 7%.

En 2016, Cencosud se concentró en los consumidores de ingresos elevados, mientras que Wal-Mart se centró en el desarrollo de tiendas de descuento. Este último ha tenido un fuerte crecimiento, porque los almacenes tradicionales de abarrotes (por ejemplo, las pequeñas tiendas de barrio) han tenido dificultades para competir contra los minoristas modernos a nivel de precio y oferta de productos. Estos grandes supermercados tienden a concentrarse en las grandes ciudades de Chile, pero se espera que sigan expandiéndose en las ciudades menos pobladas.

3.2.2. Tendencias de consumo

Crecimiento y regulación:

La industria del comercio al por menor es la más desarrollada de América Latina, con ventas de 28 mil millones USD al año en 2016. El mercado de alimentos envasados alcanzó cerca de 14.700 millones USD en el mismo período, con una tasa de crecimiento de 32,1% desde 2013. En 2021, se prevé que las ventas de alimentos envasados en Chile lleguen a 19.900 millones USD, con una tasa de crecimiento de 26,7%, especialmente en comida para bebés, frutas y vegetales procesados, comidas preparadas, cereales de desayuno, pastelería, aperitivos salados y barras de frutas (Food Export).

Hay que señalar que Chile está cada vez más urbanizado. Esto no solo concierne a la Región Metropolitana de Santiago (donde se encuentra un tercio de la población): se aplica también a las ciudades de provincia o de segundo rango. El sector de la distribución se adaptó a esta tendencia, sobre todo la venta al por menor de abarrotes, que ha adoptado un modelo más cómodo con cadenas de tiendas al paso y pequeños supermercados, de fácil acceso para los consumidores en barrios residenciales.

Este desarrollo también se debe a una escasez del espacio de venta y al interés de los consumidores chilenos por los almacenes de comestibles. Chile se consumen aproximadamente 1.500 toneladas mensuales de cereal, y el consumo per cápita está siendo cercano al Kilo (1.000 gramos) por habitante al año, de acuerdo a cifras

Nielsen, donde el cereal más consumido en Chile es Chocapic, con cerca de 20% del consumo total de la categoría de cereales para el desayuno.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

Con la finalidad de analizar la oferta exportable del producto, se revisará los mercados que exportan a nivel mundial. En la siguiente tabla se muestra información sobre los principales países exportadores de la partida 190410.

Tabla 22 Lista de los exportadores

Producto: 190410 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado
hojuelas, copos de maíz

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	3.973.565	4.240.402	4.329.330	4.588.034	4.601.405
Estados Unidos de América	550.656	524.362	497.054	511.847	499.362
Reino Unido	429.608	387.001	417.909	502.865	471.155
Alemania	525.161	503.788	472.914	451.357	442.056
Bélgica	237.316	385.023	404.654	408.643	394.030
Polonia	201.943	231.499	246.866	310.021	330.496
España	208.334	256.880	272.332	286.097	261.997
México	233.036	230.656	225.315	246.232	243.326
Francia	242.457	237.710	246.466	243.903	235.473
China	156.451	161.257	174.689	182.071	192.494
Países Bajos	65.452	84.468	92.164	117.689	179.291
Canadá	147.843	161.538	159.598	152.985	175.792
Italia	97.785	139.691	150.722	135.192	119.414
Tailandia	64.098	65.705	82.352	88.590	91.381
Japón	44.115	56.860	33.010	57.368	67.180
Suiza	43.101	47.399	50.320	52.220	48.903
Malasia	42.734	43.307	52.582	56.862	48.863
Dinamarca	40.135	41.899	43.653	47.050	48.623
República Checa	36.969	40.077	45.566	48.399	46.746
Taipei Chino	15.236	15.803	20.124	21.384	23.336
Chile	23.377	19.004	19.790	18.008	17.032

Rusia, Federación de	7.348	8.955	10.751	12.370	15.859
Egipto	5.163	8.713	10.531	11.840	15.793
Portugal	12.880	14.434	15.489	21.933	15.244
Rumania	8.084	10.407	10.656	13.724	13.793
Zambia	3.637	1.583	4.197	11.737	12.470
Perú	9.666	9.613	9.159	9.591	11.929
Trinidad y Tobago	10.859	18.028	17.916	17.900	11.483
Honduras	11.510	10.649	10.389	12.906	10.219
Líbano	12.318	8.363	9.091	9.391	10.164
Hong Kong, China	7.162	9.479	7.799	8.117	8.993
Brasil	10.549	11.518	12.126	12.074	8.459
Argentina	10.203	8.204	9.237	8.711	7.716

Fuentes: Trade Map.

Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC.

Como se muestra en la tabla 22, los principales países exportadores de la partida 190410, son Estados Unidos, Reino unido y Alemania. Aunque Perú no se encuentra entre los primeros exportadores de la partida, se observa que tiene un significativo valor exportado en los últimos 5 años que va en crecimiento. Seguidamente, se muestra la tabla de principales países exportadores de la partida 190410 a toneladas.

Tabla 23 Lista de los exportadores

Producto: 190410 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado hojuelas, copos de maíz

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	1.567.086	1.679.053	1.718.230	1.734.131	1.720.437
Estados Unidos de América	196.603	193.819	182.215	186.636	173.574
Alemania	202.707	191.254	179.230	162.086	164.731
Reino Unido	122.797	112.815	125.056	146.890	148.174
Bélgica	94.543	135.865	148.304	143.681	144.183
Polonia	90.653	100.758	106.988	121.076	132.760

Francia	104.102	102.113	103.895	93.119	92.151
México	92.167	99.691	97.213	100.954	91.463
España	66.542	73.597	80.687	91.494	87.921
Italia	105.511	151.752	148.947	116.350	84.551
Países Bajos	63.995	54.392	55.972	72.279	77.359
Canadá	55.323	56.965	58.264	60.234	69.559
China	49.749	52.145	56.407	58.904	63.763
Malasia	21.595	21.945	25.497	25.631	23.464
Tailandia	19.457	20.084	25.429	24.339	23.096
India	23.375	24.693	22.086	20.616	21.644
República Checa	16.527	17.630	19.291	21.098	21.319
El Salvador	15.711	15.878	13.990	15.964	17.822
Filipinas	9.869	11.886	10.336	8.254	11.970
Japón	5.686	8.430	5.163	9.601	10.933
Chile	9.564	8.704	9.107	8.005	10.105
Suecia	6.206	6.993	7.335	7.307	7.733
Rusia, Federación de	3.607	4.291	4.775	6.596	7.343
Corea, República de	5.765	6.094	5.569	7.276	7.199
Portugal	6.147	6.592	10.808	11.695	6.955
Zambia	1.065	628	1.609	4.625	6.512
Serbia	4.088	4.536	5.076	5.504	5.882
Austria	2.200	2.433	2.871	4.767	5.700
Rumania	2.600	3.683	4.222	5.415	5.629
Colombia	2.353	2.206	2.341	2.837	5.061
Brasil	4.297	5.012	5.206	5.277	3.672
Perú	3.018	3.171	2.982	2.778	3.551
Irlanda	725	699	801	1.771	3.264
Ucrania	1.653	1.977	1.838	2.484	2.777
Líbano	3.305	2.123	2.298	2.208	2.393

Fuentes: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC.

En cuanto a cantidad exportada en toneladas, se muestra en la Tabla 23 los principales países exportadores de la partida son Estados Unidos, Reino Unido y Alemania que se encuentran en los tres primeros exportadores. En cuanto a Perú, se observa un incremento de su cantidad exportada en los últimos 5 años, ya que los años 2017 bajó a 2.982 toneladas, pero para el año 2019 incremento a 3.551 toneladas.

OFERTA NACIONAL PERÚ A NIVEL MUNDIAL

En la siguiente tabla se muestra las exportaciones peruanas en valor de la partida 1904100000 hacia el mundo.

Tabla 24 Exportaciones peruanas de la partida 1904100000

#	País	Valor FOB USD. 2015	Valor FOB USD. 2016	Valor FOB USD. 2017	Valor FOB USD. 2018	Valor FOB USD. 2019
1	Estados Unidos	2,969,763.09	3,041,482.69	3,243,727.01	2,998,277.38	2,561,309.46
2	Ecuador	2,139,483.83	2,769,912.87	2,052,855.90	1,997,008.07	2,490,732.52
3	Bolivia	1,381,814.55	1,153,927.00	1,285,608.19	1,435,651.67	3,240,432.42
4	Colombia	1,225,729.96	735,053.47	600,156.28	893,610.46	1,367,180.88
5	Canadá	565,451.16	272,811.79	232,126.19	108,733.43	10,128.93
6	Panamá	325,065.25	294,657.74	184,979.02	183,735.60	315,992.17
7	Chile	304,520.76	472,708.79	464,032.09	574,944.54	1,196,273.49
8	Kuwait	245,131.88	161,033.60	96,122.20	98,879.50	
9	México	151,832.59	71,403.60	265,883.48	423,127.17	335,743.74
10	Emiratos Árabes Unidos	93,343.30	4,401.00	2,570.37		578.74
11	Reino Unido	88,854.48	64,669.68	58,923.53	65,520.00	16,520.20

Fuente: PROMPERU
Elaboración propia

En cuanto a cantidad exportada en FOB, se muestra en la Tabla 24 los principales países exportadores de la partida son Estados Unidos, Ecuador y Bolivia, que se encuentra en los tres primeros exportadores. En cuanto a Chile, se observa un incremento de su cantidad exportada en los últimos 5 años, de manera creciente en el 2019 exporto 1,196,273.17 FOB.

Tabla 25 Exportaciones peruanas de la partida 1904100000 por meses de los 2 últimos años

2018			2019		
Mes	Peso neto KG	Valor FOB USD	Mes	Peso neto KG	Valor FOB USD
Enero	157,631.880	576,713.94	Enero	341,431.340	1,265,607.26
Febrero	170,832.200	652,640.57	Febrero	163,981.540	620,108.13
Marzo	196,781.210	737,840.57	Marzo	251,718.500	826,006.80
Abril	314,194.720	1,059,557.31	Abril	330,181.620	1,162,884.91
Mayo	209,294.870	752,924.30	Mayo	356,669.060	1,195,447.85
Junio	258,036.900	855,116.58	Junio	260,987.780	845,351.46
Julio	248,007.290	782,726.96	Julio	305,768.410	1,052,282.20
Agosto	181,749.250	629,542.25	Agosto	401,655.640	1,317,243.38
Septiembre	231,048.940	800,233.98	Septiembre	328,839.940	867,291.44
Octubre	281,164.850	972,720.23	Octubre	415,579.660	1,521,782.88
Noviembre	211,749.550	696,187.16	Noviembre	223,743.370	578,476.97
Diciembre	338,552.900	1,171,184.38	Diciembre	258,241.410	1,044,321.01
total	2,799,044.530	9,687,388.23	total	3,638,798.260	12,296,804.29

Fuente: PROMPERU
Elaboración propia

En la Tabla 25, se observa las exportaciones peruanas para la partida 1904100000 productos a base de cereal en hojuelas o copos de maíz, nos muestra las exportaciones mensuales de los años 2018 y 2019 en KG y valor FOB

Tabla 26 Precios FOB referenciales en kilogramos (US\$ / KGR)

	2019												2018											
	DI C	NO V	O CT	SE P	AG O	JU L	JU N	MA Y	AB R	MA R	FE B	EN E	DI C	NO V	O CT	SE P	AG O	JU L	JU N	MA Y	AB R	MA R	FE B	EN E
K G	4. 05	2.5 9	3.6 6	2.6 4	3.2 8	3. 44	3. 24	3.3 5	3.5 2	3.2 8	3. 78	3.7 1	3. 46	3.2 9	3.4 6	3.4 6	3.4 6	3. 16	3. 31	3.6 0	3.3 7	3.7 5	3. 82	3.6 6

Fuente: SUNAT

En la Tabla 26, Nos indica los precios FOB en kilogramos de todos los mese durante los años 2018 y 2019 de las exportaciones peruanas.

Tabla 27 Exportaciones de Perú hacia Chile de la partida 1904100000 los Últimos 5 años

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Peso neto KG	55,877.69	104,806.76	142,644.77	144,266.81	376,389.91	237,188.04
Valor FOB USD	304,520.76	472,708.79	464,032.09	574,944.54	1,196,273.49	569,474.84

Fuente: SIICEX

En la Tabla 27, se muestra las exportaciones de Perú hacia Chile en peso neto KG y valor FOB, como nos indica las exportaciones del 2015 al 2019 ha ido en aumento, en el 2018 Perú exporto 144,266.81 kg y en valor FOB 574,944.54, en el 2019 fue 376,389.91kg y 1,196,273.49 valor FOB por ultimo en el 2020 con todos los problemas se ha exportado 237,188.04 kg y 569,474.84 valor FOB.

Tabla 28 Principales empresas exportadoras peruanas

Empresa	%Var 19-18	%Part. 19
INKA CROPS S.A.	2%	35%
GLOBAL ALIMENTOS S.A.C.	89%	34%
SNACKS AMERICA LATINA S.R.L.	17%	12%
MOLITALIA S.A	218%	6%
AGRO FERGI S.A.C.	82%	2%
ANDES MILLS TRADING S.A.C.	22%	1%
INDUSTRIAS ALIMENTICIAS CUSCO S.A.	-62%	1%

VILLA ANDINA SOCIEDAD ANONIMA CER...	-78%	1%
S & M FOODS S.R.L.	174%	1%
Otras Empresas (76)	--	2%

Fuente: SUNAT

En la Tabla 28, se muestra las principales empresas exportadoras, esto quiere decir que son nuestra competencia referente al producto hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas.

Tabla 29 Lista de empresas exportadoras en Perú
Categoría de producto: Cereal para desayuno

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	Ciudad
Alimentos Procesados S.A. - ALPROSA	2	230	Arequipa
Bodegas Peru S.A.C.	3	11	Lima
Global Alimentos S.A.C.	1	106	Lima
Industrias Alimenticias Cusco S.A. - Incasur	2	193	Lima

Fuente: DUN & Bradstreet

Tabla 30 Producción nacional en valor FOB por departamento

UBIGEO	FOB 2019 Mil(US\$)	Peso neto 2019(TN)	FOB 2018 Mil(US \$)	Peso neto 2018(TN)	%Var. 2019-2018	% Cont. 2019
Lima	1,097	684	1,123	684	-2%	84%
Callao	80	54	100	54	-20%	6%
Ica	49	72	42	72	18%	4%
Arequipa	28	90	16	90	76%	2%
Cusco	14	21	9	21	60%	1%
Tacna	11	18	4	18	198%	1%
Tumbes	10	0	0	0	--	1%
Junín	8	0	0	0	1495%	1%
Lambayeque	7	4	5	4	22%	1%
Piura	7	0	0	0	--	1%
La Libertad	1	0	0	0	--	0%
TOTAL	1,312	844	1,299	942	1%	100%

Fuente: SUNAT

De acuerdo a la Tabla 30 respecto a la información proporcionada por el MINAGRI, el departamento del Lima es el que presenta la mayor cantidad de producción registrada en los años 2018 y 2019.

Producción de variedades mejoradas de maíz morado

Asociaciones de agricultores de diversas provincias de Cajamarca han comenzado a adquirir la semilla INIA 601 a un costo de 10 soles el kilogramo, para producir maíz morado en mayor cantidad.

Las provincias de Hualgayoc, Cutervo, Chota, Contumazá, Cajabamba, Cajamarca, San Marcos, San Pablo y San Miguel tienen cultivadas 130 hectáreas de maíz morado. Su producción por hectárea es mayor a las cinco toneladas. Los frutos de esta campaña se obtendrán de abril a mayo del 2020.

3.3.2. Análisis de la demanda

Tabla 31 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú

Partida 1904100000 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (hojuelas, copos de maíz)

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	9.737	9.621	9.159	9.591	11.929
Bolivia, Estado Plurinacional de	1.382	1.154	1.286	1.436	2.951
Estados Unidos de América	2.970	3.041	3.244	2.981	2.541
Ecuador	2.139	2.770	2.053	1.997	2.491
Colombia	1.226	735	600	894	1.367
Chile	305	473	464	554	1.171

México	152	71	266	418	336
Panamá	325	295	185	184	316
Brasil	27	12	22	134	253
Japón	5	17	0	73	220

Fuentes: Trade Map.

Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

Tabla 31 nos muestra la lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú de la partida 1904100000, Bolivia y Estados Unidos son los países que mayor importa esta partida, Chile en el puesto 5° la importación de este país va en crecimiento, el valor en dólares exportado en 2019 es 1,171.

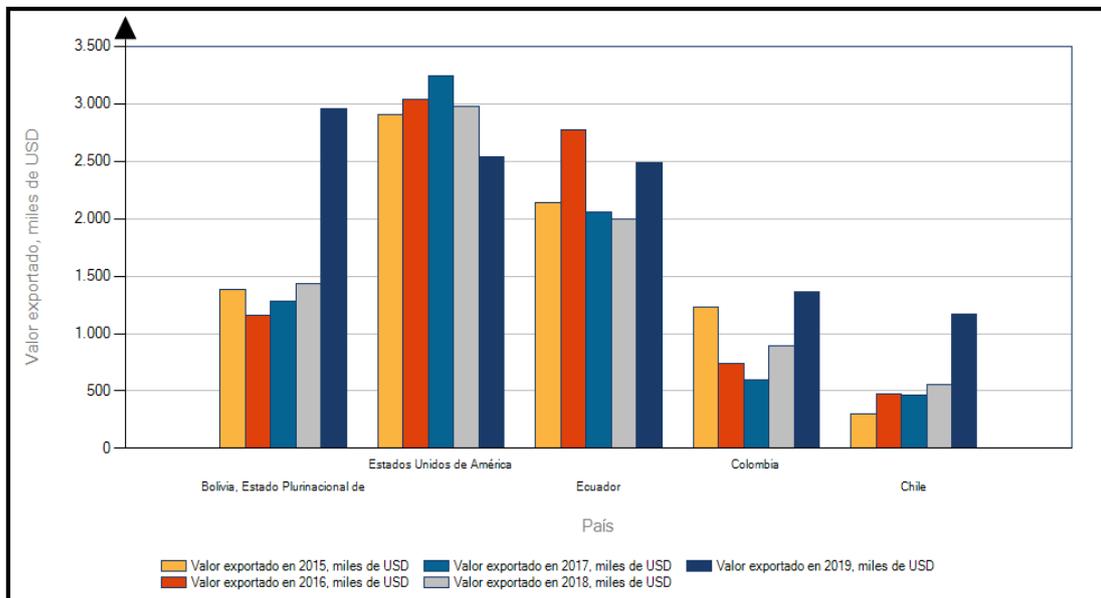


Figura 13. Importadores para un producto exportado por Perú (Valor exportado del producto: 1904100000)

Fuentes: TRADE MAP

En la figura 13, podemos ver la lista de mercados importadores de la partida 1904100000, productos a base de cereal obtenidos por inflado o tostado, expresados en valor exportado, como se observa Bolivia, Estados Unidos, Ecuador, Colombia y Chile son los países que importan este tipo de producto.

Tabla 32 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú

Partida: 1904100000 Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (hojuelas, copos de maíz)

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada, Toneladas				
Mundo	3.018	3.171	2.982	2.778	3.551
Ecuador	1.063	1.339	1.139	1.101	1.313
Bolivia, Estado Plurinacional de	481	398	422	316	693
Estados Unidos de América	666	689	740	656	561
Chile	56	105	143	140	371
Colombia	347	218	143	171	254
Brasil	5	6	5	47	96
Panamá	125	115	68	61	83
México	21	16	41	61	61
Japón	1	4		26	44
Países Bajos		26	20	21	22

Fuentes: Trade Map.

Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

Tabla 32 nos muestra la lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú de la partida 1904100000, Ecuador, Bolivia y Estados Unidos son los países que mayor importa esta partida en cantidad, Chile en el puesto 4° la importación de este país va en crecimiento, las toneladas exportadas en 2019 es 371.

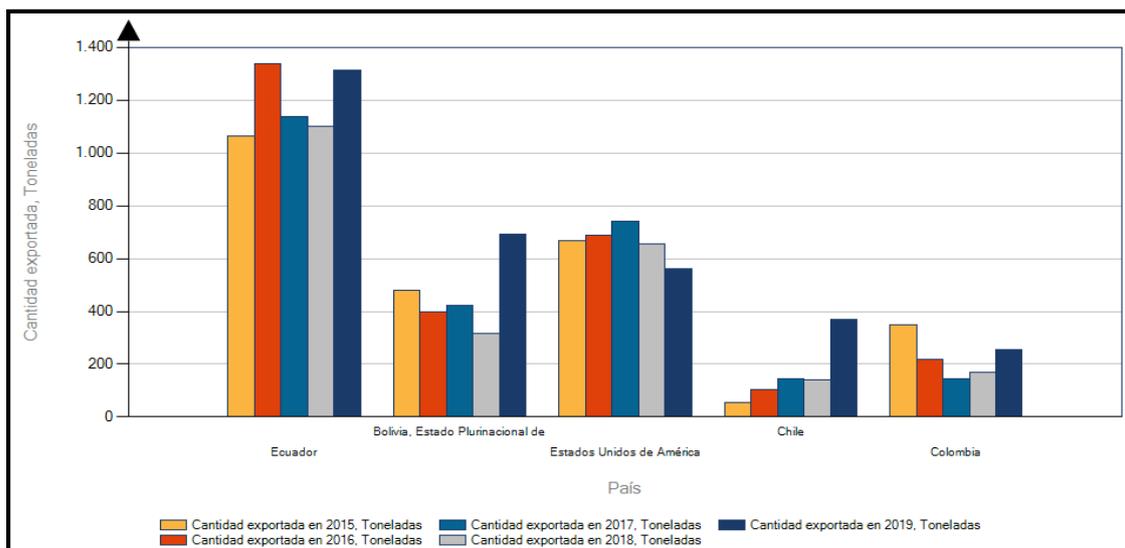


Figura 14. Importadores para un producto exportado por Perú (toneladas)
Fuentes: TRADE MAP

En la figura 14, podemos ver la lista de mercados importadores de la partida 1904100000, productos a base de cereal obtenidos por inflado o tostado, expresados en Toneladas, como se observa Bolivia, Estados unidos, Ecuador, Colombia y Chile son los países que importan este tipo de producto. Chile en el último año ha importado más a comparación de los años anteriores.

Proyección de la demanda

Tabla 33 Mercado disponible en la Región Metropolitana

Cantidad de habitantes en Región Metropolitana	Porcentaje entre 15-64 años	Mercado potencial	Segmentación Clase media alta y media	Mercado disponible
6.061.185	68,72%	4.165.246	36.9%	1.536.975

Fuente: Banco Mundial y Gobierno Regional
Elaboración propia

En la tabla 33, Vemos datos del mercado objetivo (Región metropolitana de Chile) tiene 6.601.185 habitantes, de estos hemos sacado los porcentajes de segmentación demográfica por edad y segmentación psicográfica.

Tabla 34 Demanda proyectada

Año	Crecimiento poblacional	Demanda proyectada
2021	1.79%	1.564.487
2022	1.79%	1.592.491
2023	1.79%	1.620.997
2024	1.79%	1.650.013
2025	1.79%	1.679.548

Elaboración propia

En la tabla 34, nos muestra la demanda proyecta para los primeros 5 años para las hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, en el primer año es de 1.564.487, y el último año es 1.679.548.

Tabla 35 Cantidad unidades a exportar

Año	Porcentaje de participación	Oferta proyectada Anual	Cantidad Bimensual
2021		15.000	2500
2022	4%	15.600	2600
2023	5%	16.380	2730
2024	6%	17.370	2895
2025	7%	18.600	3100

Elaboración propia

En la tabla 35, indica la oferta proyectada anualmente para el producto hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas de los 5 primeros años, el primer año se va exportar 15.000 unidades por ser la primera exportación después los siguientes años va tener un incremento de 4%, 5%, 6% y 7% respectivamente.

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

La empresa LEHT S.A.C. exportara hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, USA en presentaciones de cajas de 300 gramos:

Estrategias de ventas a considerar:

- ❖ Identificar los prospectos en el mercado de destino: Parte del trabajo del área de marketing será publicar o crear nuestro producto en redes tales como (página web – redes sociales más adelante) donde se pueda interactuar con los diferentes usuarios conociendo sus necesidades y preferencias.
- ❖ Tener alianzas estratégicas con los distribuidores: Nos abocaremos por buscar que la empresa sea el socio comercial de los distribuidores de manera que al momento de la solicitud o requerimiento ellos nos recomienden por las cualidades del producto.

Estrategias de distribución a considerar:

- ❖ Se aplicará la estrategia de distribución indirecta, ya que se buscar el servicio de distribuidores en el mercado de destino.
- ❖ Integrar los intereses de la empresa junto con la de nuestros distribuidores a través de una comunicación fluida con la finalidad de conocer la forma de comercialización, servicios, precios sugeridos y promociones.

- ❖ Escoger bien a los proveedores nacionales para brindar un buen servicio de calidad y cumplir con el cliente en el tiempo oportuno.

- ❖ Tener una comunicación fluida con el distribuidor para obtener así su punto de vista en cuestiones de comercialización, esfuerzos promocionales, servicios y precios sugeridos.

3.4.1. Estrategias de segmentación

El objetivo de la segmentación de clientes nos brinda la posibilidad de llegar con mayor precisión al consumidor con necesidades y deseos más específicos; llegando a nuestros clientes de manera efectiva. A través de la segmentación de mercado; nuestra empresa conocerá mejor a nuestros clientes, aumentando la satisfacción de sus necesidades y gustos, logrando así la competitividad y el logro de las metas trazadas por la empresa.

Según Kotler, la segmentación de mercado se base en cuatro grupos; segmentación demográfica (aspectos como la edad y el sexo), segmentación geográfica (en relación a la ubicación geográfica), segmentación psicográfica (en relación a la clase social y estilos de vida) y segmentación conductual (hace referencia a los hábitos de consumo y actitudes).

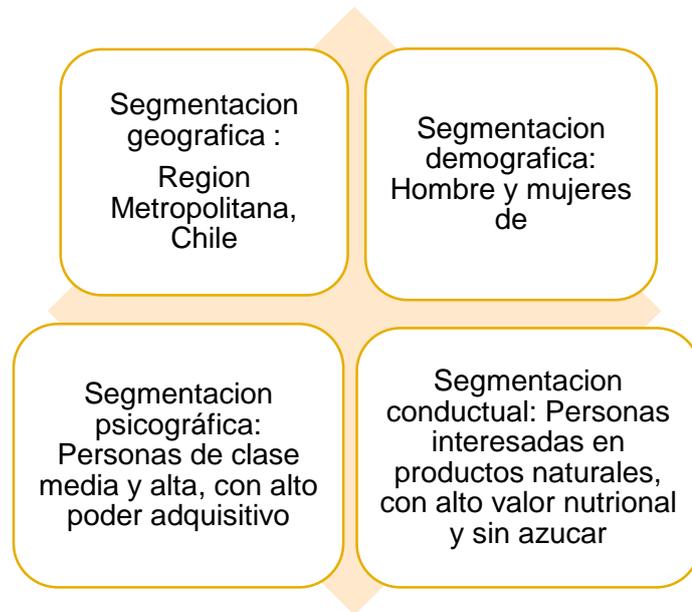


Figura 15. Estrategia de Segmentación Kotler
Elaboración propia

En la siguiente figura 15, se muestra la segmentación geográfica, psicográfica, conductual y demográfica que va tener en cuenta la empresa LEHT S.A.C para ingresar al mercado de Chile para ofrecer el producto de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas en base a los grupos mencionados.

El Encargado del Área comercial y ventas, va a realizar el Buyer persona para conocer las características de nuestro comprador ideal, es decir la persona con la que vamos a tener contacto de la distribuidora en el mercado de Chile. Esto es importante ya que nos muestra las características, gustos, hábitos que la persona realiza, así poder realizar una mejor comunicación y poder vender nuestro producto.

Carla Díaz



Encarga del área de marketing de una distribuidora, está al mando de 10 empleados, toma las decisiones sobre las compras. Carla es soltera, vive con su mamá, es una persona muy familiar, busca pasar el mayor tiempo posible con ellos, Ella es licenciada en marketing, estudio en una universidad privada, estudiaba mientras trabajaba, es una persona muy comprometida con su trabajo. Le gusta la moda,

hacer deportes y caminatas cuando tiene algún tiempo libre.

Tiene 32 años de edad, es de clase media ya que le gusta ahorrar, trabaja desde muy joven, está en la empresa hace 5 años.

Es una persona activa con las redes sociales, páginas web y varias páginas informativas como buscando marcas y productos. Está siempre enganchado con el celular hablando y leyendo emails y respondiendo WhatsApp. Él siempre está investigando proveedores, comprando productos, adquiriendo nuevos clientes.

Objetivos y retos:

- Adquirir productos nuevos para representar
- Comprar un departamento.

Miedos y preocupaciones:

- No tener el suficiente reconocimiento laboral.
- Quedarse estancada profesionalmente.
- Pasar poco tiempo con su familia.
- Tener problemas económicos en algún momento.

Figura 16. Buyer persona
Elaboración propia

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento se basa en cómo queremos que nos perciban o con que atributos queremos que nos identifiquen en la mente del consumidor frente a la competencia. Es importante que la empresa defina la estrategia de posicionamiento para poder conseguir mayor participación en el mercado y lograr posicionarnos en la mente del cliente ya sea por las características, los beneficios, la innovación del producto o los factores con los que las empresas desean ser reconocidas.

Entre las estrategias del marketing, se encuentra el posicionamiento del producto; en el cual se detallan las tres variables claves de nuestro producto hojuelas de maíz morado:

- Estrategia basada en las características del producto; la hojuela de maíz morado será elaborado a base productos orgánicos, sin azúcar con frutas deshidratadas, conservantes naturales. Las frutas secas como el aguaymanto y arándano son considerados Golden food.
- Estrategia basada en los beneficios del producto; el maíz morado se destaca por tener propiedades altamente nutritivas como son las vitaminas y minerales como el fósforo, los cuales ayudan a mejorar la salud interna y externa de nuestro organismo. Este producto puede ser consumido por cualquier persona como jóvenes y adultos.
- Estrategia enfocada en la innovación del producto; las hojuelas de maíz morado es un producto relativamente nuevo respecto a su sabor en el mercado destino; de ahí parte la idea de negocio, aprovechando la variedad de beneficios del producto.

3.4.3. Estrategias de distribución

El producto cereal de maíz morado con frutas deshidratadas es nuevo en el mercado chileno, inicialmente realizará la distribución el cereal de manera indirecta, a través de importadores y/o distribuidores en la región Metropolitana, Chile. Mediante el canal indirecto, los distribuidores se encargarán de comercializar el producto a empresas de industrias alimentarias como supermercados, retail, tiendas.

Como beneficios de realizar la distribución mediante intermediarios es que éstos aportan contactos, experiencia, conocimiento específico del mercado y escala de operaciones. Para obtener estos beneficios, la empresa LEHT S.A.C deberá garantizar:

- Calidad del producto, mantenimiento las propiedades nutricionales del maíz, libre de insumos artificiales y saludable para el consumo.
- Seguridad en la entrega, en cuanto a cantidad y tiempo acordado. Asegurando que cada proceso de la empresa desde el transporte materia prima, elaboración del producto y distribución física internacional se ejecute eficaz y eficientemente, satisfaciendo las perspectivas del cliente.
- Planes de contingencia, los cuales permitan a la empresa reaccionar rápidamente y con la mejor alternativa ante contingencias, ofreciendo de esta manera una buena imagen de la empresa al cliente.

En la siguiente tabla se detallará los dos posibles distribuidores con el cual trabajará la empresa LEHT S.A.C. trabajará para la distribución de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas en la región Metropolitana, Chile

Tabla 31 Distribuidoras en el mercado de Chile

Distribuidoras	Dirección	Teléfono
	Av. Joaquín Rodríguez 2170, Macul, Santiago, RM, Chile.	+569 93326696
	Bernardo O'Higgins 150 Parque Industrial Los Libertadores Colina, Santiago – Chile	+56-2 2820 7500
	Pasaje Chivilcán 060 Sector Prieto Norte Temuco, Chile	+56 45 246 5387
	Lourdes 829 8500000 Santiago Santiago Metropolitana, Chile	+56 9 42820881

Elaboración propia

3.5. Estrategias de Promoción

Con la finalidad de dar a conocer nuestro producto, la empresa buscará la manera de participar en las ferias realizadas por PROMPRERU, ADEX, entre otras entidades. El participar en ferias nos da la posibilidad de incrementar nuestras ventas en un futuro. Así mismo, la oportunidad de interactuar con clientes y generar nuevos contactos.

❖ REVISTAS

Una manera de promocionar el producto puede ser las revistas digitales, actualmente la manera más rápida de llegar a las personas es por medio digitales, las revistas brindan una forma de publicidad, usando los correos electrónicos, toda persona posee una. Esta revista está presente en ferias, congresos nacionales e internacionales, seminario como TECFOOD, realizada desde los últimos 5 años en Santiago.



Figura 17. Revista digital - Chile
Fuente: Revista InduAlimentos.

❖ FERIAS INTERNACIONALES

Las ferias sirven con una herramienta de marketing para la creación de relaciones y ventas entre compradores y vendedores. Al participar en una feria las empresas encontrarán más clientes en menos tiempo, teniendo así una mayor ventaja respecto a las demás empresas. Asistir a una feria internacional nos da la oportunidad de encontrarnos con compradores de todo el mundo, de tal manera que podemos expandir nuestro mercado.

Esta estrategia de promoción comercial es considerada un medio de comunicación muy importante, ya que es donde se reúne la mejor fuente de información del sector de forma presencial por lo que se puede intercambiar opiniones, tendencias, etc.

BENEFICIOS DE PARTICIPAR EN FERIAS:

- Contactar compradores y proveedores.
- Conocer los productos de las empresas competidoras.
- Conocer las tendencias del mercado, nuevos canales de distribución.
- Lograr ventas directas.
- Dar a conocer nuestro producto a más mercados.

La feria no se llevará a cabo este año, la fecha más próxima es el siguiente año 2021, por la cual sería una opción, secundaria para la presentación de nuestro producto en esta feria tan importante.

Tabla 32 Feria realizada en Chile

Feria	Fechas 2021	Dirección
	<p>28 de septiembre</p> <p>29 de septiembre</p> <p>30 de septiembre</p>	<p>Avda. El Salto</p> <p>5.000 Huechuraba,</p> <p>Santiago</p>

Elaboración propia

❖ RUEDA DE NEGOCIOS

Según la Cámara de Comercio de Lima (2020) las ruedas de negocios son reuniones de negocios que sostienen empresas nacionales con empresas extranjeras con el propósito de concretar negocios de exportación o importación.

Como parte de las estrategias de promoción de la empresa LEHT S.A.C, ésta también participará en ruedas de negocios. Principalmente en las reuniones organizadas en la misma feria internacional Espacio Food & Service en Chile y, asimismo, en las ruedas

organizadas por PROMPERU, en donde Chile se encuentre en modalidad de importador.

❖ AGREGADOS COMERCIALES

Generalmente, muchos países cuentan oficinas encargadas al soporte comercial a los exportadores. En el Perú estas oficinas son conocidas como las OCEX, oficinas de comercio exterior, las cuales son órganos desconcentrados del MINCETUR.

Oficina el OCEX
<ul style="list-style-type: none">• Contacto: Julio José Polanco Pérez• Teléfono: 56 2-27063567 / 27063560 / 56- 958797748• Dirección: Av. Los Militares 5001 Of. 801, Las Condes, Santiago de Chile.

Figura 18. Contacto de agregado comercial
Elaboración propia

❖ ENVÍO DE MUESTRAS

Se considera como estrategia de promoción el envío de muestras a potenciales clientes de la empresa en el mercado de destino, con el fin que puedan conocer más de cerca el producto en sabor, textura y aroma.

❖ VISITAS COMERCIALES

Con el fin de aprovechar al máximo la estadía en Chile por la participación en la feria internacional, se programará visitas a importadores y/o distribuidores del producto, con el fin de mejorar la relación comercial y coordinar cualquier proceso de comercialización del producto.

❖ ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL Y USO DE E-COMMERCE

Según Ministerio de comercio exterior y turismo (2016), El marketing digital es una estrategia básica para las empresas puedan lograr crecimiento, difusión y posicionamiento en el mercado.

Actualmente, los clientes potenciales se encuentran constantemente en el medio digital intercambiando información, lo que indica que el marketing digital es una potencial estrategia que se debe aprovechar. La empresa LEHT S.A.C. invertirá

fuertemente en marketing para alcanzar las ventas trazadas en los próximos años.

En la siguiente imagen se detallan algunas ventajas del marketing digital:



Figura 19. Ventajas del Marketing Digital
Fuente: MINCETUR

Es importante promocionar nuestro producto ya que es nuevo en el mercado, es un producto innovador, por ello necesitamos tener una promoción agresiva para que más personas, distribuidores conozca nuestro producto y más adelante distribuir mayor cantidad a Chile y otros mercados. Estos son algunas de las herramientas digitales que vamos a usar:

➤ La empresa LEHT S.A.C. se asociará a ADEX (Asociación de Exportadores), como socios tendremos beneficios como asesorías personalizadas, acceso a Data

Trade, defensoría del exportador, Asistir a ferias, ruedas de negocios y misiones comerciales, asesorías del departamento legal, Publicidad en revistas, descuento de feria Expoalimentaria, y pertenecer a la plataforma digital B2PERÚ, entre otras. La empresa LEHT S.A.C. va pagar S/ 250 soles mensuales por los ingresos obtenidos anualmente.

Los requisitos para afiliación:

- Copia de ficha RUC
- Copia de DNI representante legal
- Reporte tributario para terceros
- Contrato de afiliación. Ver anexo 9.

Tabla 35 Cuota de afiliación ADEX

Ingreso por Ventas Anuales Expresado en dólares	Categoría de pago	Cuota Mensual en soles
De 5000.001 a más	Primera	909.00
De 500,001 a 5000,001	Segunda	602.00
De 100,001 a 500,000	Tercera	406.00
De 50,000 a 100,001	Cuarta	250.00
De 0 a 50,000	Quinta	164.00

Fuente: ADEX

➤ La empresa LEHT S.A.C. también estamos pensando en inscribirnos a la plataforma de Perú Marketplace, es un canal gratuito que MINCETUR y PROMPERU pone a disposición para empresas exportadoras, te sería una herramienta de gran ayuda para dar a conocer nuestro producto, gracias a este plataforma tendremos visualización del producto en el buscador de Google, promoción a través de campañas de marketing, las OCEX, asesoramiento para

administrar nuestra tienda virtual y es gratuito pero esto va hacer después del año y medio de funcionamiento de la empresa, ya que es un requisito.

Requisitos que necesitas para estar en Perú Marketplace

- RUC y Clave SOL vigente.
- Tener dieciocho (18) meses como mínimo de tiempo de permanencia de la empresa en el mercado, desde su fundación.
- Ser una empresa exportadora.
- No tener deudas con PROMPERÚ.
- Tener una página web.
- Contar con un correo corporativo.
- Clasificación de riesgo positivo SBS.

➤ La empresa LEHT S.A.C. para promocionar nuestro producto de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas (aguaymanto y arándano), solicitaremos el uso de la Marca Perú, en los empaques y publicidad, esta estrategia nos ayudara a impulsar el producto, beneficia en la imagen de la empresa, la Marca Perú es conocida a nivel internacional.

REQUISITOS:

- Declaración jurada de cumplimiento de marco legal. Ver anexo 9.
- Copia simple de certificado de origen del producto.
- Inscripción vigente en el registro de signos distintivos de Indecopi o el registro equivalente del país donde se comercializa el producto.
- Contar con la habilitación Sanitaria.
- Contra con el registro sanitario de alimentos y bebidas.
- Contar con la autorización de uso de la denominación de origen emitida por INDECOPI.

➤ Para que la empresa LEHT S.A.C. más adelante nos afiliaremos a la Cámara de Comercio de Lima, puede ser en el segundo año ya que debemos tener 18 meses de funcionamiento, eso será evaluado por las ventas de la empresa.

Las condiciones para afiliarse a la CCL: Ser Empresario dedicado al comercio en general y aquellas personas que deseen acceder a los descuentos y/o promociones que brinda la Cámara de Comercio de Lima a sus asociados. Y como persona Jurídica estar Activo en SUNAT y facilitar copia del DNI del Representante legal:

Paso 1: Elegir paquete de beneficios De acuerdo a las ventas anuales de su empresa, identificará la inversión por su afiliación: Para concretar la afiliación deben cancelar la cuota de inscripción, más la cuota de afiliación. Cuota de Inscripción: S/. 100.00 (por única vez).

Tabla 36 Cuota de afiliación por ventas anuales

Tamaño de la empresa	Ventas anuales (en miles de s/.)	Cuota de afiliación (inversión anual s/.)
Grandes empresas	más de 40,000	5,016.00
Medianas empresas	de 20,001 a 40,000	3,324.00
Pequeñas empresas	de 10,001 a 20,000	2,484.00
Microempresas	de 3,501 a 10,000	2,064.00
Emprendedores	hasta 3,500	1,656.00

Fuente: Cámara de comercio de Lima

Paso 2: Registrar sus datos y firmar os formatos de afiliación:

Descargar formatos, completar información solicitada y debe ser firmada por el representante legal:

- Ficha de Ingreso de Asociado
- Constancia de Aceptación de Afiliación

Paso 3: Pago por afiliación – Canales para efectuar el pago

Paso 4: Registro como asociado y Generación de claves de acceso a nuestras plataformas.

- Enviar la documentación escaneada (Ficha de ingreso, Constancia de Aceptación, Sustento de pago, Copia de DNI del representante legal) vía e-mail, para proceder con el trámite y registro en nuestro sistema.
- En 3 días hábiles se le enviará un correo de aceptación como asociado, incluyendo su Código de Asociado y Claves de Acceso a nuestras plataformas.

❖ **CREACIÓN PÁGINA WEB**

La página web es la cara de nuestra empresa, la identidad digital. Es importante contar con una, ya que, genera formalidad de la empresa. Aquí, podemos brindar información del producto, pactar ventas, estar en contacto con el cliente las 24 horas. Una página web debe tener un diseño simple y efectivo; para no cansar al lector en la búsqueda y captar su visión.

La página web, es como tener una sucursal de la empresa abierta al público en general las 24 horas ofreciendo información importante a clientes potenciales que buscan satisfacer sus necesidades. La empresa LEHT S.A.C. contará con una página web, la cual tendrá las siguientes herramientas, que tienen por objetivo atraer la visión de los visitantes:

- Videos tutoriales que muestren información sobre el producto y los beneficios que tiene.
- Catálogo electrónico del producto.
- Secciones de contacto, suscripción email y consultas.
- Secciones de promociones.

Respecto a los beneficios de contar con una página web, se detallan a continuación:

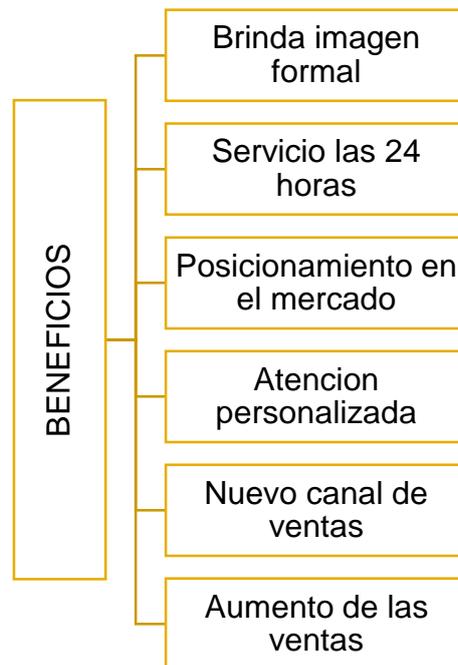


Figura 20. Beneficios de la Página Web
Elaboración: propia

❖ LINKEDIN EMPRESARIAL S.A.C.

Según (LinkedIn Corp. 2018), LinkedIn es la mayor red social profesional que existen actualmente y cuenta con más de 400 millones de profesionales activos. Es una red social de profesionales ya sea como independiente o en nombre de una empresa; donde se establecen conexiones con otros profesionales con la finalidad de contactar nuevos clientes, colaboradores, alianzas empresariales, búsqueda de empleo, selección de personal, entre otros. La empresa LEHT S.A.C. tendrá un

perfil de LinkedIn; el cual detallará la actividad que desarrolla y características del producto. A continuación, se presentan algunos beneficios del LinkedIn empresarial:

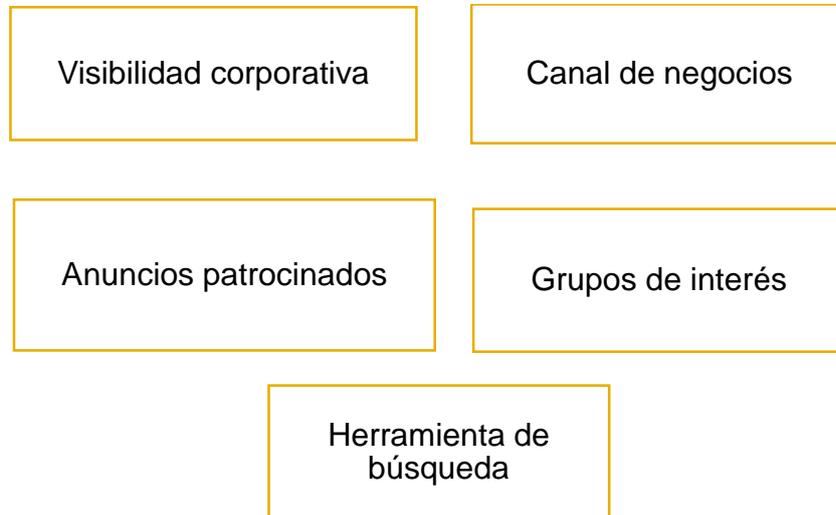


Figura 21. Beneficios de LinkedIn
Elaboración: propia

- **Visibilidad corporativa:** el tener una cuenta en LinkedIn ofrece la oportunidad de aparecer dentro de los principales resultados de búsqueda de Google.
- **Canal de negocios:** LinkedIn cuenta con su propia plataforma publicitaria, el cual cuenta con un público segmentado y con profesionales que tienen la capacidad de decisión de compra.
- **Anuncios patrocinados:** son proporcionados por la herramienta LinkedIn, donde se podrá crear y publicar anuncios en los perfiles de acuerdo a los criterios de segmentación determinada.
- **Grupos de interés:** se podrá contactar con personas o empresas interesadas en el mismo rubro, permitiendo el intercambio de conocimientos y la creación de contactos online.

- **Herramienta de búsqueda:** permite obtener información de los usuarios o empresas según el criterio de búsqueda establecido.

❖ GOOGLE ADWORD

Esta plataforma es ofrecida por Google con el propósito de realizar publicidad y atraer a visitantes a la página web para así aumentar las ventas. Este servicio busca crear anuncios que se mostrarán en las búsquedas que se hacen para buscar información relacionada al negocio que se realiza; es decir que cuando alguien busca en Google empleando una palabra clave en relación al negocio, el aviso aparecerá en la página de resultados. De este modo, diferentes usuarios a nivel mundial podrán encontrar a LEHT S.A.C. cuando busquen información sobre la actividad y/o producto que ofrece la empresa.

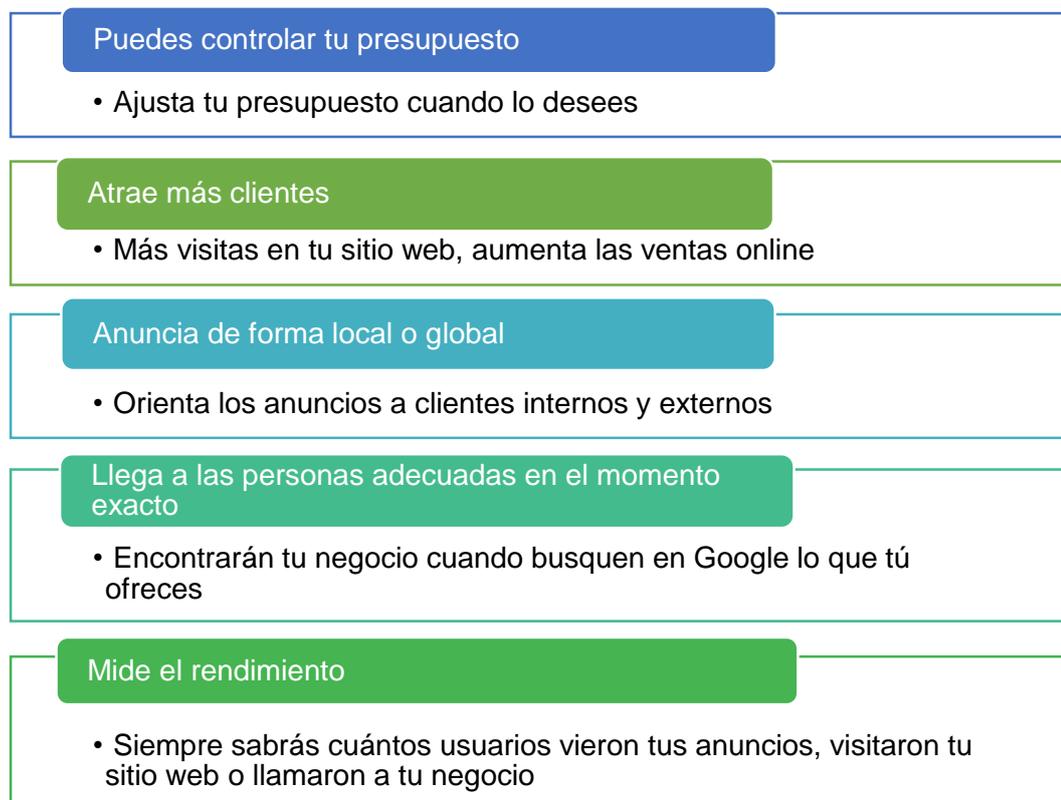


Figura 22. Beneficios de Google Adwords

Fuente: Google Adwords

Elaboración: propia

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes

La empresa LEHT S.A.C, va tener almacén, en un local de un familiar que nos está prestando el almacén para minimizar los costos. Para esto se muestra un proceso general desde la adquisición de la materia prima hasta el almacenaje del producto final.

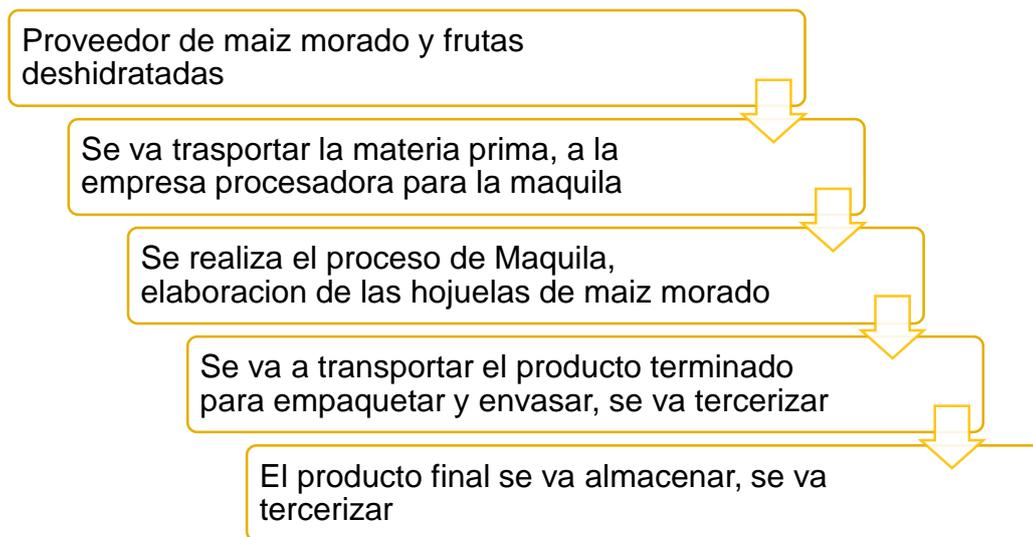


Figura 23. Proceso de adquisición hasta almacenaje
Elaboración: propia

IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Envase: LEHT S.A.C. presentará su producto, hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, el envase será una bolsa la cual va las hojuelas de maíz morado, para que se conserve crujiente y fresco. Asimismo, el envase contará con una alta densidad, para lograr la protección y conservación del contenido del producto en óptimas condiciones. Se emplea este material porque mantiene el producto conservado de la humedad y penetración del oxígeno, alargando su vida útil y conservando sus propiedades durante más tiempo.



Figura 24. Envase del producto
Elaboración propia

Empaque: Los envases de las hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas van dentro de una caja de hechas de cartón 100% reciclado, la cual facilita la comercialización e identifica las características y proporciona información del

producto. Además de ser práctico de usar y, con colores elegantes los cuales reflejarán una buena imagen ante el consumidor chileno.

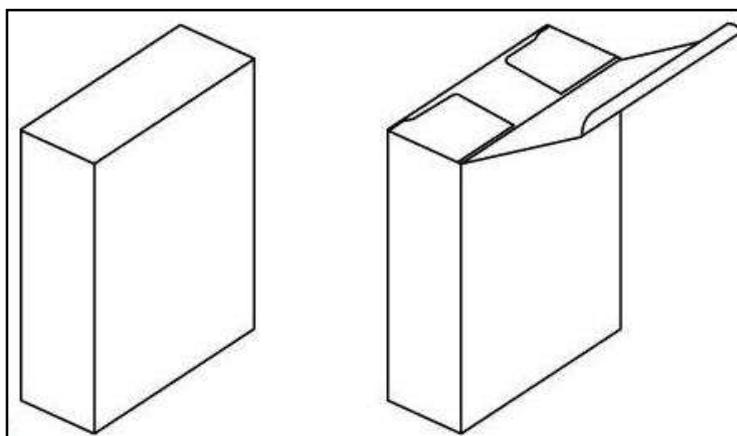


Figura 25. Empaque en blanco de nuestro producto
Elaboración propia

En la siguiente tabla se visualiza la especificación técnica del empaque, donde se describe las características de la caja:

Tabla 37 Medidas del Empaque del Producto

DETALLE	MEDIDA
Material	Cartón reciclado
Colores	Blanco, morado, verde y amarillo
Peso neto	300 gramos
Largo	19.5 cm
Altura	24 cm
Ancho	5.8 cm

Elaboración propia

Embalaje: En el caso del embalaje, este permite agrupar e integrar en cantidades iguales el producto, además de protegerlos y facilitar su manejo y manipulación. El empaque del producto se protegerá dentro de cajas master de material cartón

corrugado, el tipo de corrugado tendrá una sola onda tipo B con doble pared, el cual minimizará que ocurra algún el daño durante la distribución física del producto. Además, de ser 100% biodegradable, se adapta con facilidad a todos los medios de transporte (terrestre, marítimo o aéreo).

La caja master contendrá unidades del producto, como se detalla a continuación:

Tabla 38 Medidas del embalaje del producto

DETALLE	MEDIDA
Largo	40 cm
Ancho	60 cm
Altura	25 cm
N° de unidades por largo	2 unidades
N° de unidades por Ancho	10 unidades
Niveles	1 nivel
Peso neto por caja	6 kilos
Peso bruto por caja	7, 25 kilos

Fuente: Elaboración propia



Figura 26. Medidas del embalaje del producto
Elaboración propia

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

Según INDECOPI (2013), el rotulado es cualquier marbete, marca o cualquier materia gráfica o descriptiva que se haya impreso, marcado en relieve o adherido al producto, su envase o empaque y, el cual tiene como función informar al consumidor sobre las características del producto como su elaboración, manipulación, conservación, propiedades, entre otros. Asimismo, el rotulado facilita la identificación de cada paquete enviado por el exportador, a fin de ser identificados sin errores durante su transporte y manipuleo, logrando así que llegue en las mejores condiciones al destinatario en el mercado de destino.

De acuerdo a Santander Trade, (2018) las reglas de etiquetado y embalaje para productos exportados a Chile son los indicados en la siguiente tabla:

Tabla 39 Reglas para etiqueta y envasado en Chile

Regla	Descripción
Embalaje	Los embalajes deben ser suficientemente resistentes para soportar los ambientes meteorológicos (calor, humedad, etc.), el hurto y la manipulación. Con excepción de la cristalería y la porcelana, los productos no deben ser embalados en paja, heno u otra materia vegetal. Si se emplea este tipo de embalaje, se debe contar con certificados para asegurar que los materiales de embalaje fueron esterilizados y no contienen parásitos. Para el caso de embalajes de madera, deben ser tratados en conformidad con la norma ISPM 15.
Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado	Las etiquetas deben estar redactadas en español, pero se permite el uso de otros idiomas adicionales.

Unidades de medida autorizadas	Las medidas deben ser indicadas empleando el sistema métrico.
Marcado de origen "Hecho en"	El país de origen debe estar necesariamente descrito en el embalaje.
Normativa relativa al etiquetado	Los productos embalados deben indicar la calidad, pureza, ingredientes y mezclas, y el peso o medida netos del contenido. Los productos alimentarios importados que se encuentran enlatados o embalados deben contar con una etiqueta traducida al español de todos los ingredientes, incluyendo aditivos, fecha de fabricación y vencimiento, y nombre del productor o importador.
Reglamentos específicos	Existen reglas específicas para los alimentos enlatados, calzado, productos alimentarios, máquinas eléctricas, gas natural licuado y comprimido, plásticos, vinos, bebidas alcoholizadas, textiles, harina de trigo, detergentes e insecticidas agrícolas.

Fuente: Santander Trade, 2018
Elaboración: Propia

En Chile se publicó la nueva Ley de Etiquetado de Alimentos (Ley N° 20606), la cual entró en vigencia desde junio del 2016, esta ley impone que los alimentos envasados deben tener el rotulo que advierta a los consumidores sobre altos niveles de calorías, azúcares, sodio y/o grasas saturadas.

De acuerdo al Ministerio de Salud de Chile, (2015) el objetivo principal de la Ley de Etiquetado de Alimentos (Ley N° 20606) es proteger la salud de los consumidores chilenos, en especial de los niños incorporando un marco regulatorio que permita:

- Brindar información más clara y comprensible al consumidor mediante el sello de advertencia "ALTO EN", lo cual refiere a que el alimento tiene alto

nivel en sodio, grasas saturadas, o azúcares, y que supera los límites establecidos por el Ministerio de Salud chileno.

- Asegurar la oferta saludable de alimentos al interior de centros educativos, prohibiendo la venta, promoción o entrega gratuita de alimentos con composición nutricional que supere los límites establecidos por el Ministerio de Salud chileno.
- Proteger a los menores de catorce años de la sobrexposición a la publicidad de alimentos dañinos.

Cabe señalar que esta ley establece límites de nutrientes por cien gramos o cien mililitros, ya que permite observar la esencia de los alimentos en sí mismo y resulta más fácil distinguir los alimentos con mejor calidad nutricional. A continuación, se muestra la señalización que deben tener las etiquetas según el tipo de alimento:



Figura 27. Sellos ALTO EN
Fuente: Ministerio de Salud de Chile, 2017

Como se observa en la figura precedente, los alimentos con contenidos altos en azúcares, grasas saturadas, sodio y calorías deben contar con una etiqueta negra indicando “ALTO EN”.

El 27 de junio de 2019 entro en vigencia la tercera etapa de la Ley de Alimentos 20.606, La ley expresa que los productores de alimentos deben entregar

información clara y comprensible al consumidor por medio de sellos de advertencia “ALTO EN” en la parte frontal de etiquetas, indican cuando un producto tiene adición de sodio, grasas saturadas o azúcares, que superan los límites establecidos por el Ministerio de Salud para esos nutrientes.



Figura 28. Límite de Alimentos sólidos
Fuente: Ministerio de Salud de Chile, 2019

Adicionalmente, según SIICEX, (2016) el reglamento de rotulación de productos alimenticios envasados, en su artículo N° 107 menciona sobre la información que debe contar la etiqueta o rótulo de los alimentos:

Nombre del alimento	contenido neto	Pais de origen	Número y fecha de la resolución
Fecha de elaboración o envasado del producto	Fecha de vencimiento	Ingredientes	Aditivos

Figura 29. Información que debe tener la etiqueta
Elaboración Propia

- **Nombre del alimento:** El nombre del producto deberá indicar la real naturaleza del alimento en forma concreta. Sin perjuicio del nombre podrá mencionarse su marca comercial. Cerca al nombre deberá aparecer frases o palabras adicionales necesarias para impedir que se induzca a error o engaño sobre la naturaleza y condición física real del alimento, que contienen pero que no se limitan al tipo o medio de cobertura, a la forma de presentación o al tipo de procedimiento al que haya sido sometido.
- **Contenido neto:** Deberá ser indicado en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional, usando el símbolo de la unidad o la palabra completa. Ningún término de significado ambiguo podrá acompañar a los valores del contenido neto.
- **País de origen:** Deberá mencionarse claramente en productos nacionales como de otros países, según las normas de regulación fijadas por el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción de Chile.
- **Número y fecha de la resolución:** Además del nombre del servicio de salud que autoriza el establecimiento que elabora o envasa el producto.
- **Fecha de elaboración o fecha de envasado del producto:** El cual deberá ser claro y se mostrado en un lugar de fácil localización en el envase y se mostrará en la forma y orden siguiente:
 - ✓ el día, usando dos dígitos
 - ✓ el mes, usando dos dígitos o las tres primeras
 - ✓ letras del mes, y
 - ✓ el año, empleando los dos últimos dígitos.

En aquellos productos cuya duración sea menor o igual a 90 días, se podrá excluir el año. En productos con duración mínima sea igual o mayor a tres meses, podrá excluir el día. La industria podrá identificar la fecha de fabricación con la clave correspondiente al lote de producción. En este caso los registros de esta última tendrán que estar disponibles en cualquier ocasión para la autoridad sanitaria.

- **Fecha de vencimiento o plazo de duración del producto:** Deberá indicarse en un lugar de fácil visualización para el consumidor. Esta se indicará en la forma y orden determinado para la fecha de elaboración. El plazo de duración se mostrará en términos de días o meses o años, como corresponda, empleando siempre unidades enteras, de no tratarse de un producto con "duración indefinida", en cuyo caso deberá consignarse dicha expresión.
- **Ingredientes:** En el rotulo del envase deberá mencionarse todos los ingredientes y aditivos del producto con sus nombres específicos, en orden decreciente de proporciones, con excepción de los saborizantes/aromatizantes, según lo establecido en el artículo 136 del reglamento chileno. En caso de algún alimento, ingrediente o derivado sea o tenga algún causante de hipersensibilidad (alérgenos alimentarios) reconocidos oficialmente por resolución del Ministerio de Salud de Chile, el o los alérgenos deberán incluirse en la lista de ingredientes, con tamaño de letra igual o mayor a las letras de los ingredientes generales, o empleando el título "Contiene..." u otro equivalente.

- **Aditivos:** Deberá mencionarse en el rótulo la presencia de algún aditivo con sus nombres específicos, en orden decreciente de concentraciones. Asimismo, se deberá señalar en la lista de ingredientes todo aditivo alimentario que se haya usado en las materias primas y otros ingredientes de un alimento.
- **Instrucciones para su uso:** El rotulo deberá indicar las instrucciones necesarias sobre la forma de uso del producto incluyendo la reconstitución, de ser el caso, para certificar el uso correcto del alimento.
- **En el caso de los productos importados:** Se deberá indicar el nombre y dirección del importador; es obligatorio para el importador tener un registro de todas las partidas internadas al país, por un periodo de por lo menos 90 días luego de la fecha de vencimiento o del plazo de duración del producto, como corresponda. En cuanto a los alimentos con duración indefinida tendrán que mantener el registro, durante tres años como mínimo. Este registro deberá contener los antecedentes de la destinación aduanera, antecedentes sanitarios del producto, la permisión de uso y consumo, las claves de los lotes de producción o fechas de elaboración, la fecha de vencimiento, país de origen, tipo de producto, marca comercial, nombre del proveedor extranjero y estará, siempre, a disposición de la Autoridad Sanitaria.
- **Valor energético o energía expresada en calorías (unidad de expresión kcal):** Las cantidades de proteínas, grasas totales, hidratos de carbono presentes o carbohidratos disponibles y azúcares totales, en gramos y el sodio en miligramos. En el caso de productos los cuales el contenido total de grasa

sea igual o mayor a 3 gramos por porción de consumo normal, deberán indicarse aparte de la grasa total, las cantidades de ácidos grasos saturados, mono insaturados, poliinsaturados y ácidos grasos convertidos en gramos y el colesterol en miligramos.

- **La cantidad de cualquier otro nutriente o factor alimentario:** Deberán expresarse por 100 g o 100 ml y por porción de consumo normal del alimento. Además, se señalará el número de porciones que contiene el envase y el tamaño de la porción en gramos o mililitros y en medidas caseras.

A continuación, se presenta una imagen referencial de la etiqueta de las hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas (aguaymanto y arándano) elaborado por la empresa LEHT S.A.C., la cual cumple con lo detallado del artículo Nro. 15 del Reglamento de rotulado de productos alimenticios en Chile, como información sobre ingredientes, información nutricional, valor energético, grasa total todos expresados en gramos. Además, por ser un producto 100% orgánico, sin azúcar añadida, ni gluten, es un producto alto en calorías, por las calorías de las frutas deshidratadas y el maíz. No tiene octógonos de alto en azúcar, en sodio y grasas saturadas, es una gran ventaja para nosotras ya que cada vez más personas están buscando productos libres de octógonos.

“Lo que estamos viendo es que las personas están tomando decisiones evaluando esta imagen, el octágono puesto en las partes frontales de los alimentos, y eso es muy importante”, señaló la Ministra de Salud, Chile. Agregó que esta ley ayuda a “que las personas puedan tomar mejores decisiones de compra”, y facilita que decidan sobre “qué y cómo comer, y qué quieren para el

futuro de sus hijos, en un contexto de alta prevalencia de obesidad y sobrepeso” en nuestra población."

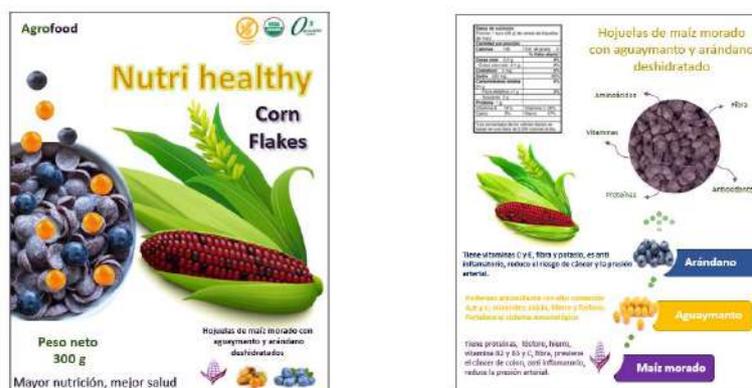


Figura 30. Imagen referencial de las hojuelas de maíz morado. Elaboración propia

Tabla 40 Información de etiqueta

INFORMACIÓN	DETALLE
Nombre del producto	Nutri healtly
Lista de ingredientes	Maíz morado, aguaymanto y arándano deshidratados orgánicos.
Peso neto	300 gramos
Número de registro sanitario	N8509409N/NAVNT
Condiciones de almacenamiento	Conserve en lugar fresco y seco.
Nombre empresa que produce	Ecoandino S.A.C. AV. Progreso n°750 Sector 2, Concepción Junín – Perú
Datos de la empresa que exporta	LEHT S.A.C.
Tipo de uso	Alimenticio
País de producción	Perú
Fecha de producción	Noviembre 2020
Fecha de vencimiento	Noviembre 2021

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Diseño del mercado

El mercado del bulto es de suma importancia en la información del producto, ya que se indica información exacta del exportador e importador, facilitando la localización

por sus descripciones y cantidades físicas durante su manipulación por parte de las autoridades aduaneras para la entrega en destino al importador. Durante el transporte de mercaderías, se consideran los siguientes tipos de marcado:

Marcas estándar o de expedición: Este tipo de marcado contiene básicamente información sobre el importador del producto, destino, número de bultos, etc.:

- ✓ Importador: Distribuidora Palmas
- ✓ Dirección: Av. Joaquín Rodríguez 2170, Macul, Santiago, RM, Chile.
- ✓ Puerto de descarga: San Antonio - Chile
- ✓ N° de bultos: 1/ 125

Marcas informativas: Incluirán información adicional del producto como país de origen, puerto de salida, puerto de entrada, pesos, dimensiones de bultos, etc. Cabe mencionar que deben estar separadas por las marcas de expedición.

- ✓ Exportador: LEHT S.A.C.
- ✓ Dirección: Ate, 124, Calle Simon Bolívar.
- ✓ Puerto de embarque: Callao - Perú.
- ✓ País de origen: Perú
- ✓ N° de bultos: 125 U.
- ✓ Peso neto: 6 kg.
- ✓ Peso bruto: 7.25 kg.
- ✓ Dimensiones de la caja: 40 cm x 60 cm x 25 cm

Marcas de manipuleo: Se conocen como marcas de manipuleo a los símbolos o instrucciones internacionales llamados pictogramas, relacionada a la manipulación de los embalajes. Mediante el uso de pictogramas se busca informar de forma abreviada sobre el manipuleo y transporte de la carga. A continuación, se muestran algunas marcas de manipuleo adecuadas que llevarán las cajas y paletas:



Figura 31. Pictogramas para caja y paletas
Fuente: Google imágenes

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La unitarización consiste en el proceso de ordenar y preparar la mercancía en unidades de carga con la finalidad de facilitar durante su manipulación y transporte, para ello se realiza la agrupación de uno o más ítems en unidades superiores de carga que deben mantener toda su integridad sin danos durante su traslado. (*EAE Business School, 2017*).

Paletización: Nuestro producto se clasifica como carga perecible, ya que, es un producto alimenticio. El tipo de embalaje de nuestro producto serán las paletas de madera (pallets). Entre las ventajas más representativas de los pallets está el ahorro de tiempo al momento de la carga y descarga del producto, mayor aprovechamiento del espacio de almacenamiento y la protección de la mercancía. Las medidas del pallet americano son de 1200 x 1000 mm, tiene un peso aproximado de 25 kg y es capaz de soportar cargas dinámicas de alrededor de 1200 kg.

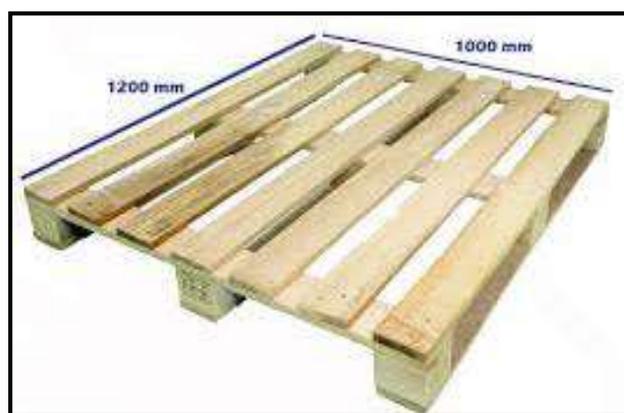


Figura 32. Medidas de la paleta
Fuente: Google (imágenes)

Este tipo de embalaje es el más utilizado en el comercio internacional. Con la finalidad de reducir el riesgo de introducción o dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera se elaboró la NIMF 15, esta norma fue creada por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria.

Según (FAO, 2015), luego de realizarse el tratamiento correspondiente con el embalaje de madera, se deberá exhibir una marca específica. Dicha marca es reconocida a nivel mundial y no especifica un idioma en particular; además, facilita la verificación durante la inspección en los puntos de ingreso. En conclusión, esta marca significa que las paletas han pasado por un tratamiento riguroso y están libres de hongos o plagas. Esta marca o sello es otorgado por SENASA mediante el cumplimiento de la Norma Internacional para Medidas Internacionales.

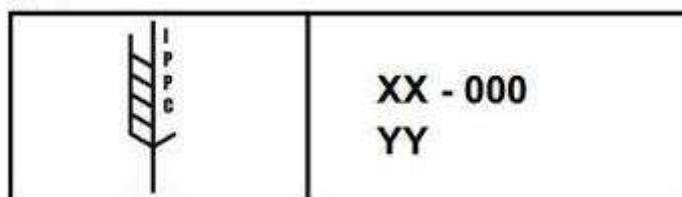


Figura 33. Logotipo de tratamiento de pallet
Fuente: PROMPERU

DONDE:

- ✓ El signo de la izquierda representa el símbolo de la Convención Internacional de protección Fitosanitarias (*Internacional Plant Protection Convention IPPC*).
- ✓ XX representa al código del país donde fue tratada la madera según la ISO (PE para Perú).
- ✓ 000 es el número del productor del embalaje asignado por SENASA.
- ✓ YY indica el tratamiento al embalaje utilizado (tratamiento térmico =HT, fumigación con Bromuro de Metilo =MB).

La empresa LEHT S.A.C. contará con paletas que cumplan con la norma NIMF15.

La distribución de las cajas corrugadas en el pallet será de 5 cajas por cama en cada pallet.



$$\begin{array}{l} \text{Área por paleta} = 120 \times 100 = 5 \text{ cajas por cama} \\ \text{Área de la caja} \quad 40 \times 60 \end{array}$$

Figura 34. Embalaje de pallet
Elaboración propia

Asimismo, se empleará cinta adhesiva, también conocida como “Stretch Film”, que es una lámina de plástico extensible con condiciones de estiramiento y contracción, el cual cumple la función de agrupación e inmovilización de las cajas ubicadas en la paleta para así proteger el producto durante su almacenaje y transporte.

En figura siguiente, se observa como ejemplo de paletización con “Stretch Film”, el cual además de brindar la protección del producto, tiene las funciones de agilización de procesos en la cadena logística.



Figura 35. Ejemplo de paletización con stretch film
Fuente: Google (imágenes)

Para la exportación a la región Metropolitana en Chile, se cotizó el envío 125 cajas corrugadas donde cada una cuenta con 20 unidades del producto, en 4 paletas (LCL), vía transporte marítimo. En la siguiente tabla, detalla información sobre las características de empaque, embalaje para la unitarización de carga:

Tabla 41 Medidas para caja master y pallet

REPRESENTACIÓN GRÁFICA	CARACTERÍSTICAS
	EMPAQUE Y EMBALAJE
	Caja master de cartón corrugado con una sola onda tipo B doble pared
	Medida de 40 cm x 60 cm x 25 cm
	Cantidad de unidades por caja: 20 unidades
	Peso neto por caja: 6 kg.
	Peso bruto por caja: 7,25 Kg.

	UNITARIZACIÓN	
	Pallet de madera tipo americano	
	Medida: 120 cm x 100 cm x 12.5 cm	
	Numero de paletas: 2 pallet	
	Cajas por pallet: 40 cajas	
	Total, de unidades por pallet: 800 unidades	
	Peso neto por paletas: 240 kg.	
	Peso bruto por paleta: 290 kg	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 41, por pallet se transportará un total de 800 unidades del producto, 125 cajas master, con 20 unidades cada uno, con un peso bruto de 906.25 kg.

En la siguiente Tabla, se muestra la unitarización de los productos en cajas, pallets y embarques por año:

Tabla 42 Unitarización del producto

MEDIDAS DEL EMPAQUE		
largo	19,5	Centímetros
ancho	5.8	Centímetros

Altura	24	Centímetros
Peso neto por envase	300	Gramos
CAJA		
Medidas de caja	40x60x25	Centímetros
Largo	40	Centímetros
Ancho	60	Centímetros
Altura	25	Centímetros
N° de unidades por Ancho de caja	10	Unidades
N° de unidades por largo de caja	2	Unidades
Niveles	1	Nivel
Numero de envases por caja	20	Unidades
Peso neto por caja	6	Kilogramos
Peso bruto por caja	7,25	Kilogramos
PALETA		
Ancho	100	Centímetros
largo	120	Centímetros
N° de unidades por Ancho de paleta	3	Cajas
N° de unidades por largo de paleta	2	Cajas
Niveles de caja	8	Niveles
Total de cajas por paleta	40	Cajas
Total de unidades por paleta	800	Unidades
Peso neto por paleta	240	Kilogramos
Peso bruto por paletas	290	Kilogramos
N° de paletas por embarque	4	Paletas
N° de unidades por embarque	2500	Unidades
N° de cajas por embarque	125	Cajas
Peso neto por embarque	750	kilogramos
Peso bruto por embarque	906.25	Kilogramos
N° de envíos año	6	Envíos

Nro. de unidades anuales	15,000	Unidades
N° de cajas anuales	750	Cajas
Peso neto anual	4,500	Kilogramos
Peso bruto anual	5437.5	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia

4.4. Cadena de DFI de exportación

La distribución física internacional son todas aquellas operaciones necesarias para el transporte de mercancía de un punto de origen a un punto de destino. Por medio de la cadena de DFI se podrá identificar la mejor opción para transportar la mercadería desde el local de la empresa ubicado en Lima, Perú hasta Valparaíso, Chile, empleando el menor tiempo y costo posible.

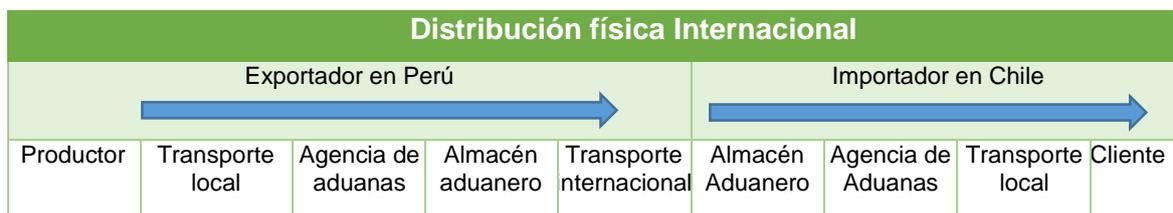


Figura 36. Distribución física internacional del producto
Elaboración propia

4.4.1. Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura

Insumos: Se detalla los principales proveedores de la empresa LEHT S.A.C. para compra de materia prima, proceso de maquila y envasado:

Tabla 43 Empresas proveedoras de LEHT S.A.C.

Logo / Certificaciones	Empresa	R.U.C.	Dirección	Servicio
	Ecoandino SAC	20419184111	Av. Progreso N° 750 Sector 2, Concepción, Junín	Proveedor y maquila integral
				
	INGRENAT S.A.C	20603008848	Av. Paseo de la Republica 1665 Chorrillos, Lima – Perú	Proveedor
				

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Establecer estrategias de suministro

La cadena de suministro es una cadena de procesos involucrados en la satisfacción de las necesidades del cliente, la cual empieza desde la obtención de materia prima, pasando por el proceso de elaboración o transformación, se dirige hacia el almacén y posterior la distribución. Para esto la empresa LEHT S.A.C. realizará la evaluación y selección de sus principales proveedores empleando criterios de evaluación.

A continuación, se detalla la evaluación de tres empresas proveedoras de materia prima:

Tabla 44 Criterios para la selección de la empresa proveedora de materia prima

CRITERIOS	ECOANDINO SAC	NATURE PERUVIAN	SIAGRO EXPORT SAC
Precio (kg)	10.59	12.00	11.00
Costo flete	bajo	bajo	Bajo
Experiencia	alta	alta	medio
Puntualidad	Muy buena	buena	buena
Capacidad suministro	20 TN	20TN	15TN
Certificaciones	 	 	 
Logo			

Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 44, se determinó que la mejor y primera opción como proveedor de materia prima es la empresa Ecoandino S.A.C., porque es una empresa con experiencia, dedicada a productos e insumos 100% orgánicos.

Tabla 45 Criterios de selección de la Empresa de servicio de maquila

CRITERIOS	ECOANDINO SAC	SOLUCIONES Y SERVICIO KATY S.A.C	SYB CEREALS S.R.L
Precio (kg)	2.00	2.00	2.50
Ubicación de planta	Junín- Lima	Lima	Lima
Experiencia	Alta	Medio	Alta
Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena
Certificación orgánica	SI	NO	NO

Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 45, se determinó que la mejor y primera opción como maquila es la empresa Ecoandino S.A.C., porque es una empresa con experiencia y realiza maquila integral, haciéndose cargo del producto final hasta la entrega en el almacén y porque cuenta con todas las certificaciones exigidas.

En tercer lugar, se realizará la selección de la empresa proveedora de cartón corrugado, para ello se empleará los siguientes criterios de selección:

Tabla 46 Criterios de selección de la Empresa de servicio de cartón corrugado

CRITERIOS	ECOANDINO SAC	KEINGRAF SAC	DISTRIPACK S.A.C	FAENCAR S.R.L
Precio (kg)	2.00	2.00	2.99	2.50
Ubicación de planta	Junín	Lima	Lima	Lima
Experiencia	Alta	Media	Alta	Media
Puntualidad	Buena	buenas	buenas	buenas

Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 46, se determinó que la mejor y primera opción como maquila es la empresa Ecoandino S.A.C., como se menciona en la tabla anterior, porque es una realiza maquila integral, haciéndose cargo de la producción, impresión de la caja y envasado y embalaje en la caja master.

Suministro de materia prima y maquila integral: Se firmará un contrato con vigencia de un año con la empresa proveedora de materia prima, Ecoandino S.A.C., quien nos abastecerá de insumos para 06 envíos por año. Las condiciones de pago se manejarán según el precio del mercado para la venta al por mayor. La empresa Ecoandino S.A.C tendrá como responsabilidad la entrega la materia prima de maíz morado orgánico, aguaymanto y arándano deshidratado y realizará la producción de las hojuelas para desayuno y el servicio de envasado y embalaje. Al finalizar

enviara a Lima el producto final haciéndose cargo completamente hasta llegar al almacén para su distribución.

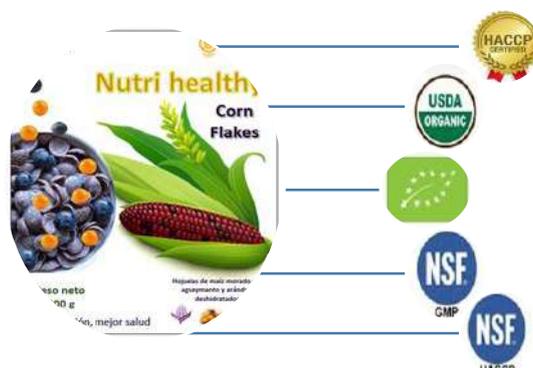


Figura 37. Para la elaboración cuenta con los certificados solicitados

Proceso Productivo: Está basado en las dos estrategias principales de fabricación de copos o extrusión (creación de formas). Para ambos el grano se limpia y si es necesario, se muele para retirar la cáscara antes del proceso de cocinado. Cuando se trata de los cereales integrales, las capas fibrosas exteriores del grano se dejan intactas.

- En el caso de los cereales en copos, el grano de cereal se aplana entre dos rodillos, generando el laminado del grano. Se añade cualquier ingrediente adicional, además de vitaminas y minerales, y se hornea y se seca el grano para que quede crujiente.
- En el caso de los cereales extorsionados, se muele el grano para hacer harina y luego ésta se mezcla con cualquier otro ingrediente y agua para formar una pasta. A continuación, se da forma a la pasta con un extrusor y se hornea. De forma similar a los copos de cereales, los cereales con forma

específica pasan por un proceso de secado para aportarles su textura crujiente.

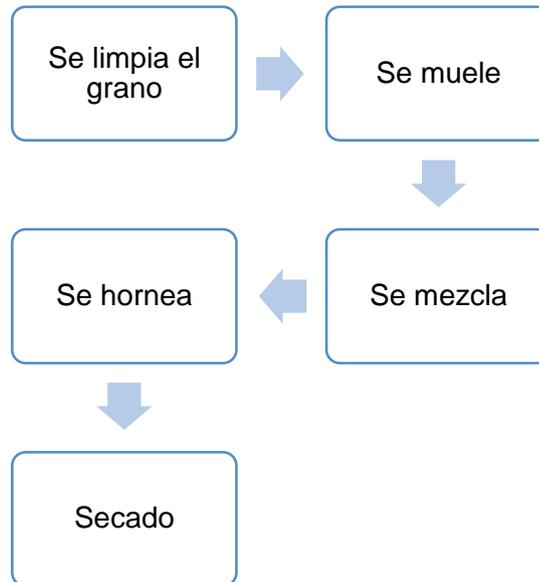


Figura 38. Proceso de fabricación
Fuente: KELLOGS

A continuación, se detalla el flujo productivo de las hojuelas de maíz morado con aguaymanto y arándano deshidratado:

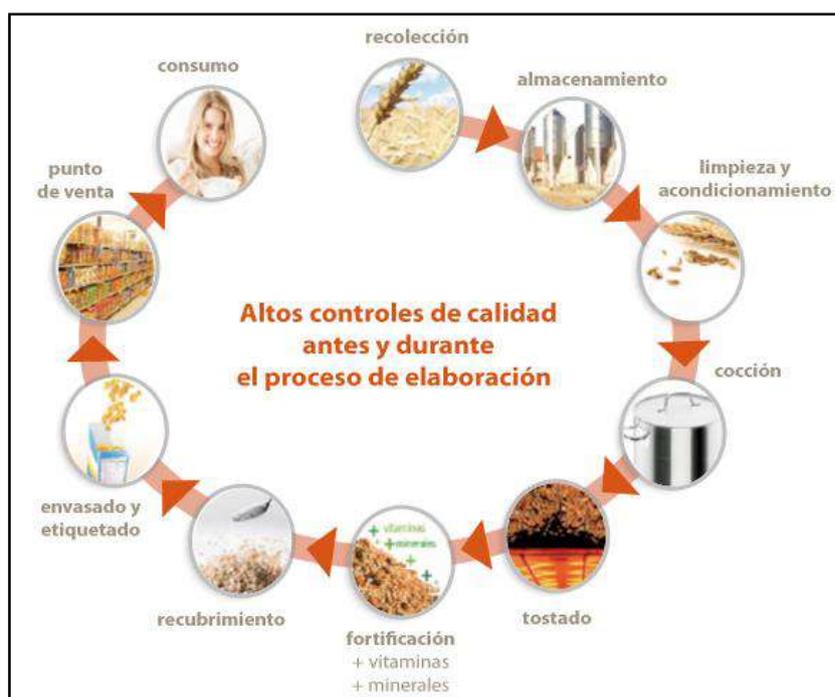


Figura 39. Proceso de elaboración de las hojuelas de maíz morado
Elaboración: Asociación de cereales

4.4.3. Requisitos de acceso al mercado objetivo

A continuación, se indica las principales instituciones relacionadas con la exportación del producto y su importación para el caso del mercado de destino:

Tabla 47 Requisitos en origen y destino

MERCADO DE ORIGEN – PERÚ	
Entidad	Función
Dirección general de salud ambiental - DIGESA	Norma y evalúa el proceso de salud ambiental, los factores de riesgos químicos y biológicos externos, además de la inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano elaborados en el país o en el exterior.
Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria - SUNAT	Recaudador de impuestos y administrador de la actividad aduanera. Implementa, inspecciona y controla la política aduanera nacional y el tráfico de internacional de mercancías, personas y medios de transporte para facilitar el comercio

	internacional y el cumplimiento de convenios y tratados internacionales.
Cámara de Comercio de Lima CCL, Asociación de exportadores - ADEX, Sociedad nacional de industria - SNI	Existen gremios empresariales autorizados por el MINCETUR para evaluar y certificar el cumplimiento de normas de origen o régimen de preferencia invocado, para posteriormente expedir el certificado de origen. Para el caso de la empresa LEHT S.A.C., que exportará hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas al mercado chileno, el producto cuenta con aranceles liberados por lo que significa que, al tramitar y presentar el certificado de origen, la empresa evita el pago de derechos arancelarios.
MERCADO DE DESTINO – CHILE	
Servicio Nacional de Aduanas SNA	Es un organismo autónomo relacionado con el poder ejecutivo, el cual tiene como función principal fiscalizar las operaciones de exportación e importación recaudando los derechos e impuestos que estas vinculan.
Ministerio de Salud	Organismo a cargo de regular la entrada de productos alimenticios al mercado chileno, mediante normas aplicadas a la producción, elaboración, envase, etiquetado, distribución y venta.
Servicio Nacional del Consumidor - SERNAC	Entidad encargada de la protección del consumidor chileno. Como principales funciones es regular el derecho del consumidor en contar con información completa y veraz sobre bienes y servicios como su precio, garantía, condiciones de contratación, etc. Asimismo, regula la publicidad engañosa.

Fuente: DIGESA, SUNAT, SERNAC, SNA
Elaboración propia

- ❖ Requisitos sanitarios: El producto es regulado por DIGESA, debido al tipo de representación garantizando su inocuidad antes o después de haber sido cerrado herméticamente.

Ventanilla Única de comercio (VUCE):

- Inscripción o Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano PRODUCTO NACIONAL (9.87% UIT)
 - Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborados en el país. (1.79% UIT)
 - Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano. (1.79% UIT). Se debe adjuntar el informe de análisis físico químico y microbiológico acreditado ante el INACAL
-
- ❖ LMR (Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas): es la concentración máxima de residuos de un plaguicida (expresada en mg/kg) permitida en productos alimenticios para consumo humano, en la superficie o su parte interna, según corresponda. Los LMR se basan en datos de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y tienen por objeto lograr que los alimentos derivados de productos básicos que se ajustan a los respectivos LMR sean toxicológicamente aceptables.
 - ❖ Habilitación Sanitaria y la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP.
 - ❖ Etiquetado (Reglamento sanitario de los reglamentos).

DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN:

- Factura comercial: Es un documento de venta en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Se detalla la información del exportador y del importador, número y fecha de emisión del documento,

descripción completa del producto, unidades comerciales, precio unitario, valor unitario y total, país origen, puerto de embarque y descarga, INCOTERM.

- Lista de empaque (Packing List): Conocido también como lista de contenido, es un documento de control que detalla bultos, cajas, paquetes pesos, cubicaje, número de contenedores si fuera el caso de la mercadería. Además, se muestra información del importador y exportador.
- Certificado de origen: Es el documento mediante el cual el productor final o el exportador declaran bajo juramento que la mercancía que se va a exportar ha cumplido con todas las exigencias que para su elaboración constituyen las normas de origen del acuerdo comercial. La emisión del documento beneficia al importador con las preferencias arancelarias.
- Guía marítima: Es el documento por medio del cual se confirma que las mercancías fueron recepcionadas en el medio de transporte requerido, este documento está firmado por el medio de transporte y actúa como título de propiedad a la recepción de la carga en el lugar de destino contra la presentación de una copia endosada a favor del importador o banco de mismo en caso se trabaje con carta de crédito.
- Norma Internacional para la Protección Fitosanitaria: Diseñada y aprobada por la convención Internacional de Protección fitosanitaria (CIPF). La norma determina que las tarimas y embalajes de madera deben someterse a tratamientos térmicos para impedir el alojamiento de plagas.

4.4.4. Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones

- **Aspectos de calidad:** LEHT S.A.C. cumplirá con los requisitos de calidad necesarios para el producto, para esto asegurara que el proceso de producción, del cual estará a cargo la empresa maquiladora, cumpla con los mínimos estándares de calidad los cuales estarán estipulados en el contrato entre ambas partes.
- **Requisitos microbiológicos:** la norma sanitaria establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas para el consumo humano. Esta norma es obligatoria en territorio nacional y fue establecida con la finalidad de garantizar la seguridad sanitaria de productos para consumo humano sea en su estado natural, elaborados o procesados. (DIGESA, 2003).
- **Buenas prácticas de manufactura (BPM):** son el conjunto de procedimientos obligatorios de higiene y manipulación, que intervienen costumbres, hábitos y actitudes para una producción higiénica y obtención de alimentos saludables e inocuos. Este procedimiento forma parte de un sistema de calidad alimentaria, el cual se aplica en toda la cadena de producción de alimentos desde la recepción de la materia prima hasta la distribución. Con la utilización las BPM la empresa tendrá beneficios como óptimos procedimientos en la producción de alimentos, reducción de posibles reclamos o devoluciones, aumento de la competitividad y productividad de la empresa, además de reducción de costos y ahorro en

recursos. Cabe mencionar que las BPM son un requisito para la implementación del sistema HACCP.

- **Sistema de análisis de peligro y puntos críticos de control (HACCP):** según la FAO, (1997) el sistema HACCP permite identificar peligros específicos y tomar medidas de control para garantizar la inocuidad de alimentos; asimismo, permite evaluar peligros y establece sistemas de control centrados en prevenir en lugar de basarse en el ensayo del producto final. Este instrumento puede aplicarse en toda la cadena alimentaria y debe basarse en aplicar pruebas científicas de peligro para la salud humana. Cabe señalar que la empresa encargada del proceso productivos de las hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, la empresa Ecoandino S.A.C, cuenta con la certificación HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Points*) para evitar la contaminación alimentaria, la cual garantiza la seguridad en los alimentos.
- **Aspectos de trazabilidad:** la trazabilidad consiste en el conjunto de medidas y procedimientos los cuales permiten identificar cada producto desde su origen, en su producción, hasta su destino final, el punto de venta donde sea colocado. La trazabilidad proporciona una mayor eficiencia en el proceso de producción, menor costo ante fallos y un mejor servicio para el cliente final. Para la empresa LEHT S.A.C, solicitará la emisión del certificado de trazabilidad a GS1 Perú, en caso el cliente lo solicite.

4.4.5. Determinación de la vía de embarque:

Para determinar la vía de embarque del producto (hojuelas de maíz morado) se realizará la evaluación de los siguientes aspectos:

- ✓ Costo del flete
- ✓ Disponibilidad de salidas
- ✓ Restricciones de carga
- ✓ Tiempo de tránsito
- ✓ Manipuleo seguro

Para la exportación de las hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, se realizará por vía marítima, de acuerdo con los criterios establecidos. Se escogió esta vía Marítima porque es menos costosa, a parte Chile es un país cercano, así que no habrá problemas de tiempo de envío.

4.4.6. Determinación del operador logístico

Luego de establecer la vía de transporte de la mercancía de la empresa LEHT S.A.C., se procederá con la búsqueda del operador logístico, para lo cual se considerarán los siguientes aspectos:

- ✓ Experiencia en operaciones de comercio exterior
- ✓ Costos
- ✓ Disponibilidad inmediata en casos de emergencia y eventuales que se puedan presentar

Para la selección del operador logístico se evaluó a 03 empresas en base a los aspectos previamente indicados:

Tabla 48 Criterios para la selección del operador logístico

CRITERIOS	AMERICA LOGÍSTICA GROUP	CAP. LOGISTIC	CHOICE CARGO
Experiencia	Alta	Alta	Alta
Costo	Medio	Medio	Medio
disponibilidad	alta	Medio	Medio
Seguridad del transporte	Muy buena	Muy buena	bueno
			

Elaboración propia

Como vemos en la tabla 48 colocamos tres operadores logísticos que nos va ayudar para el transporte hasta el puerto y el despacho aduanero, un operador integral por ello trabajaremos con la empresa Choice Cargo.

4.4.7. Técnicas de cuantificación de demora

se presenta la cuantificación de demora de la logística integral para la empresa LEHT S.A.C., considerando desde la compra de materia prima hasta el transporte internacional. En cuanto al transporte marítimo, este depende de la salida de la nave hacia el puerto de Valparaíso en Chile. Generalmente las naves zarpan cada 7 días y demoran entre 3 a 4 días, dependiendo la línea naviera. Un punto importante de considerar es que, al ser la primera exportación, la mercadería podría estar sujeta a la asignación del canal rojo, por lo que pasará el proceso de aforo por la aduana chilena, proceso que tomará entre 1 o 2 días.

Tabla 49 Técnicas de cuantificación de demora

CRITERIOS	DÍAS – HORAS
Pedido y llegada de materia prima: <ul style="list-style-type: none"> • Junín – maíz morado • Aguaymanto- Ayacucho y Huancayo • Arándano- Ancash 	1 – 2 días
Maquila integral	3-4 días
Entrega de producto final al almacén desde Junín a Lima	9 – 10 horas
Desde almacén a Despacho aduanero	2 horas
Despacho aduanero	1-3 días
Almacén a la naviera	1-2 días
Transito marítimo Puerto Callao- San Antonio	3- 4 días

Elaboración propia

4.5. Seguro de las mercancías

Su principal objetivo es proteger las mercancías frente a los riesgos que la puedan afectar durante su transporte nacional, incluyendo periodos intermedios de almacenaje y operaciones conexas como la carga y descarga.

El traslado de la mercancía desde el almacén hasta el puerto del Callao se hará cargo el operador logístico, ya que cuenta con servicio integral.

V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

Para la fijación del precio de venta, la empresa LEHT S.A.C. empleará:

- Primero el método en base a su competencia, evaluando el precio promedio que ofrecen su producto.
- Posteriormente, se empleará el método en base a los costos, que, adicionando un margen de utilidad, se obtendrá el precio de venta que permita competir en el mercado.

Tabla 50 Precio de competidores directos

Marca de Cereal para desayuno	Precio (dólares)	Origen
Hearty Flakes	5.00 – 7.77	Perú 
Stoneground Flakes	4.99	EE. UU 
Organic Purple corn Flakes	5.56 – 6.34	EE.UU 

Elaboración propia

En la tabla 50, se muestra los precios de cereal para desayuno orgánico a base de maíz morado, estos son tres marcas de cereales que se ofrecen en Estados Unidos, la marca Heartly Flakes es peruana que se ofrece a diferentes mercados.

5.1.1. Costos y precio

Tabla 51 Principales precios a nivel mundial de la partida 190410
(Precio por tonelada en dólares)

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019		cantidad importada en 2019, Toneladas
	Valor unitario importado	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor importado en 2019, Dólar Americano miles				
Mundo	2.689	2.591	2.623	2.687	2.619	4.547.453	1.736.431
Canadá	2.182	1.800	1.756	1.830	1.893	408.803	215.903
Estados Unidos de América	2.661	2.689	2.526	2.505	2.595	397.653	153.266
Francia	2.822	3.480	3.372	3.454	3.226	309.574	95.967
Reino Unido	2.632	2.546	2.653	3.015	2.826	291.158	103.038
Alemania	2.243	2.359	2.644	2.688	2.524	218.892	86.716
Italia	3.288	3.271	3.387	3.685	3.473	203.247	58.517
China	3.833	3.609	3.987	4.598	4.681	194.456	41.545
Bélgica	2.038	2.219	2.202	2.276	2.024	182.807	90.332
Países Bajos	2.238	2.497	2.783	2.500	2.378	163.094	68.583
España	2.195	2.315	2.364	2.404	2.188	147.973	67.639
Irlanda	3.646	3.810	3.652	3.664	2.979	111.977	37.587
Suecia	2.692	3.279	3.277	3.227	3.167	87.125	27.510
Arabia Saudita	3.547	3.771	3.522	3.397	3.515	75.292	21.419
Austria	2.684	2.904	3.076	3.219	3.139	57.182	18.215

Guatemala	1.910	1.919	1.881	1.858	2.046	54.507	26.642
Dinamarca	2.798	3.232	3.174	3.125	3.165	49.950	15.780
Noruega	4.060	4.019	3.958	3.942	3.657	49.122	13.433
Suiza	2.815	2.940	3.016	3.192	3.058	46.479	15.200
Croacia	2.704	2.613	3.102	2.840	2.827	17.707	6.264
Yemen	3.951	667	685	650	757	17.163	22.672
Chipre	3.875	4.383	4.064	4.454	4.472	16.243	3.632
Eslovaquia	2.006	2.344	2.351	2.536	2.403	16.011	6.664
Lituania	2.849	2.754	3.036	3.144	3.017	15.976	5.296
Chile	1.232	1.144	991	970	968	15.747	16.272
Qatar	5.316		5.025	4.337	4.694	15.524	3.307

Fuente: Trade Map

En la Tabla 51, se detallan los precios por tonelada de la partida 190410 y sus principales mercados en los últimos 5 años. Cabe señalar que la mayor cantidad de productos importados con esta partida son no procesados.

Tabla 52 Precios FOB referenciales en kilogramos(US\$/KGR)

	2019												2018											
	DI C	NO V	OC T	SE P	AG O	JU L	JU N	MA Y	AB R	MA R	FE B	EN E	DI C	NO V	OC T	SE P	AG O	JU L	JU N	MA Y	AB R	MA R	FE B	EN E
K G	4.0 5	2.5 9	3.6 6	2.6 4	3.2 8	3.4 4	3.2 4	3.3 5	3.5 2	3.2 8	3.7 8	3.7 1	3.4 6	3.2 9	3.4 6	3.4 6	3.4 6	3.1 6	3.3 1	3.6 0	3.3 7	3.7 5	3.8 2	3.6 6

Fuente SUNAT

En la Tabla 52 se muestra los precios FOB promedio en kilogramos de los años 2018 y 2019, de la partida 1904100000.

Tabla 53 Estructura de costo por Embarque

ESTRUCTURA DE COSTOS POR EMBARQUE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTALES EN SOLES	TOTALES EN DOLARES
COSTOS DE FABRICACION	6.65	2500	16631.3	4624.9
Costo de producto tercerizado	0.52	2500	1300	361.51

Materia prima	4.4650	2500	11163	3104.14
Costo de envase	1.60	2500	4000	1112.35
Transporte de materia prima	0.07	2500	168.75	46.93
COSTOS DE DISTRIBUCION Y VENTAS	3.20	125	400.0	111.2
Costo de cartón corrugado	2.00	125	250.0	69.52
Costo de envasado y embalaje cajas	1.20	125	150.0	41.71
COSTOS LOGISTICOS	1.24	2500	3171.0	881.8
Agencia de aduanas	0.22	2500	539.4	150.00
Transporte de almacén hacia el puerto	0.17	2500	431.5	120.00
Certificado de Libre comercio	0.03	2500	76.97	21.40
Certificado Sanitario oficial de exportación	0.03	2500	76.97	21.40
Certificado de origen	0.01	2500	37.30	10.37
Gastos operativos	0.07	2500	179.8	50.00
Costos portuarios	0.65	2500	1618.2	450.00
Paletas		4	70.0	19.47
Aforo físico	1.01	125	125.9	35.00
Strech film	0.12	125	15.0	4.17
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCTO	11.09	125	20545.3	5618.0
Cobranza documentaria			343.0	95.38
Comisión			1450.0	403.23
Ganancia 21%			7875.0	2189.93
Precio FOB APM Terminal Callao, Incoterms ®2020	241.71	125	30213.3	6116.6
Flete internacional CNT 20´	4.32	125	539.4	150.0
BL/Handling	2.04	125	254.6	70.80
Póliza de seguro a la carga 0.5%	0.92	125	151.1	42.0
Precio CIF San Antonio, Incoterms ®2020	248.98	125	31158.4	6379.4

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54 Costo total
(Expresado en soles)

COSTO TOTAL	Mensual	Anual
		45,799.04
COSTO FIJOS	5,041.07	59,734.21
Gastos fijos	1,212	14,542
Gasto de personal	3,745	44,940
Gastos de oficina	84.07	252,21

COSTOS VARIABLES	40,757.97	156,236.82
Costo de producción	17,031.75	102,190.5
Costo de gestión	6,031.82	36,351.92
Costo de Exportación	4,964.02	29,784.12
Publicidad	1,067.8	6,567.8
Gasto de venta	17,694.4	17,694.4

Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 54, los costos totales mensuales y anuales para la empresa LEHT S.A.C. los costos fijos anuales ascienden a S/ 59,734.21, y costos variables anuales suma S/ 156,236.82.

Tabla 55 Gastos fijos
(Expresado en soles)

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Alquiler	12	630	7,556
Servicios básicos	12	150	1,800
Servicios generales	12	160	1,922
Servicios contables	12	200	2,400
Internet	12	72	864
Total	12	1,212	14,542

Elaboración propia

En la tabla 55, están expresados los gastos fijos (alquiler, servicios básicos, internet) que va asumir la empresa de manera fija, el monto mensual es S/ 1,212 y anual es S/ 14,542.

Tabla 56 Pago de sueldos
(Expresado en soles)

Cargo	Mensual	Año 1				Mensual
		Anual	SIS	Vacaciones	Anual	
Gerente General	1,300	15,600	180	650	15,780	1,315
Asistente Comercial y Marketing	1,200	14,400	180	600	14,580	1,215

Asistente logística y Operaciones	1,200	14,400	180	600	14,580	1,215
Total					44,940	3,745

Elaboración propia

En la tabla 56, indica el pago de sueldo de los trabajadores de la empresa, el gerente general se va pagar 1300 y a los asistentes 1200, como es una microempresa los trabajadores va tener seguro de salud (SIS) es S/180 anual y las vacaciones son 15 días, el pago anual del Gerente es S/ 15,780 y de los Asistentes es S/14,580.

Tabla 57 Costo de Materia Prima
(Expresado en soles)

Costo de materia prima	Costo	Cantidad	Costo de envío	Costo anual
Maíz morado orgánico (kilogramos)	10.59	650	6,883.5	41,301
Arándano deshidratado (kilogramos)	44.91	50	2,245.5	13,473
Aguaymanto deshidratado (Kilogramos)	40.68	50	2,034	12,204
Costo total de Materia prima	96.18	750	11,163	66,978

Elaboración propia

En la tabla 57, indica el costo y cantidad de la materia prima del primer embarque y el costo anual que vamos a usar para la elaboración del producto, vamos a usar 3 ingredientes importantes el maíz morado, arándano y aguaymanto deshidratado, el costo del primer envío es S/ 11,163 y costo anual es S/ 66,978.

Tabla 58 Costo de Producción
(Expresado en soles)

Producción	Costos	Cantidad	Costo por envíos	Costo anual
Costo de producto tercerizado (unidad)	0.52	2,500	1,300	7,800

Materia prima (Kilogramos)	96.18	750	11,163	66,978
Costo de envase (unidad)	1.60	2,500	4,000	24,000
Costo de caja (cartón corrugado) (unidad)	2.00	125	250	1,500
Costo de envasado y embalaje	1.20	125	150	900
Transporte de materia prima (kilogramos)	3.75	45	168.75	1,012.5
Costo total de Producción			17,031.75	102,190.5

Elaboración propia

En la tabla 58, indica el costo de la producción del producto hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, el costo por el primer envío es S/17,031.75 y el costo anual es S/102,190.5.

Tabla 59 Costo de exportación
(Expresado en soles)

Costo de exportación	4,964.02
Agencia de aduanas	539.40
Transporte de almacén hacia el puerto	431.52
cobranza documentaria	343
Certificado de Libre comercio	76.97
Certificado Sanitario oficial de exportación	76.97
Certificado de origen	37.3
Gastos operativos	179.80
Costos portuarios	1,618.20
Paletas certificadas	70
Aforo físico	125.86
Strech film	15
Comisión	1,450

Elaboración propia

En la tabla 59, esta todos costos logísticos necesarios para la exportación del producto al mercado de Chile, el costo ce los certificados, la comisión, la agencia de aduanas y otros, sale un total de S/ 4,964.02.

Tabla 60 Costo de Publicidad
(Expresado en soles)

Costos de Publicidad	Cantidad	Valor	Costo Total	Costo Anual
Afiliación ADEX	12	250	250	3000
Elaboración de página web: dominio-hosting	1	567.8	567.8	567.8
Publicidad en marketing digital	12	250	250	3000
Costo total			1,067.8	6,567.8

Elaboración propia

En la tabla 60, colocamos el costo de publicidad que la empresa LEHT S.A.C va pagar por el producto hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, muestra las herramientas digitales, asociaciones que vamos a usar para poder promocionar el producto.

Tabla 61 Gasto de Venta
(Expresado en soles)

Gasto de venta	Costo Anual
Certificado orgánica	5034.4
Espacio en feria	7000
Decoración	1500
Pasaje aéreo	760
Movilidad	300
Hospedaje	600
Alimentación	400
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos)	1500
Rueda de Negocios	600
Total	17,694.4

Elaboración propia

En la tabla 61, indicamos el gasto de venta de la empresa LEHT S.A.C va pagar por el producto hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, para la venta en el mercado de Chile, estamos incluyendo el costo del certificado orgánico el monto es S/ 5034.4 y el gasto total asciendo a S/ 17,694.4, este es un gasto anual.

Tabla 62 Gastos de oficina
(Expresado en soles)

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond (millar)	11.02	1	11.02	33.06
Folder de palanca (unidades)	4.24	5	21.19	63.57
Lapiceros (cajas)	10	2	20	60
Lápices (cajas)	9	1	9	27
Perforador (unidades)	5.5	2	11	33
Engrampadora (unidades)	5.93	2	11.86	84
Total			84.07	252,21

Elaboración propia

En la tabla 62, se indica los gastos de los materiales de oficina como hojas bond, folder, en el cuadro esta la cantidad, el costo mensual es S/84.07 y el costo anual S/ 252,21.

Costos proyectados

En los siguientes cuadros, se muestran los costos proyectados de la empresa LEHT SAC, de los siguientes 5 años.

Tabla 63 Costos de producto tercerizado
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto tercerizado	102,190.5	106,395.12	111,724.476	118,471.674	126,855.72

Elaboración propia

En la tabla 63, expresa los costos proyectados de los primeros 5 años de la compra de la materia prima para la elaboración del producto, el primer año es S/102,190.5 y del quinto año es S/126,855.72.

Tabla 64 Costo de exportación
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de exportación	29,784.12	30,931.86	32,478.72	34,196.04	35,449.62

Elaboración propia

En la tabla 64, expresa los costos de exportación proyectados de los primeros 5 años del producto hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, el primer año es de S/ 29,784.12y del quinto año S/ 35,449.62.

Tabla 65 Gastos de personal
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Gastos de personal	44,940	46,140	48,540	49,740	52,140

Elaboración propia

En la tabla 65, expresa la proyección de los gastos del personal de la empresa LEHT S.A.C de los primeros 5 años, el primer año es S/ 44,940 y del quinto año es S/ 52,140.

Tabla 66 Gastos fijos
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Alquiler	7,556	7,627	7,932	7,932	8,136
Servicios básicos	1,800	1,800	1,881	1,881	1,932
Servicios generales	1,922	1,932	2,034	2,034	2,136
Servicios contables	2,400	2,400	2,542	2,542	2,644
Internet	864	864	915	915	1,017
Total	14,542	14,624	15,305	15,305	15,864

Elaboración propia

En la tabla 66, expresa la proyección de los primeros 5 años de los gastos fijos de la empresa LEHT S.A.C, el primer año es S/ 14,542 y del quinto año es S/ 15,864.

Tabla 67 Ventas en los próximos años
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	270,000	282,360	298,116	317,871	340,380

Elaboración propia

En la tabla 67, se muestran los Ingresos de los siguientes 5 años al mercado chileno, el precio fijado para el primer año es S/18, en dólares \$ 5.01, de acuerdo al mercado y los competidores, aparte este es un producto nuevo en el mercado. El tipo de cambio usado es \$ 3.596. las ventas del primer año son S/ 270,000 y el del quinto año es S/ 340,380.

Tabla 68 Costos Totales
(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
59,734.21	156236.82	215,971.03

Elaboración propia

Tabla 69 Estructura de precio
(Expresado en soles)

CFU	3.98
CVU	10.42
Costo unitario	14.40
Margen de ganancia	25%
Valor de venta	18.00

Elaboración propia

En la tabla 69, se encuentra la estructura de precio, en el costo variable está incluido la comisión para el distribuidor, sumando los costos fijos y variables es S/ 215,971.03 y tenemos un margen de ganancia de 25%, nuestro valor de venta es S/18, y en dólares \$ 5.01, de acuerdo al mercado y los competidores, aparte este es un producto nuevo en el mercado. El tipo de cambio usado es \$ 3.596.

5.1.2. Cotización internacional

La cotización es el primer paso para continuar con la exportación. Es la respuesta a una solicitud por parte de un potencial comprador. En este debe incluir información datos del comprador y el vendedor, precio del producto, cantidades, políticas de venta e Incoterms, medios y términos de pago, fecha de envío, entrega, otras informaciones que considere el exportador.

La empresa LEHT S.A.C. incluirá estos datos en su cotización internacional, la cual será remitida en términos FOB Incoterms 2020 y con forma de pago a través de carta de crédito irrevocable confirmada y a la vista.

Luego de aceptada la cotización por parte del comprador, se procederá a la firma del contrato de compraventa y envío de la orden de compra por parte del comprador, para así proceder con la entrega de mercancías en el plazo fijado entre ambas partes. En la siguiente imagen se observa un modelo de cotización preparado para un potencial cliente para la empresa LEHT S.A.C

			
LEHT S.A.C RUC 20468856692			
DATOS DEL CLIENTE			
Empresa Distribuida Las Palmas Contacto Javier Contreras Teléfono +569 93326696 Correo Javier@dislaspalmas.cl Fecha de cotización 25/11/2020		Av. Calle Simon Bolívar, Vitarte +513581573 /+925716765 infoagrofood@leht.pe / www.leht.com.pe Nro. COTIZACION: 2020-CE01720	
COTIZACION			
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	P U. US\$
TOTAL US\$			
1	Cereal de maíz morado con frutas deshidratados x 300 gr.	2500	\$ 5.01
\$12,525.00			
CONDICIONES DE VENTA: FBO APN Callao, Incoterms 2020 Tiempo de entrega: 15-17 días Moneda Dólares americanos Forma de pago: Cobranza documentaria			
Validez de la proforma: 15 días			

Figura 40. Cotización de la empresa LEHT S.A.C
Elaboración propia

5.2. Contrato de compra venta internacional exportaciones y sus documentos

El contrato es un documento simple; sin embargo, implica una serie de fases hasta su ejecución, dicho movimiento comercial se aprecia en el gráfico siguiente e incluye la solicitud de cotización como origen de la relación comercial y eje central que determinará las pautas del contrato; las obligaciones tanto del vendedor como del comprador, cuyo tema central se basa en la entrega de mercancía por un precio y la recepción de la mercancía que es al final el proceso que ejecuta el contrato. (SIICEX, 2015)

La empresa LEHT S.A.C. empleará las condiciones de la Convención de Viena para la suscripción de sus contratos de compraventa internacional con sus clientes. Cabe señalar que ambas partes deberán haber revisado y aprobado cada una de las condiciones del contrato previo a su firma.

En el anexo 11, se adjunta el contrato modelo ITC para la compraventa comercial internacional de mercaderías (versión corta) que empleará la empresa LEHT S.A.C. Con la finalidad de lograr una buena relación comercial y de negocios con nuestros clientes, para lograr la confianza con ellos, la empresa LEHT S.A.C. tomará en cuenta los siguientes aspectos para negociar con las empresas distribuidoras del mercado de Chile. Debemos conocer el mercado al que nos dirigimos, conocer sus costumbres, estilos de vida, consumo, la cultura de país.

Por lo que se conoce del mercado de Chile:

- Las relaciones laborales en Chile son altamente valoradas. Generalmente se busca primero conocer a la persona antes de hacer negocios.

- El ambiente de negociación es más formal y la toma de decisiones es bastante jerárquica.
- Las reuniones de negocio deben ser requeridas por lo menos con 2 a 3 semanas de anticipación y confirmadas días antes de la fecha pactada.
- Las negociaciones pueden tardar, hasta que se el distribuidor está conforme y sin dudas. La puntualidad es muy importante.

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

Los Incoterms son reglas elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional, que se utilizan en los contratos de compraventa internacional. Su nombre proviene de *international commercial terms* (términos internacionales de comercio).

Estos términos se emplean para determinar en qué momento de la compra se transmite el riesgo sobre la mercancía y las responsabilidades del comprador y vendedor. A pesar de que sean de uso voluntario, la mayoría de las transacciones internacionales se rigen bajo las normas establecidas en los Incoterms.

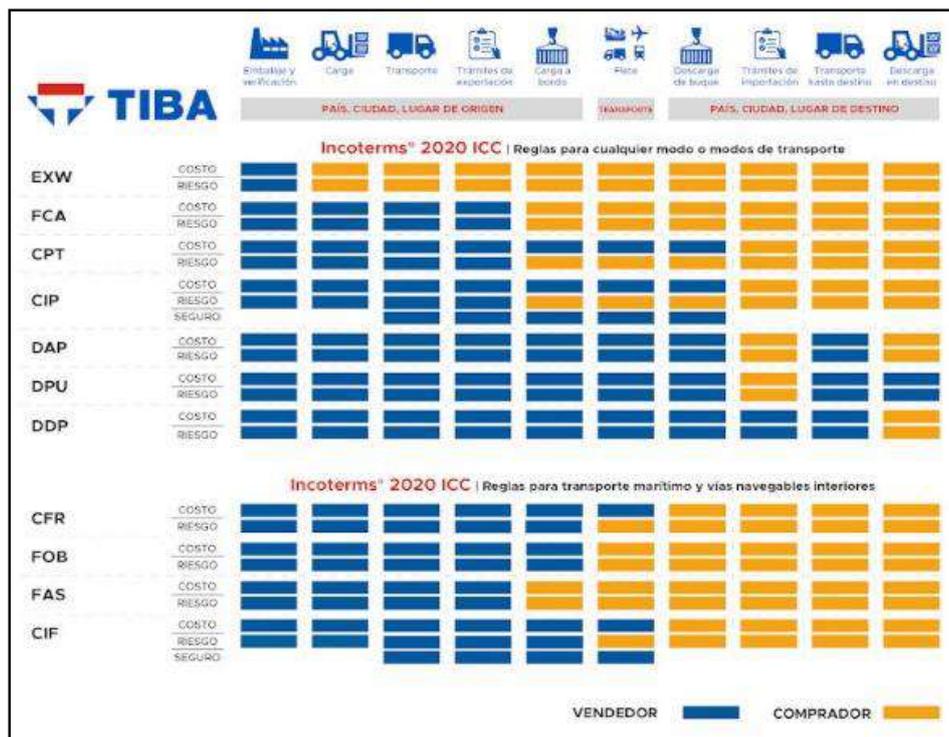


Figura 41. Incoterms 2020
Fuente: Tibagroup

Para el presente plan, la empresa LEHT S.A.C. empleará el termino Incoterm FOB 2020 para la exportación de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas a Valparaíso, Chile, por lo que la empresa hará entrega de la mercancía en la naviera designado por el comprador en el puerto del callao APN previamente acordado.

Tabla 70 Costos y riesgos del comprador - riesgos

Formulaciones FOB	Costos	Riegos
Embalaje	V	V
Antes de la entrega de la mercancía al Aduana exportación	V	V
Aduana exportación	V	V
Manutención transporte principal (carga)	V	V
Transporte principal	C	C

Seguro transporte	C	C
Manutención transporte principal (descarga)	C	C
Aduana importe	C	C
Al finalizar la ruta	C	C

Fuente: Santander
Elaborado por Santander

El vendedor (LEHT S.A.C) debemos efectuar los trámites de aduana para la exportación, nuestra obligación es que la mercancía debe estar a bordo del buque, hasta este es responsabilidad de riesgo o pérdida es nuestra, Es aquí donde comienza la responsabilidad de pérdida o riesgo del importador hasta llegar a puerto de destino.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

En el comercio internacional existen diversos medios de pago los cuales son empleados por las empresas tomando en cuenta aspectos como riesgos políticos, económicos, sociales y comerciales.

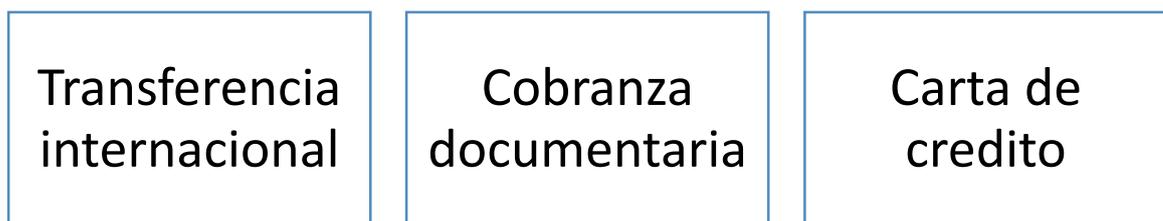


Figura 42. Medios de pago en el comercio internacional

Según SIICEX, (2006) estos son los principales medios de pago considerados para el comercio internacional:

- **Transferencia bancaria:** Es el pago que realiza el importador al exportador por intermedio de bancos. Es usado generalmente en una forma de pago de

cuenta abierta, en la cual el exportador envía la mercancía y el importador paga después de recibirla. Generalmente este medio de pago se emplea cuando existe más confianza entre ambas partes, ya que significa un alto riesgo para el exportador.

- Cobranza de exportación: En este medio de pago el exportador hace entrega de los documentos de la mercancía a su banco con la finalidad de hacer entrega de estos al importador contra pago o aceptación de una letra o aceptación de un compromiso de pago. En esta modalidad el exportador asume un gran riesgo dado que el banco no asume responsabilidad en el pago.
- Carta de crédito: En la cual el banco del importador a solicitud de este, se compromete a pagar al exportador un monto determinado, siempre y cuando se cumpla con las condiciones y términos de la carta de crédito. Existen dos modalidades de cobro posible al emplear una carta de crédito; en primer lugar, el pago a la vista, en la cual el importador realiza el pago a la presentación de los documentos requeridos y conformes; y, por último, el pago a plazo, que se realiza en un tiempo posterior a la entrega de la mercancía.

La empresa LEHT S.A.C utilizara cobranza documentaria, por ser la primera exportación, hasta tener mayor confianza con el importador, una mejor relación comercial. En este periodo nos daremos cuenta de la relación de ambas partes,

cumplimiento adecuados, los pagos, cumplimiento del contrato. Al tener confianza podremos sugerir otro medio de pago como transferencia internacional

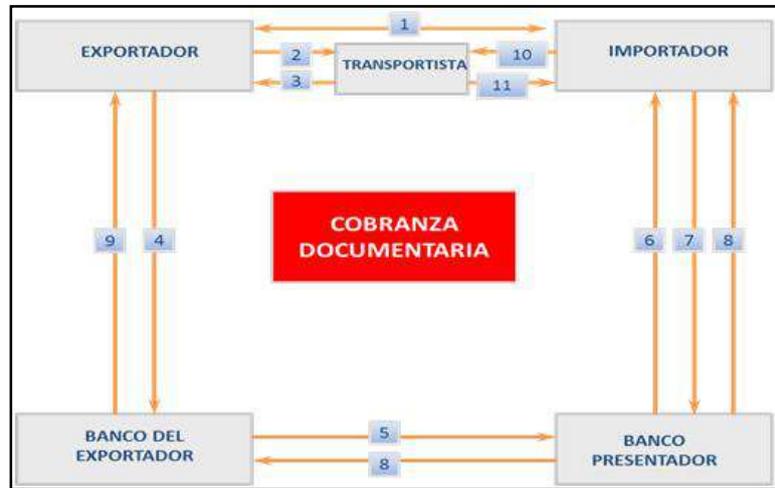


Figura 43. Cobranza documentaria que usa la empresa LEHT S.A.C.
Fuente: Banco Santander

Pasando los 3 años, se puede usar transferencia internacional, ya que este medio es el más usado actualmente y con el tiempo ya trabajado con los distribuidores hay una mayor confianza. Es un procedimiento más sencillo, en el contrato se indicará la forma de pago, 100% a la llegada del puerto destino.

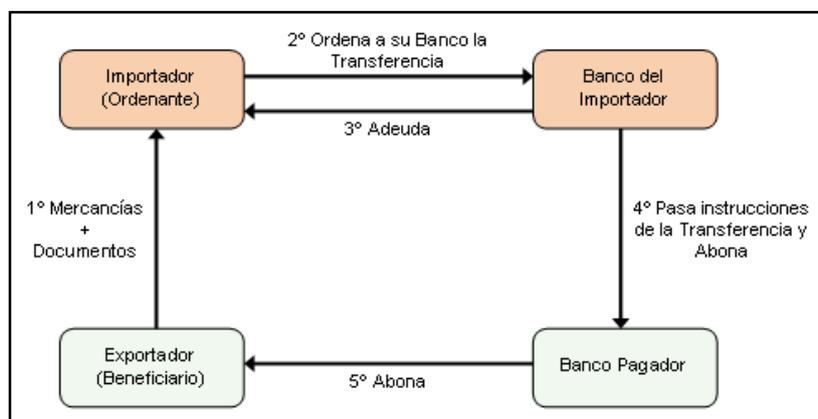


Figura 44. Proceso de transferencia internacional
Fuente: Banco Santander

5.5. Elección del régimen de exportación

La empresa LEHT S.A.C. se acogerá al régimen de exportación definitiva, la cual permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su consumo o y no está afecta al pago de tributos. El monto a exportar supera los US\$ 5000, por ello necesitaremos contratar los servicios de un agente de aduanas, el cual se encargará de los tramites y despacho aduanero, la mercancía deben ser embarcadas dentro del plazo de 30 días de realizar la numeración de la declaración. La empresa Choice cargo es la encargada en realizar este trámite.

(PROMPERU, 2013) Para la exportación definitiva, es indispensable contar con los siguientes documentos:

- Copia del documento de transporte (conocimiento de embarque, carta porte terrestre o carta porte aérea) con sello y firma de un autorizado de la empresa de transporte, su representante legal o el agente de carga, como corresponda.
- Copia SUNAT de la boleta o factura de venta o declaración jurada de valor y descripción de la mercancía en caso no se haya realizado una venta.
- Documento que compruebe el mandato a favor del despachador. Copia del documento de transporte correctamente endosado.
- Otros en caso el tipo de mercancía lo requiera como certificados de origen, licencias, permisos, entre otros.

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

De acuerdo al procedimiento general DESPA-PG.2 (V7) de (SUNAT, 2020), la exportación definitiva debe seguir las siguientes etapas:

- Transmisión electrónica: el despachador de aduanas solicita la destinación aduanera de la mercancía a la administración aduanera, a través de la transmisión electrónica de los datos provisionales obtenidos en la DAM a la Intendencia de Aduana cuya jurisdicción se encuentra la mercancía.
- Numeración de la DAM: el SIGAD, valida información como el RUC, SPN, código de país de destino, entre otros; y de ser conforme, numera la DAM para que el despachador de aduana realice la impresión de la DAM para el ingreso de la mercancía a la Zona Primaria.
- Ingreso de la mercancía a zona primaria: el despachador de aduana ingresa la mercancía a un depósito temporal donde será embarcada para su exportación, como requisito para la asignación del canal de control de la DAM. Cabe señalar que existen cierta mercadería que por su condición está exenta del ingreso a la zona primaria.
- Asignación del canal de control: el depósito temporal transmite al SIGAD la información sobre la recepción de las mercancías luego de las dos horas contadas desde la recepción de toda la mercancía o de la presentación de la DAM, lo que suceda último. De estar todo correcto, se asigna el canal de control rojo (el cual pasa por reconocimiento físico de la mercancía) o el canal verde (se otorga el levante automáticamente). En cuanto al reconocimiento físico de la mercancía, se realiza en presencia del exportador y/o despachador

de aduana y/o representante del depósito temporal cuando corresponda, debiendo el despachador de aduana presentar la DAM junto con autorizaciones especiales de la mercancía en caso lo requiera. En este procedimiento, el funcionario aduanero verifica la mercancía, teniendo la facultad de extraer muestras para realizar análisis de muestras (DESPA-PE.00.03)

- Embarque: Este paso se debe realizar dentro de los 30 días calendario a partir del día siguiente a la numeración de la DAM. El transportista verifica el embarque de la mercancía y anota en la casilla 14 de la DAM, la cantidad de bultos embarcados su peso y fecha y hora de inicio como término del embarque incluyendo su firma y sello.
- Regularización de la DAM: La regularización debe realizarse dentro de los treinta días calendario posterior a la fecha del término del embarque presentando la DAM y documentaciones que sustentaron la exportación.



Figura 45. Exportación definitiva
Fuente: SUNAT 2020



Figura 46. Proceso de exportación definitiva diferencias

5.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama

A continuación, se muestra el Flujograma de la exportación definitiva, que permitirá una visualización resumida de todo el proceso:

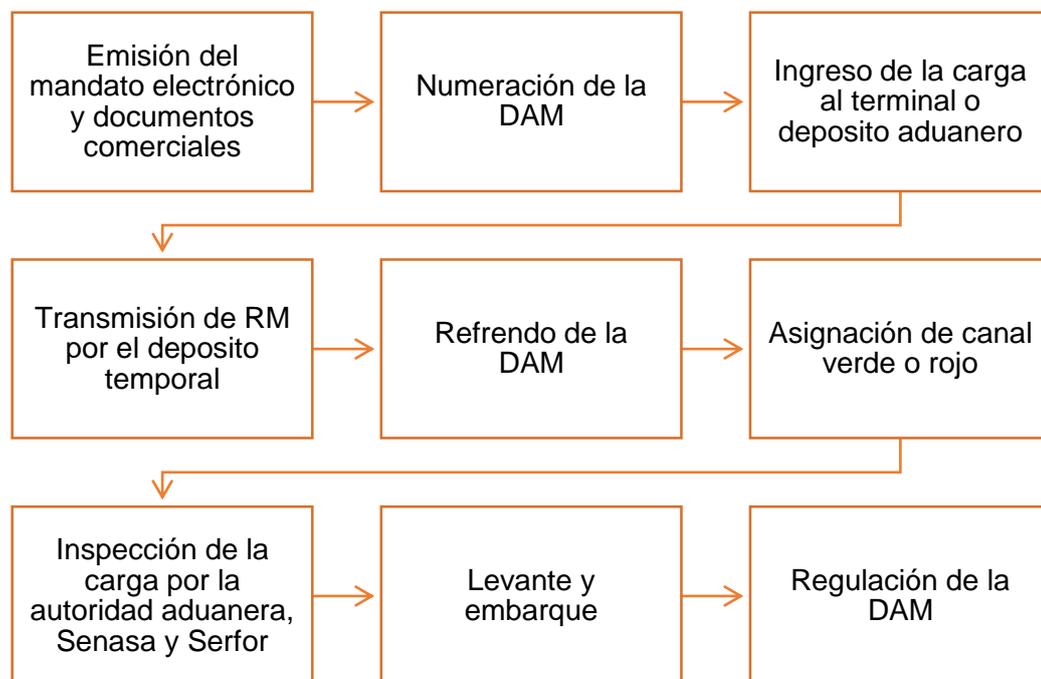


Figura 47. Flujograma de los pasos para la exportación
Elaboración propia

En la Figura siguiente la N°48, se puede visualizar todo el proceso necesario para llevar a cabo la exportación definitiva, en él se pueden apreciar los cuatro actores principales en la exportación como son: el declarante/exportador, el administrador aduanero, almacén aduanero y el transportista.

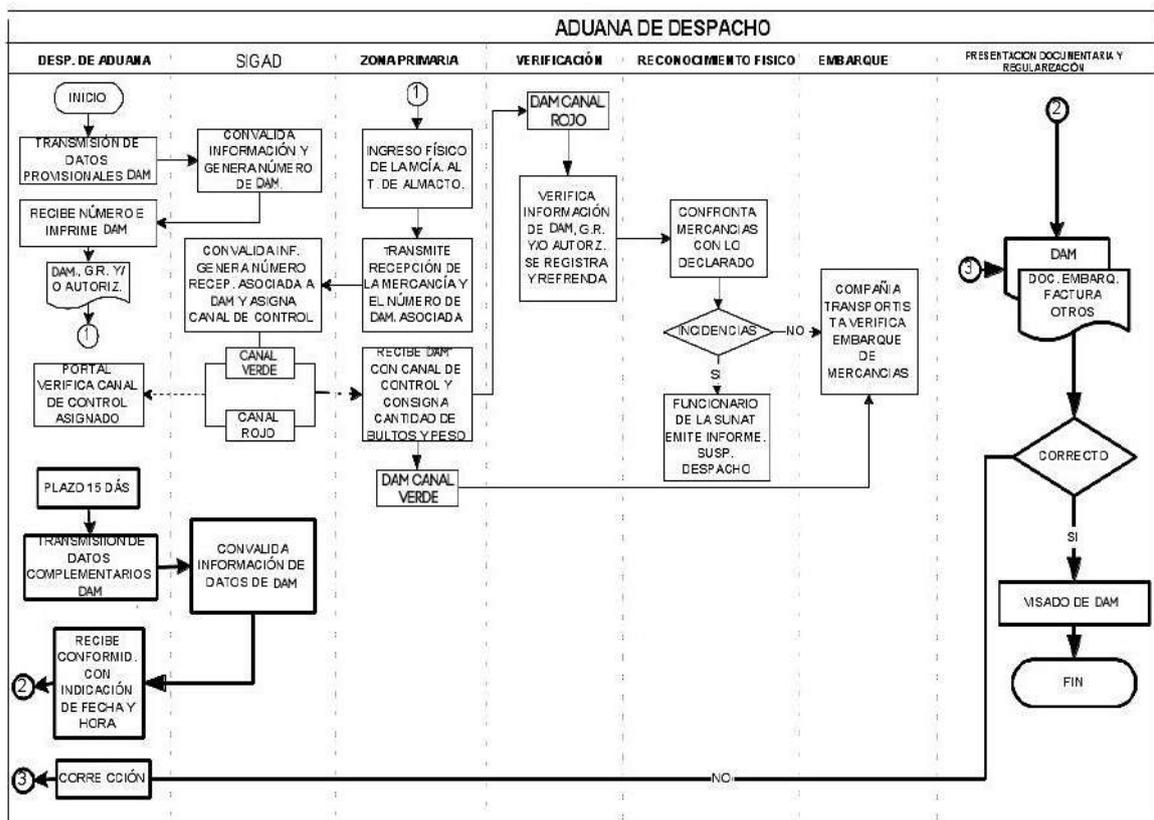


Figura 48. Proceso del régimen de exportación definitiva
Fuente: SUNAT

5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:

A continuación, se detalla el flujo de las operaciones que la empresa realiza para la comercialización de las hojuelas de maíz morado con aguaymanto y arándano deshidratado:

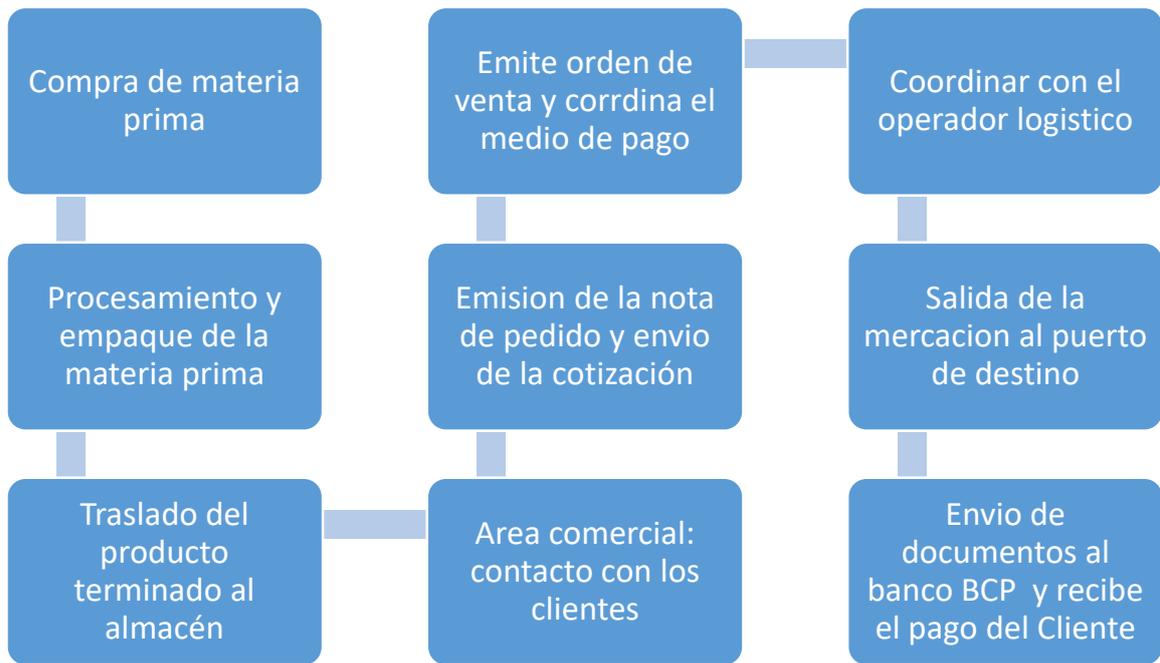


Figura 49. Proceso de operación para comercialización del producto terminado
Elaboración propia

VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

6.1.1. Activos tangibles

Tabla 71 Activos Tangibles
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	V. TOTAL
Computadora	3	1524.58	4,573.74
Impresora	2	592.37	1,184.74
Proyector multimedia	1	338.98	338.98
Escritorio	3	253.38	760.14
Estante de madera	2	169.49	338.98
Extintores	2	76.2	152.4
Botiquín	2	33.8	67.6
Cafetera	1	75.42	75.42
Sillas	3	168.64	505.92
Útiles de limpieza	1	72.5	72.5
Costo Anual			8,070.42

Elaboración propia

Como se observa en la tabla 71, los activos tangibles de la empresa están constituidos por equipos, muebles y enseres, los cuales serán empleados en las actividades de la empresa y no son para venta, dándonos un monto de S/ 8,070.42.

Tabla 72 Activos intangibles
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO
Constitución de la empresa	1	850
Licencia de funcionamiento	1	170
Legalización de libros contables	2	34
Registro Sanitario	1	360
Análisis Físico- Químico y microbiológico	1	288
Registro de marca ante Indecopi	1	535
Inspección de defensa civil	1	119
Inversión intangible		2,355.49

Elaboración propia

En la tabla 72, se muestra los costos de los activos intangibles (constitución de la empresa, licencia de funcionamientos y otros), el monto total es S/ 2,355.49

6.2. Capital de Trabajo

Tabla 73 Tabla Capital de trabajo
(Expresado en soles)

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO BIMENSUAL
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		49,799.04	77,251.81
CAPITAL DE TRABAJO		45,799.04	73,251.81
CAJA		4,000.00	4,000.00
Costo de producto tercerizado		17,031.75	34,063.50
Costo de producto tercerizado (unidad)	0.52	1300	2600
Materia prima (Kilogramos)	96.18	11,163	22,326
Costo de envase (unidad)	1.6	4,000	8,000
Costo de caja (cartón corrugado) (unidad)	2	250	500
Proceso de Embalado y Rotulado	1.2	150	300
Transporte de materia prima (kilogramos)	3.75	168.75	337.5
Gasto de Personal		3,745	7,490
Gerente general	1,300	1,315	2,630
Asistente comercial y marketing	1,200	1,215	2,430
Asistente logística	1,200	1,215	2,430
Gastos fijos		1,212	2,424
Alquiler	630	630	1260
Servicios básicos	150	150	300
Servicios generales	160	160	320
Servicios contables	200	200	400
Internet	72	72	144
Costo de exportación		4964.02	9928.04
Agencia de aduanas	539.4	539.4	1078.8
Transporte de almacén hacia el puerto	431.52	431.52	863.04
cobranza documentaria	343	343	686
Certificado de Libre comercio	76.97	76.97	153.94
Certificado Sanitario oficial de exportación	76.97	76.97	153.94
Certificado de origen	37.3	37.3	74.6

Gastos operativos	179.8	179.8	359.6
Costos portuarios	1618.2	1618.2	3236.4
Paletas certificadas		70	140
Aforo físico	125.86	125.86	251.72
Strech film	15	15	30
Comisión		1450	2900
Gastos administrativos		84.07	84.07
Hojas Bond (millar)	11.02	11.02	11.02
Folder de palanca (unidades)	4.24	21.19	21.19
Lapiceros	10	20	20
Lápices	9	9	9
Perforador	5.5	11	11
Engrapador	5.93	11.86	11.86
Promoción		500	1000
Inscripción ADEX	250	250	500
Publicidad	250	250	500
Gasto de venta		18,262.20	18,262.20
Certificado orgánica		5034.4	
Espacio en feria	7000	7000	
Decoración	1500	1500	
Pasaje aéreo	760	760	
Movilidad	300	300	
Hospedaje	600	600	
Alimentación	400	400	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos)	1500	1500	
Rueda de Negocios	600	600	
Página web	567.8	567.8	

Elaboración propia

Como se en la tabla 73, se describe el capital de trabajo, para cubrir los costos de exportación, gastos, fijos, gasto administrativo, gasto de personal, costo de producción por 2 meses por cualquier inconveniente, a parte una caja chica de S/ 4000 por cualquier gasto imprevisto.

6.3. Inversión Total

La inversión total es el capital de trabajo y la inversión Inicial

Tabla 74. Inversión total
(Expresado en soles)

Activos tangibles	8,070.42
Activos intangibles	2,355.49
Capital de trabajo	77,251.81
Inversión total	87,677.72

Elaboración propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 75. Estructura de financiamiento de la inversión
(Expresado en soles)

Datos de financiamiento	
% Aporte propio	50%
% Financiado	50%
Aporte propio	43,838.86
Financiamiento a media plazo	43,838.86

Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 75, la estructura de financiamiento para la empresa está constituido por el aporte de capital propio por parte de los dos socios representando un 50%, con lo cual se deduce que el 50% restante será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de S/. 43,838.86 mientras que el financiado por un préstamo bancario es de S/ 43,838.86 a una tasa 20% del Banco Continental.

Tabla 76 Cuadro de financiamiento

PRÉSTAMO	
Monto	43,838.86
Cuotas	36
Tasa	1.53%
Cuotas anuales	1,7593.06

Elaboración propia

Tabla 77 Flujo de caja de deuda
(Expresado en soles)

Numero cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				43838.86
1	1,593.06	671.15	921.91	42,916.95
2	1,593.06	657.04	936.02	41,980.93
3	1,593.06	642.71	950.35	41,030.58
4	1,593.06	628.16	964.90	40,065.67
5	1,593.06	613.38	979.67	39,086.00
6	1,593.06	598.39	994.67	38,091.33
7	1,593.06	583.16	1,009.90	37,081.42
8	1,593.06	567.70	1,025.36	36,056.06
9	1,593.06	552.00	1,041.06	35,015.00
10	1,593.06	536.06	1,057.00	33,958.01
11	1,593.06	519.88	1,073.18	32,884.83
12	1,593.06	503.45	1,089.61	31,795.22
13	1,593.06	486.77	1,106.29	30,688.93
14	1,593.06	469.83	1,123.23	29,565.70
15	1,593.06	452.64	1,140.42	28,425.28
16	1,593.06	435.18	1,157.88	27,267.39
17	1,593.06	417.45	1,175.61	26,091.78
18	1,593.06	399.45	1,193.61	24,898.18
19	1,593.06	381.18	1,211.88	23,686.30
20	1,593.06	362.62	1,230.43	22,455.86
21	1,593.06	343.79	1,249.27	21,206.59
22	1,593.06	324.66	1,268.40	19,938.19
23	1,593.06	305.24	1,287.82	18,650.38

24	1,593.06	285.53	1,307.53	17,342.85
25	1,593.06	265.51	1,327.55	16,015.30
26	1,593.06	245.19	1,347.87	14,667.42
27	1,593.06	224.55	1,368.51	13,298.92
28	1,593.06	203.60	1,389.46	11,909.46
29	1,593.06	182.33	1,410.73	10,498.72
30	1,593.06	160.73	1,432.33	9,066.40
31	1,593.06	138.80	1,454.26	7,612.14
32	1,593.06	116.54	1,476.52	6,135.62
33	1,593.06	93.93	1,499.13	4,636.49
34	1,593.06	70.98	1,522.08	3,114.42
35	1,593.06	47.68	1,545.38	1,569.04
36	1,593.06	24.02	1,569.04	(0.00)

Elaboración propia

En la Tabla 77 se detalla el flujo de caja de deuda del préstamo que realizará la empresa LEHT S.A.C., constituida por el saldo deudor, el cual va disminuyendo a medida que se amortiza la deuda. En cuanto a la renta, al ser calculado con el método francés, es constante a lo largo de todo el periodo y está constituido por la suma del interés y el capital. La empresa considera que es beneficioso financiar parte de la inversión total debido a que se obtendrá una rentabilidad mayor que lo invertido solo con aporte propio.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

El banco que escogió es BBVA Continental que nos brinda una tasa TEA 20.00%. Al ser LEHT S.A.C. una nueva empresa que recién inicia sus operaciones y al no contar con un historial crediticio, es difícil obtener un préstamo de una entidad financiera por lo que la empresa empleará como estrategia de financiamiento un préstamo con un aval financiero de un familiar.

Los requisitos para el préstamo son:

- ♣ Copia del documento de identidad de titular y cónyuge
- ♣ Copia de Ficha RUC
- ♣ Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (y otros documentos que solicite el asesor financiero)
- ♣ Copia del último recibo de luz, agua o teléfono (sólo uno de ellos)
- ♣ En caso de no contar con vivienda propia, se solicitará el aval.

Tabla 78 Condiciones de crédito
(Expresado en soles)

Préstamo	43,838.86
Tasa efectiva anual	20%
Tasa interés mensual	1.53%
Valor de la Cuota	1,593.06
Números de cuota	36

Elaboración propia

6.6. Presupuesto de costos

Tabla 79 Costos de producto tercerizado
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto tercerizado	102,190.5	106,395.12	111,724.476	118,471.674	126,855.72

Elaboración propia

En la tabla 79, nos indica el monto que no va costar el producto tercerizado de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, para el primer año es S/102,190.5. y el quinto año es S/126,855.72.

Tabla 80 Costo de exportación
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de exportación	29,784.12	30,931.86	32,478.72	34,196.04	35,449.62

Elaboración propia

En la tabla 80, esta los montos de los primeros 5 años, para la exportación de nuestro producto al mercado de Chile, el costo se incrementa cada año, ya que vamos a exportar mayor cantidad por año, el primer año el costo de exportación es S/29,784.12 y el quinto año es S/35,449.62.

Tabla 81 Gastos de personal
(Expresado en soles)

Años	2021		2022	2023	2024	2025
Gastos de personal	44,940		46,140	48,540	49,740	52,140

Elaboración propia

En la tabla 81, indicamos el gasto de personal de la empresa LEHT S.A.C, la empresa cuenta con 3 trabajadores, el gerente general y 2 asistentes, el sueldo es S/1300 y S/1200 respectivamente, los trabajadores cuentan con SIS y vacaciones, el monto anual del primer año es S/44,940 y los demás años va tener un incremento, por el desempeño y las ventas de la empresa.

Tabla 82 Gastos fijos
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Alquiler	7,556	7,627	7,932	7,932	8,136
Servicios básicos	1,800	1,800	1,881	1,881	1,932
Servicios generales	1,922	1,932	2,034	2,034	2,136
Servicios contables	2,400	2,400	2,542	2,542	2,644
Internet	864	864	915	915	1,017
Total	14,542	14,624	15,305	15,305	15,864

Elaboración propia

En la tabla 82, indicamos los costos fijos de la empresa LEHT S.A.C. esta detallado para los primeros 5 años, cada año hay un incremento de los costos ya que suben el precio de los servicios, el primer año vamos a pagar 1,542

6.7. Punto de Equilibrio

Por diversidad de productos ofrecidos, se está tomando en cuenta el punto de equilibrio en unidades monetarias, considerando el criterio de $IT = CT$.

Tabla 83 Punto de equilibrio
(Expresado en soles)

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en soles	222,792	227,017	234,084	241,975	254,572

Elaboración propia

6.8. Tributación de la exportación

La exportación a través del programa de incentivo a las exportaciones no está afectada al IGV. Las exportaciones de bienes no pagan impuesto, por el contrario, existe modalidad de beneficios tributarios para la exportación son: devolución del IGV (Saldo a favor del Exportador) y el Drawback, el primero se tramita ante la SUNAT y el segundo ante la Aduana.

El Saldo a Favor por Exportación se deducirá del Impuesto Bruto del IGV a cargo del sujeto. De quedar un monto a favor, este se denominará Saldo a Favor Materia del Beneficio (SFMB). Para determinar el Saldo a Favor por Exportación (SFE), los comprobantes de pago, notas de crédito y débito y las declaraciones de importación y exportación, deberán ser registrados en los libros de contabilidad y en los registros de compras y ventas.

- Determinar el saldo a favor: se determina sobre la base del IGV consignado en los comprobantes de pago correspondiente a las adquisiciones de bienes, servicios, contratos de construcción y las pólizas de importación que otorgan derecho al crédito fiscal.
- Luego de la determinación del saldo a favor del exportador, debe deducirse el Impuesto Bruto del IGV, si lo hubiese. De quedar un monto remanente éste se denominará Saldo a Favor Materia de Beneficio.
- El saldo puede compensado es decir Tienen poder cancelatorio para el pago de impuestos, sanciones, intereses y recargos que sean ingreso del Tesoro

Público, impuesto la renta (IR), pero si no es compensado la devolución puede ser transferidas a terceros por endoso.

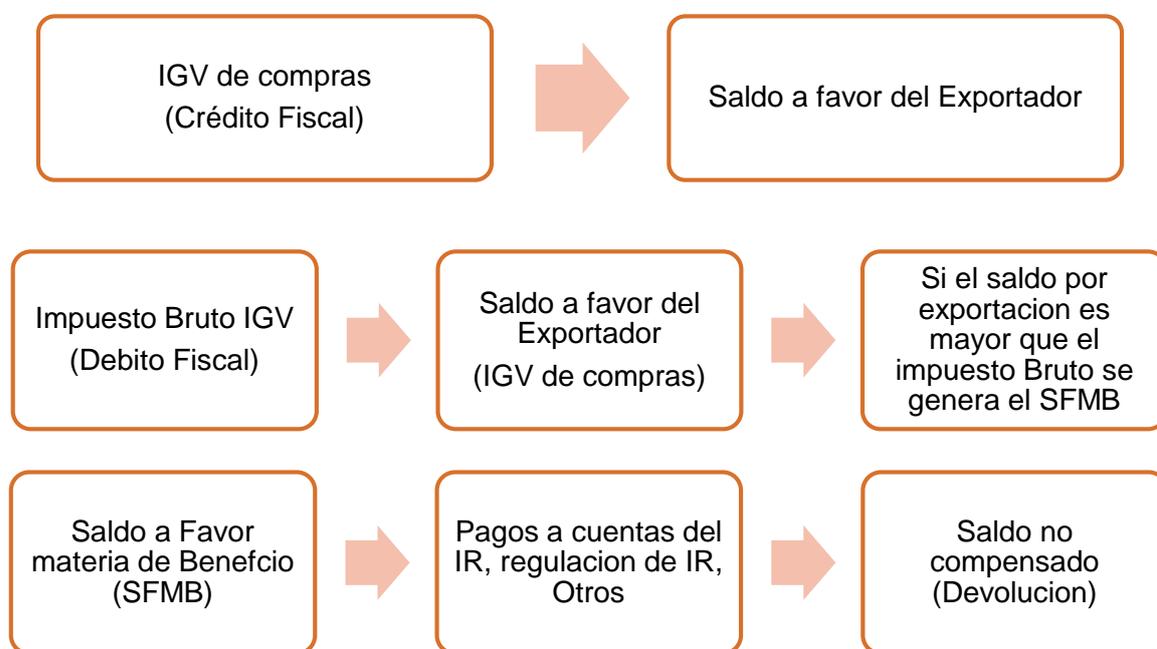


Figura 50. Determinar, Deducir y Devolución del saldo a favor del Exportador
Fuente: SUNAT

SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN: El exportador solicita la devolución mediante el Formulario Virtual N° 1649 - "Solicitud de Devolución", en SUNAT Virtual utilizando su Código de Usuario y Clave SOL.

Pasos:

1. Ubicar la opción de "Otras declaraciones y Solicitudes".
2. Dar clic en "Presentación del PDB Exportadores" e ingresar la información que corresponda. De no mediar ninguna de las causales de rechazo, el sistema generará automáticamente la Constancia de Presentación del PDB

Exportadores, la que podrá ser impresa o enviada al correo electrónico que se indique.

3. Luego de enviar el PDB Exportadores, ingresar al enlace "Presentación de Solicitudes SFMB SIN GARANTIA".

Una vez presentada la solicitud de devolución, el sistema validará el trámite, generando de manera automática la constancia de presentación de la solicitud, la que se podrá imprimir o ser grabada como archivo por el contribuyente.

El exportador también puede solicitar la devolución del Saldo a Favor Materia de Beneficio (SFMB) de manera presencial en las dependencias y Centros de Servicios al Contribuyente, presentando: El Formulario 4949 "Solicitud de devolución", en original y copia, llenado y firmado por el titular o el representante legal acreditado en el RUC. Ver anexo 12.

Tabla 84 Saldo a favor del Exportador
(Expresado en soles)

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
IGV Compras 18%	1,876.66	30,785.64	31,763.71	34,160.60	34,647.69	36,483.14
IGV Ventas 18%	0	0	0	0	0	0
Resultado	1,876.66	30,785.64	31,763.71	34,160.60	34,647.69	36,483.14
Devolución del IGV	1,876.66	32,662.31	31,763.71	34,160.60	34,647.69	36,483.14

Elaboración propia

En la tabla 84, se ha realizado el cálculo de la devolución del IGV el cual es el resultado de la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras; sin embargo,

al tratarse de una exportación, la cual está exenta del pago del IGV, el I.G.V. de compras es el saldo a favor del exportador. El año 0 se expresa el IGV de la inversión.

6.9. Presupuesto de ingresos

Tabla 85 Ventas en los próximos años
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	270,000	282,360	298,116	317,871	340,380

Elaboración propia

En la Tabla 85 se reflejan las ventas proyectadas en un periodo de cinco años con el fin realizar la evaluación del proyecto. El valor representado por los ingresos de ventas en el primer año es de S/ 270,000 el cual resulta de la siguiente explicación: Se exportará un total de 2500 unidades el primer año. Asimismo, se ha evaluado el precio de venta unitario que es igual a S/18 el primer año, en dólares \$ 5.01. Para los siguientes cuatro años, se ha estimado una tendencia de crecimiento anual de 4%, 5%, 6% y 7%.

6.10. Presupuesto de egresos

Tabla 86 Presupuesto de egresos
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto tercerizado	102,190.5	106,395.12	111,724.476	118,471.674	126,855.72

Costo de exportación	29,784.12	30,931.86	32,478.72	34,196.04	35,449.62
Gastos fijos	14,542	14,624	15,305	15,305	15,864
Gastos de personal	44,940	46,140	48,540	49,740	52,140

Elaboración propia

En la tabla 86, se estima un incremento en el costo de compra de producto tercerizado en función a la tendencia de mercado y por el incremento de ventas del producto, también se determinó los demás presupuestos de egresos de los costos fijo, costo del personal por tendencia del mercado.

6.11. Flujo de caja proyectado

Tabla 87 Flujo de caja económico
(Expresado en soles)

CONCEPTO		AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
INGRESOS			270,000	282,360	298,116	317,871	340,380
Ingresos operativos			270,000	282,360	298,116	317,871	340,380
Ingresos no operativos			-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS			217,105	223,738	233,696	243,360	255,957
Costos fijos			59,482.37	60,764	63,845	65,045	68,004
Costos Variables			156,237	161,589	168,465	176,930	186,568
Depreciación			1,185	1,185	1,185	1,185	1,185
Amortización intangible			200	200	200	200	200
UTILIDAD OPERATIVA			52,895	58,622	64,420	74,511	84,423
Impuesto renta	RMT 1% MENSUAL ING. NETOS		2,700	2,824	2,981	3,179	3,404
UTILIDAD NETA			50,195	55,798	61,439	71,332	81,019
Depreciación			1,185	1,185	1,185	1,185	1,185

Amortización intangible			200	200	200	200	200
Valor Residual							506
Inversiones		(87,678)	-	-	(5,758)	-	-
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		(87,678)	51,581	57,183	57,066	72,717	82,910
FCF ACUMULADO		(87,678)	(36,097)	21,087	78,152	150,870	233,780

Elaboración propia

En la tabla 87, el flujo de caja económico está constituido por la diferencia entre los ingresos operativos menos los egresos operativos.

Tabla 88 Flujo de caja Financiero
(Expresado en soles)

CONCEPTO		AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
INGRESOS			270,000	282,360	298,116	317,871	340,380
Ingresos operativos			270,000	282,360	298,116	317,871	340,380
Ingresos no operativos			-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS			224,178	228,403	235,470	243,360	255,957
Costos fijos			59,482	60,764	63,845	65,045	68,004
Costos Variables			156,237	161,589	168,465	176,930	186,568
Intereses			7,073	4,664	1,774		
Depreciación			1,185	1,185	1,185	1,185	1,185
Amortización intangible			200	200	200	200	200
UTILIDAD OPERATIVA			45,822	53,957	62,646	74,511	84,423
Impuesto renta	RMT 1% MENSUAL AL ING. NETOS		2,700	2,824	2,981	3,179	3,404
UTILIDAD NETA			43,122	51,134	59,665	71,332	81,019
Depreciación			1,185	1,185	1,185	1,185	1,185
Amortización intangible			200	200	200	200	200

Valor Residual							506
Amortización			(12,044)	(14,452)	(17,343)		
Inversiones		(87,678)	-	-	(5,758)	-	-
Préstamo		43,839					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		(43,839)	32,464	38,067	37,949	72,717	82,910
FCF ACUMULADO		(43,839)	(11,375)	26,692	64,641	137,358	220,269

Elaboración propia

En la tabla 88, se detalla el flujo de caja financiero el cual incluye los ingresos operativos, no operativos, los intereses por el préstamo.

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla 89 Estados de ganancias y perdidas
(Expresado en soles)

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	270,000	282,360	298,116	317,871	340,380
(-) COSTO DE VENTAS	144,635	149,987	156,863	165,328	174,965
UTILIDAD BRUTA	125,365	132,373	141,253	152,543	165,415
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	59,482	60,764	63,845	65,045	68,004
(-) GASTOS DE VENTAS	11,602	11,602	11,602	11,602	11,602
(-) DEPRECIACIÓN	1185	1185	1185	1185	1185
UTILIDAD OPERATIVA	53,095	58,822	64,620	74,711	84,623
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0
(+) INGRESOS VARIOS	-	-	-	-	-
(-) GASTOS FINANCIEROS	7,073	4,664	1,774		
(-) GASTOS VARIOS	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	46,022	54,157	62,846	74,711	84,623

(-) IMPUESTO A LA RENTA 10%	4,602	5,416	6,285	7,471	8,462
UTILIDAD NETA	41,420	48,742	56,562	67,240	76,160

Elaboración propia

En la tabla 89, se observa el estado de ganancias y pérdidas de la empresa LEHT S.A.C. que inicia con el ingreso total conformado por ingresos de ventas, del cual se resta el costo de venta, teniendo como resultado en el primer año una la utilidad bruta de S/ 125,365 que representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros. Posteriormente, los gastos operativos constituidos por los gastos de ventas y la depreciación, se deducen de la utilidad bruta, lo cual se llega a un resultado de S/53,095 como utilidad operativa en el primer año, que representa la utilidad conseguida por vender los productos, este monto no considera los costos financieros ni fiscales, los cuales considerándolos se obtuvo S/ 46,022 de utilidad neta antes de impuestos. Por último, se calculan los impuestos según el tipo de la empresa y se deduce para determinar la utilidad neta después de impuesto, que para el primer año se obtuvo como resultado de S/ 41,420.

6.14. Evaluación de la Inversión

6.14.1. Evaluación Económica

Tabla 90 Resultados económicos

	COK	VALOR
VANE	13.00%	S/ 131,900.79
TIRE		59.87%
PRIE		1.63
B/C Económico		S/ 3.67

Elaboración propia

En la Tabla 90, se observa la evaluación económica de la empresa por lo que se puede concluir que este proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, dando como resultado VANE igual a S/ 131,900.79 un TIRE de 59.87% y un beneficio/costo de S/. 3.67, que significa que se cumple la regla para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$ y el $B/C > 1$.

6.14.2. Evaluación Financiera

Tabla 91 Resultados Financieros

	WACC	VALOR
VANF	16.0%	S/ 116,312.74
TIRF		86.59%
PRIF		1.30
B/C Financiero		S/ 6.02

Elaboración propia

En la Tabla 91 se verifica que por tratarse de un flujo de caja financiero el VANF $> VANE$, $Tirf >$ tasa de interés del banco, se produce un apalancamiento financiero para beneficio del inversionista. Entre los resultados que se obtuvieron de VANF igual a S/. 116,312.74 un TIRF de 86.56% y un beneficio/costo de S/. 6.02 por lo que se concluye que el proyecto es rentable. Según la evaluación de la inversión, ambos casos para el proyecto son bueno, siendo la evaluación financiera la cual presenta mejores resultados.

6.14.3. Evaluación social

El presente proyecto es sobre la exportación de hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas; que no lleva a ningún conflicto social, sino por lo contrario, apoya positivamente a la economía del país al generar más puestos de trabajo.

Es un producto rico en minerales y vitaminas, es una opción para una buena alimentación, más saludable.

6.14.4. Impacto ambiental

La empresa LEHT S.A.C. exportará hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas, siendo ambientalmente responsable ya que, como parte de su cultura organizacional, empleará criterios que permitan el desarrollo sostenible como el uso eficiente de energía, agua, impresión responsable y manejo adecuado de residuos. Además de uso adecuado de materia prima, y otros recursos. Los procesos que realiza la empresa no representan algún impacto negativo ya que este es un producto orgánico, usan menos insecticidas y plaguicidas.

6.15. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Tabla 92 Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	13%
Participación Inversionista 1	60.00%
TREMA Inversionista 2	13%
Participación Inversionista 2	40.00%
COK	13%

Elaboración propia

En la tabla 92, para determinar el Costo de oportunidad COK, fue de acuerdo a los socios de la empresa, cada socio decidió el costo de oportunidad de 13%, se realizó un promedio para determinar el costo de oportunidad, las empresas generan valor para el propietario, porque los retornos de los proyectos de inversión deben ser iguales o mayores.

Tabla 93 Determinación de la WACC

Costo del patrimonio (COK)	13%
Participación del patrimonio	50.00%
Costo Financiamiento	20%
Participación de terceros	50.00%
Impuesto a la renta	4.84%
WACC	16.02%

Elaboración propia

6.16. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Tabla 94 Análisis de sensibilidad con tipo de cambio
(Expresado en soles)

Tipo de cambio	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.420	78,863.99	42.35%	2.79	67,588.63	57.31%	4.27
3.540	119,187.87	55.29%	3.47	104,525.57	78.48%	5.62
3.596	131,900.79	59.87%	3.67	116,312.74	86.59%	6.02
3.620	135,880.34	61.53%	3.73	120,045.35	89.71%	6.14
3.640	140,124.40	63.15%	3.79	123,996.56	92.69%	6.27

Elaboración propia

- T/C: 3.596 que la empresa LEHT S.A.C, está utilizando.

Como se observa en Tabla 94 el análisis de sensibilidad con el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores económicos y financieros. Por ejemplo, para un tipo de cambio de S/. 3.42 se obtiene un B/C económico de 2.79, entonces ante un mayor tipo de cambio existe un mejor beneficio costo para las empresas exportadoras, debido a que se obtendrán más soles por cada dólar que paguen. Para mitigar el riesgo de cambio se ha optado por recurrir al sistema bancario para contratar un tipo de cambio forward.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- La creciente tendencia por el consumo de productos naturales orgánicos, al cuidado de su salud, sobre todo en esta época donde las personas desean un cambio en sus hábitos alimenticios es una oportunidad de poner en marcha este plan de negocios.
- Luego de realizar el análisis económico y financiero del presente proyecto se concluye que es viable ya que cumplen los criterios de evaluación económica y financiera al tener un TIR Económico de 59.87% y una TIR Financiero de 86.59% por arriba del costo financiero y del costo del accionista. Asimismo, genera un VAN Económico de S/131,900.79 y un VAN Financiero de S/ 116,312.74 un indicador optimista, para poder entrar en este rubro de negocio y mercado de destino.
- Las hojuelas de maíz morado con frutas deshidratadas es una alternativa saludable, diferentes cereales para desayuno convencionales que contienen en su mayoría gran cantidad de azúcares, el valor está en ofrecer al consumidor un producto alto en valor nutricional.

7.2. Recomendaciones

- Efectuar campañas de marketing, realizar mayor publicidad para llegar a otros clientes y ampliar los productos a exportar.

- Recurrir al sistema bancario para financiar del plan con la finalidad de obtener el máximo rendimiento, buscar una tasa con menos interés para no tener una deuda grande con el banco
- Aprovechar los incentivos para las exportaciones, para buscar nuevos mercados.
- Realizar estudios de mercado para la incursión de nuevos productos.
- Se recomienda realizar los análisis financiero y económico, en el caso que agreguemos un producto y por sensibilidad ante el tipo de cambio

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADEX. (2020). ADEX data trade. Obtenido de <http://www.adexdatatrade.com/>
- Agencia peruana de noticias. (2020). Orgullo peruano: conoce los superalimentos de Perú que conquistan al mundo. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-orgullo-peruano-conoce-los-superalimentos-peru-conquistan-mundo-753147.aspx>
- Agencia peruana de noticias. (2019). Seis regiones del Perú cultivan 102 hectáreas de arándano. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-seis-regiones-del-peru-cultivan-102-hectareas-arandanos-436531.aspx>
- Agencia peruana de noticias. (2020). Aguaymanto: la fruta de los Andes peruanos que es sensación en el mundo. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-aguaymanto-fruta-los-andes-peruanos-es-sensacion-el-mundo-724227.aspx>
- AGROFORUM. (29 de 10 de 2020). *Razas de maíz en el Perú*. Obtenido de AGROFORUM: <http://www.agroforum.pe/cultivos-industriales/razas-de-maiz-peru-5140/>
- Banco Mundial. (2020). Variables geopolítico del País de Chile. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/chile>
- Banco Mundial. (2020). Población total de Chile. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?end=2019&location=s=CL&start=1999&view=chart>
- Banco Santander. (2020). Comercio Exterior. Obtenido de <https://www.santander.com.pe/servicios/comercio-exterior.html>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2020). Región metropolitana de Santiago. Obtenido de <https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/region13>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2020). Santiago. Obtenido de https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2020&idcom=13101
- Cámara de Comercio de Lima. (2020). *Ruedas de negocio*. Obtenido de <http://m.camaralima.org.pe/principal/categoria/ruedas-de-negocio/26/c-26>

Cámara de Comercio de Lima. (2020). *Ferias internacionales*. Obtenido de <http://m.camaralima.org.pe/principal/categoria/ferias-camara-de-comercio/31/c-31>

Cámara de Comercio de Lima. (2020). Plataforma de negocios. Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/plataforma-de-negocios/>

Cámara de Comercio de Lima. (2020). Afiliaciones. Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/afiliaciones/#:~:text=Condiciones%20para%20afiliarse%20a%20la%20CCL%3A&text=De%20ser%20Persona%20Jur%C3%ADdica%20estar,Carnet%20de%20Extranjer%C3%ADa%20o%20Pasaporte>

CreceNegocios. (2020). Los Valores de una empresa. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/los-valores-de-una-empresa/>

Control Unión. (2020). Certificación orgánica. Obtenido de <https://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion/organico>

Cruz Campos. (2020). Frutas: Aguaymanto deshidratado. Obtenido de <http://cruzcampoperu.com/raw-dried-fruits/>

DIGESA. (2003). *Norma Sanitaria*. Obtenido de http://www.digesa.minsa.gob.pe/norma_consulta/Proy_RM615-2003.pdf EAE

Business School. (25 de 10 de 2020). *La unitarización de carga en logística*. Obtenido de EAE Business School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-unitarizacionde-carga-en-logistica/>

EL PERUANO. (2013). Ley N° 30056. Obtenido de <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30056.pdf>

EL PERUANO. (2017). LEY 28976. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51759/1562796/TUO+Ley+Marco+d+Licencia+de+Funcionamiento.pdf/162f254c-8996-55ab-768b-ba1d5eecedee5>

LinKedIn Corporation. (2020) Crear una página de LinkedIn. Obtenido de <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/1693/crear-una-pagina-de-empresa-en-linkedin?lang=es>

ESAN. (2020). *Cinco estrategias de marketing digital*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/cinco-estrategias-demarketing-digital/>

ESAN. (2020). *El proceso de construcción de la cultura organizacional*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/elproceso-de-construccion-de-la-cultura-organizacional/>

EUROMONITOR. (2020). EUROMONITOR. Obtenido de EUROMONITOR: <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>

Expansión. (2020). *Economía y datos de los países*. Chile: Economía y demografía. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/chile>

ECOANDINO (2020). *Superalimentas orgánicos andinos y amazónicos*. Obtenido de <https://ecoandino.com/es/inicio/>

Ecomercenews (2020). SUNAT: Activa proceso digital. Obtenido de. <https://www.ecomercenews.pe/transformacion-digital/2020/exportacion-digital-peru.html>

FAO. (1997). *SISTEMA DE ANÁLISIS DE PELIGROS Y DE PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL (HACCP) Y DIRECTRICES PARA SU APLICACIÓN*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/005/y1579s/y1579s03.htm>

FERIAS INTERNACIONALES.WIKISPACES. (2020). *Las misiones internacionales*. Obtenido el 30 de 10 de 2020, de www.feriasinternacionales.wikispaces.com

Fast secret. (2020). *Valor nutricional de los arándanos*. Obtenido de <https://www.fatsecret.es/calor%C3%ADas-nutrici%C3%B3n/hacendado/ar%C3%A1ndanos-deshidratados/100g>

Google AdWords. (2020). *Haz crecer tu negocio con Google Ads*. Obtenido de https://ads.google.com/intl/es-419_pe/home/

Gobierno regional de Chile. *Información de la Región Metropolitana de Chile (2020)*. <http://www.subdere.gov.cl/divisi%C3%B3n-administrativa-de-chile/gobierno-regional-metropolitano-de-santiago#:~:text=La%20regi%C3%B3n%20Metropolitana%20tiene%20una,alcanza%20a%20393%20hab%2Fkm2>.

Gobierno del Perú. (2020). *Regímenes tributarios*. Obtenido de Gobierno del Perú: <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>

Gobierno Regional región de Valparaíso. (2020). Provincias de Valparaíso. Obtenido de Gobierno Regional Región de Valparaíso: <http://www.gorevalparaiso.cl/valparaiso.php>

GrandesPymes. (2020). *La matriz de Ansoff*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2014/04/26/estrategia-la-matriz-de-ansoff-de-producto-mercado-o-vector-de-crecimiento-2/>

INDECOPI. (2013). *Guía informativa sobre el rotulado*. Obtenido de INDECOPI: https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/guia_rotulado_2013.pdf

INDECOPI. (2020). Ley N° 28976. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51759/1562796/TUO+Ley+Marco+de+Licencia+de+Funcionamiento.pdf/162f254c-8996-55ab-768b-ba1d5eecdee5>

INDECOPI. (2018). Búsqueda de antecedentes. Obtenido de INDECOPI: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/presentacion1>

INDECOPI. (2020). *Registro de marcas y otros signos*. Obtenido de INDECOPI: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

Instituto nacional de estadística. (2019). Estimaciones y proyecciones de la población en base 2017. Obtenido de <https://www.ine.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales/proyecciones-de-poblacion>

Instituto nacional de estadística. (2017). CENSO. Obtenido de https://www.censo2017.cl/wp-content/uploads/2017/12/Presentacion_Resultados_Definitivos_Censo2017.pdf

KELLOGGS. (2018). Las grandes etapas de la fabricación de cereales. Obtenido de https://www.kelloggsnutrition.com/es_ES/knowledge/Kelloggs_y_la_Nutricion/Las_grandes_etapas_de_la_fabricacion_de_cereales.html

La Tercera. (2019). Clase media de Chile crece. Obtenido de <https://www.latercera.com/pulso/noticia/clase-media-chile-continua-creciendo-una-decada-paso-representar-43-al-65/664512/#:~:text=...-Clase%20media%20en%20Chile%20contin%C3%BAa%20creciendo%3A%2>

0En%20una%20d%C3%A9cada%20pas%C3%B3,representar%20el%2043%25%20al%2065%25

Market Access Map. (28 de 02 de 2018). *MACMAP*. Obtenido de Map:<http://www.macmap.org/Default.aspx?ReturnUrl=%2fQuickSearch%2fFindTariff%2fFindTariffResults.aspx%3fproduct%3d10059090%26country%3d152%26partner%3d604%26year%3d2017%26source%3d1%7cITC%26AVE%3d1&product=10059090&country=152&partner=604&year=2017&source=1>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). Acuerdo comercial entre Perú y Chile. Obtenido de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=70&Itemid=93

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2016). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/guias/Guia_de_Capacidades_Gerenciales_CE.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). Oficina comercial del Perú en Chile. Obtenido de <https://ocexperuenchile.cl/index.php>

Ministerio de agricultura de Perú. Aguaymanto. Obtenido de <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/sectoragrario/agricola/lineasdecultivosemergentes/AGUAYMANTO.pdf>

Ministerio de Salud de Chile. (2017). Ley de Alimentos. SEMINARIO “OBESIDAD UN PROBLEMA PAÍS: EVALUACIÓN DE LA LEY SOBRE COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD”. Obtenido de <https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/01/1-Presentaci%C3%B3n-inaugural-Seminario.pdf>

Ministerio de Salud de Chile. (2017). Ley de Alimentos. A seis meses de la entrada en vigencia de la Ley de Alimentos: Etiquetado influye en decisión de compra de más del 90% de quienes reconocen los sellos. Obtenido de

<https://www.minsal.cl/a-seis-meses-de-la-entrada-en-vigencia-de-la-ley-de-alimentos-etiquetado-influye-en-decision-de-compra-de-mas-del-90-de-las-personas-encuestadas/>

Ministerio de Salud de Chile. (2019). Ley de alimentos – Manual de etiquetado nutricional. Obtenido de

<https://www.minsal.cl/ley-de-alimentos-manual-etiquetado-nutricional/>

Ministerio de Salud de Chile. (2019). Manual de Etiquetado nutricional de alimento. Obtenido de

<https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2018/01/Manual-Etiquetado-Nutricional-Ed.-Minsal-2017v2.pdf>

Municipalidad de Ate. (2020). Licencias de Funcionamiento. Obtenido de <http://www.muniate.gob.pe/ate/licenciasFuncionamiento.php>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2014). Derechos laborales de los trabajadores. Obtenido de

http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_informacion_laboral.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2014). Contratos laborales. Obtenido de

http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/dnrt/publicaciones/triptico/CONTRATOS_LABORALES.pdf

Organización Mundial del Comercio. (2020). Medidas sanitarias y fitosanitarias. Obtenido de

https://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/sps_s.htm

Peruvian Nature (2020). Inicio. Obtenido de

<https://peruviannature.com/es/>

Perupymes. (2020). *Como crear una empresa desde cero*. Obtenido de Perupymes: http://perupymes.com/pymes/index.php/crear_una_empresa_desde_cero

Perupymes. (2020). *Como crear una empresa desde cero*. Obtenido de Perupymes: http://perupymes.com/pymes/index.php/crear_una_empresa_desde_cero

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2020). Incluir a mi empresa exportadora en Perú Marketplace. Obtenido de

<https://www.gob.pe/9572-incluir-a-mi-empresa-exportadora-en-peru-marketplace>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2020). Solicitar uso de Marca Perú en mis productos o servicios. Obtenido de

<https://www.gob.pe/10018-solicitar-uso-de-marca-peru-en-mis-productos-o-servicios-para-uso-en-productos>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2020). Como tramitar la exportación definitiva. Obtenido de

<https://www.gob.pe/7462-tramitar-la-exportacion-definitiva>

Portal educativo Mapade. Equipo de redacción profesional. (2016). Mapa de Chile. Obtenido de <https://www.mapade.org/chile.html>.

PROINVERSION. (2020). Cuadro comparativo de sociedades. Obtenido de PROINVERSION:

<http://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?prf=0&jer=5732&sec=1>

Promonegocios. (2020). Mision y Visión. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2019). Regímenes aduaneros. Obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2019). Constituir o registrar una empresa. Obtenido de

<https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

PROMPERU. (2020). Subtema: Marketing digital. Obtenido de http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4206/2.%20Tema_CE_Subt4_texto.pdf?sequence=1&isAllowed=y

PROMPERU. (2020). Perú Marketplace: Nuevo canal online. Obtenido de <https://exportemos.pe/servicios-digitales/peru-marketplace>

Redagricola. (2017). Arándanos en Perú: Situación actual y perspectivas. Obtenido de <https://www.redagricola.com/cl/arandanos-en-peru-situacion-actual-y-perspectivas/>

PROMPERU. Súper foods Perú: Súper maíz morad. Obtenido de <https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-maiz-morado>

PROMPERU. Súper foods Perú: Súper aguaymanto. Obtenido de

<https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-aguaymanto>
PROMPERU. (2020). Conoce el aguaymanto uno de los mejores alimentos producidos en el Perú. Obtenido de <https://peru.info/es-pe/gastronomia/noticias/2/12/conoce-el-aguaymanto--uno-de-los-mejores-alimentos-producidos-en-el-peru>
PROMPERU. (2019). Como obtener un certificado orgánico. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/3917>
Proyectos Peruanos. (2020). Cultivo de arándanos. Obtenido de https://proyectosperuanos.com/cultivo_de_arandanos/
Revista InduAlimentos. (2020). Revista para la industria de alimentos. Obtenido de <https://www.indualimentos.cl/revista-indualimentos/publicidad>
SANTANDER TRADE. (2020). CHILE: Política y economía. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>
SANTANDER TRADE. (2020). CHILE: Distribuir un producto. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/distribuir-un-producto>
SANTANDER TRADE. (2020). CHILE: Como llegar al consumidor. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/llegar-al-consumidor>
SANTANDER TRADE. (2020). CHILE: Cifras del comercio exterior en Chile. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/cifras-comercio-exterior>
SANTANDER TRADE. (2020). Incotems. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/encontrar-socios/incoterms>
SANTANDER TRADE. (2018). Medios de pagos internacionales. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/banca/peru/guia-comercio-exterior-medios-de-pago>
SANTANDER TRADE. (2018). Analizar mercados: flujos de importación y exportación. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/flujos-import-export#resultats>

- SIICEX. (2012). Modelos de contratos internacionales. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>
- SIICEX. (2020). Regulaciones para exportar. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=709.69200
- SIICEX. (2020). Herramientas logísticas para exportación. Obtenido de <https://herramientaslogisticas.siicex.gob.pe/>
- SIICEX. (2020). Herramientas digitales para la Micro, Pequeña y Mediana empresa. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=893.00000
- SIICEX. (2020). Exportaciones del producto aguayamanto según sus principales mercados. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/apb/ReporteProducto.aspx?psector=1025&preporte=prodmercvolu&pvalor=331080>
- SIICEX. (2016). Requisitos para acceso de alimentos a Chile- PROMPERU. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/guia-requisitos-para-acceso-alimentos-a-chile-2016-promperu.pdf>
- SIICEX. (2020). Requisitos de acceso al mercado. Obtenido de <http://ram.promperu.gob.pe/#!/?product=149&partida=1904.10.00.00&country=9>
- SIICEX. (2020). LMR (Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas). Obtenido de https://www.minsal.cl/wpcontent/uploads/2017/04/DECRETO_977_96_actualizado_a-octubre-2016.pdf
- SIICEX. (2020). Herramientas y servicios para el exportador. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaises_x_Partida.aspx
- SUNAT. (2020). Evaluación y requisitos para la obtención de Licencia de Funcionamiento. Obtenido de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso8.pdf>
- SUNAT. (2020). Saldo A favor materia de beneficio-SFMB. Obtenido <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/devoluciones-empresas/saldo-a-favor-materia-de-beneficio-sfmb/3573-solicitud-de-devolucion-del-saldo-a-favor-materia-del-beneficio-empresas>
- SUNAT. (2020). Orientación Aduanera, Exportación. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/trasmision.html>

- SUNAT. (2020). Planilla electrónica. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica>
- SUNAT. (2018). *Regímenes tributarios*. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/regimen-tributario>
- SUNAT. (2020). Obtener RUC. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/obtener-ruc>
- SUNAT. (2020). Inscripción al RUC –empresas. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas/3197-inscripcion-al-ruc-empresas>
- SUNAT. (2020). *Tablas Anexas*. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas/6746-03-tablas-anexas-2-ruc-empresas>
- SUNAT. (2020). Tratamiento arancelario por partida arancelaria. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- SUNAT (2020). Procedimiento general de Exportación definitiva DESPA-PG.2 (Versión 7). Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/index.html>
- SUNAT (2020). Exportación definitiva. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- SUNAT (2020). Normas legales: Cambios por el decreto legislativo 1433. Obtenido de https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03/ctrlCambios/cc-gja-03-1433_27_31_12_2019.htm
- SUNARP. (2018). Constituir una empresa. Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>
- TRADE MAP. (2020). Datos Estadísticos de la partida arancelaria. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3%7c%7

ANEXOS

Anexo N° 01: Solicitud de Reserva de nombre de Persona Jurídica

**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.es, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



Anexo N° 02: Solicitud de constitución de Empresas



Anexo 1 de Declaración Jurada

FICHA DE SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS/MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS

Estimado(a) Señor(a) Empresario(a): Sirvase llenar la siguiente información: Promotor: Fecha:
 N° de expediente: N° de registro:

I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN

1. Denominación o Razón Social de la Empresa (especificar si es SA, SAC, SRL o EIRL)

2. Nombre Abreviado de la Empresa (si lo tuviera)

3. Dirección o domicilio Legal de la empresa
 Av. Jr. Calle, Pasaje, Prolongación, Malecón, N° o Mz, Lote y Urbanización

Distrito Provincia Departamento / Región

4. Teléfono 5. Celular 6. Correo Electrónico

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN

7. Descripción de la Actividad Económica

III. INFORMACIÓN DEL TITULAR O SOCIOS DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN (si el listado fuera mayor, adjuntar una hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante)

1. Información del socio(a)

Apellido Paterno Apellido Materno Nombres DNI / CE Fecha de Nacimiento

Sexo M F SI NO Discapacitado SI NO Nacionalidad Estado Civil Grado de Instrucción Profesión/Ocupación Total de aportes en electivo (S/.) Total de aportes en bienes (S/.)

Dirección o domicilio Cargo

Gerente	Director
Sub Gerente	Presidente del Directorio

Detalle de los bienes aportados (Si el listado fuera mayor, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos)

Descripción	Marca	Modelo	Serie	Valor en S/.

Información del cónyuge

Apellido Paterno Apellido Materno Nombres

DNI / CE Fecha de Nacimiento Sexo M F Nacionalidad Profesión/Ocupación

2. Información del socio(a)

Apellido Paterno Apellido Materno Nombres DNI / CE Fecha de Nacimiento

Sexo M F SI NO Discapacitado SI NO Nacionalidad Estado Civil Grado de Instrucción Profesión/Ocupación Total de aportes en electivo (S/.) Total de aportes en bienes (S/.)

Dirección o domicilio Cargo

Gerente	Director
Sub Gerente	Presidente del Directorio

Detalle de los bienes aportados (Si el listado fuera mayor, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos)

Descripción	Marca	Modelo	Serie	Valor en S/.

Información del cónyuge

Apellido Paterno Apellido Materno Nombres

DNI / CE Fecha de Nacimiento Sexo M F Nacionalidad Profesión/Ocupación

Anexo N° 03: Solicitud de registro de marca de producto / servicio



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)	
Nacionalidad / País de Constitución:	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas RUC
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito:	Provincia:
Departamento:	
Referencias de domicilio:	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular

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 lo 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)

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):

Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

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

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <u>logos-dsd@indecopi.gob.pe</u> (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se</p> </div>
--	---	--

6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: **SI** **NO**
 (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)

6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)

Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi))

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.

Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

Anexo N° 04: Formato declaración jurada para Licencia de Funcionamiento

 MUNICIPALIDAD DE AREQUIPA OFICINA DE ECONOMÍA Y FINANZAS SUB OFICINA DE INICIATIVAS EMPRESARIALES (INICIATIVA Y NEGOCIO)		FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO Ley N° 28076 - Ley de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones		N° ESP -						
				N° ITSE (SA- RMS)						
				N° REGISTRO SUNAF						
I MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)										
Licencia de Funcionamiento (Items 6, 7, 8 solo completar secciones I, II y III)				Datos por Cambios o modificaciones						
1 Indeterminada 2 Temporal 3 Catastrario 4 Monociclo, galería y centro comercial 5 Duplicado				6 Cambio domicilio, o nombre comercial, persona jurídica 7 Cambio de actividades 8 Transmisión de bienes 9 Otros				Nota Bien: Si indicar periodo, si indicar N° Lic. Principal, si y si indicar N° Lic., si indicar N° Lic. y nombre de la nueva denominación o nombre comercial, si indicar N° Lic. y adjuntar copia simple de contrato, si indicar N° Lic.		
II DATOS DEL SOLICITANTE										
Apellidos y Nombres / Razón social										
N° DNI/N° C.E.		N° RUC		N° Teléfono		Correo electrónico				
Av./Tr./Ca./Pje./Otros		N°/Int./Mo./Uz./Otros		Urb./AA/RR./Otros		Distrito y Provincia				
III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO										
Apellidos y Nombres			N° DNI/N° C.E.		N° Partida Electrónica y Asiento de inscripción SUNAF (de corresponder)					
IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO										
Dirección (Av./Ca./Tr./Pje./Otros - N°/Mo./Uz./Int./Otros)					Urb./Razc./Coop./AA,RR./Otros					
Categoría (MIP)		Servicio*			Función*		Zona*			
							Área total solicitada (m ²)			
Autorización Sectorial (de corresponder)										
Entidad que otorga autorización		Denominación de la autorización sectorial		Fecha de autorización		Número de autorización				
Número comercial				Código de ubicación espacial						
Zona y Sector geográfico*		Notario autorizado		<input type="text"/>						
V DECLARACION JURADA										
Declara (DE CORRESPONDER MARCAR X) Cuanto con poder suficiente según dato actual como representante legal de la persona jurídica conductora diferentemente de la persona natural que representa.										
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad edificaciónes y se somete a la inspección técnica que corresponde en función al riesgo, de conformidad con la legislación nacional.										
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de establecimientos, de acuerdo con la presente en la ley.										
Cuenta con título profesional vigente y está habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).										
Tengo constancia de que la presente Declaración Jurada y documentación esta sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarando la nulidad de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, seré responsable de las acciones de control de la autoridad municipal competente.										
Observaciones o comentarios del solicitante:										
Fecha:				Firma del solicitante / Representante legal / Apoderado Nombres y Apellidos: _____ DNI: _____						
VERIFICACION DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)*										
<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo bajo		<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio		<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto		<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto				
Nombres y Apellidos:				Fecha y sello del calificador municipal						

* Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad

Anexo N° 05: Guía para la Inscripción del RUC



RESOLUCIÓN DE SUPERINTENDENCIA N° 078-2020/SUNAT

GUÍA PARA LA INSCRIPCIÓN O REACTIVACIÓN EN EL RUC DE PERSONAS JURÍDICAS Y OTRAS ENTIDADES

INSCRIPCIÓN REACTIVACIÓN

REQUISITOS

La presente guía deberá ser ingresada a través de la Mesa de Partes Virtual, adjuntando los siguientes archivos digitalizados:

- Documento sustentatorio señalado en el Anexo 1 de la R.S. 210-2004/SUNAT, en el caso de entidades distintas a las inscritas en los Registros Públicos, según Tipo de contribuyente
- Documento de identidad de(los) representante(s) legal(es) (en caso sea distinto a DNI)
- Documento público o privado donde conste la dirección del domicilio fiscal declarado.

TIPO DE CONTRIBUYENTE

Señalar según la Tabla Anexa N° 2 - Tipo de contribuyente, publicada en SUNAT Virtual.

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

NÚMERO DE PARTIDA REGISTRAL

ZONA REGISTRAL

OFICINA REGISTRAL

TIPO DE REPRESENTACIÓN

Marcar con (X)

INDISTINTA

CONJUNTA

SUCESIVA

ORIGEN DEL CAPITAL

Marcar con (X)

NACIONAL

EXTRANJERO

PAÍS _____

DOMICILIO FISCAL

DISTRITO

PROVINCIA

DEPARTAMENTO

CONDICIÓN DEL DOMICILIO:

Marcar con (X)

PROPIO ALQUILADO CEDIDO EN USO OTROS

CORREO ELECTRÓNICO:

Inscripción: el señalado en la Mesa de Partes Virtual
Reactivación: debe ingresar dato válido

TELÉFONO MÓVIL:

(medio por el cual se le contactará para validar su identidad)

ACTIVIDAD ECONÓMICA

(según Tabla Anexa N° 1 - CIIU publicadas en SUNAT VIRTUAL)

SISTEMA DE CONTABILIDAD:

Marcar con (X)

MANUAL COMPUTARIZADO

SISTEMA DE EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO:

Marcar con (X)

MANUAL COMPUTARIZADO MÁQ. REGISTRADORA

FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:

(dd/mm/aaaa)

FECHA DE BAJA

(dd/mm/aaaa)

(SOLO PARA REACTIVACIÓN DEL RUC)

TRIBUTOS AFECTOS

Marcar con (X)

RÉGIMEN GENERAL

RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO - RMT

RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA - RER

OTROS

(Especificar según la Tabla Anexa N° 10 publicada en

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

TIPO DE DOCUMENTO

Marcar con (X)

DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD (DNI)

CARNÉ DE EXTRANJERÍA

PASAPORTE

CARNÉ DE IDENTIDAD EMITIDO POR RREE

CARNÉ DE PERMISO TEMPORAL DE PERMANENCIA

RUC (EN CASO EL REPRESENTANTE SEA UNA PERSONA JURÍDICA U OTRA ENTIDAD)

NÚMERO DE DOCUMENTO

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRES

FECHA DE NACIMIENTO:

(dd/mm/aaaa)

RAZÓN SOCIAL (En caso de persona jurídica u otra entidad)

TIPO DE CARGO

(según la Tabla Anexa N° 12 publicada en SUNAT VIRTUAL)

FECHA DE INICIO DEL CARGO

(dd/mm/aaaa)

DOMICILIO

DISTRITO

PROVINCIA

DEPARTAMENTO

CONDICIÓN DEL DOMICILIO:

Marcar con (X)

PROPIO

ALQUILADO

CEDIDO EN USO

OTROS

CORREO ELECTRÓNICO

TELEF. MÓVIL

Anexo N° 06: Modelo de contrato por Inicio de Lanzamiento de Nueva Actividad

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte LEHT S.A.C., con R.U.C. N° 20507646727 y domicilio fiscal en Calle SIMON BOLIVAR, distrito de ATE, Lima debidamente representada por la señorita HUARACHA TOSCANO LIZ EVELYN con D.N.I. N° 46885669, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte Marisol Martínez García; con D.N.I. N° 47090865, domiciliado en Av. UNION, Chaclacayo, a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades administrativas de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de asistente de administración y finanzas, en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de seis meses, y rige desde el 01 de enero de 2021 fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el 30 junio del 2021, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el 01 de enero del 2021 y concluye el 30 de marzo de 2021.

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a viernes de 8:00 horas a 18:30 horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo y en las

demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR. 192

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/ 1,200.00 como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato. Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los días 01 del mes de enero del año 2021.

.....
EL EMPLEADOR

.....
EL TRABAJADOR

Anexo N° 07: Contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato Intermitente”

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte LEHT S.A.C., con R.U.C. N° 20507646727 y domicilio fiscal en Calle SIMON BOLIVAR, distrito de ATE, Lima debidamente representada por la señorita HUARACHA TOSCANO LIZ EVELYN con D.N.I. N° 46885669, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte Carlos Sanchez; con D.N.I. N° 43724672, domiciliado en Calle El Retablo 158, Santa Clara, a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades contables de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de Supervisor de calidad, en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de 01 año, el mismo que regirá a partir del 01 de marzo del 2021 fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el 28 de febrero del 2022, fecha en que termina el contrato. **CUARTO:** Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante 01 mes.

QUINTO: EL TRABAJADOR podrá cumplir un horario flexible, previa coordinación con el gerente general.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR. 194

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/. 200.00 como remuneración mensual.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley. **NOVENO:** Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 789 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato. Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los días 01 del mes de marzo del año 2021.

.....
EL EMPLEADOR

.....
EL TRABAJADOR

Anexo N° 08: Aplicación/ Solicitud de Certificación



APLICACIÓN/SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN Y/O CAMBIOS Para ORGANICO ('Equivalente' EU, USDA-NOP, JAS, EFAPA, FIPA), INPUT, BIRD FRIENDLY y ESTANDARES ORGANICOS LOCALES (Perú, Ecuador, Colombia, Brasil, Paraguay, Bolivia) PARA CONTROL UNION CERTIFICATIONS/PERÚ (CU) INSPECTION & CERTIFICATION

FORMATO DE APLICACIÓN

Por favor, complete este formato de aplicación y devuélvalo a la oficina local de Control Union. Nosotros le proporcionaremos una oferta y discutiremos la mejor manera de ofrecerle nuestros servicios

INSTRUCCIONES AL SOLICITANTE

- Este Formato de aplicación debe ser completado para poder generarle una oferta.
- Una vez llenado por favor complete y firme en la última página el ítem "Declaración del Solicitante"

INFORMACIÓN DEL CLIENTE / Información para temas financieros

Nombre de la Organización	:	
Dirección	:	
Código postal/ Código Zip	:	
Ciudad	:	
País	:	
N° de teléfono	:	
N° de fax	:	
N° de RUC/RUT/VAT/NIT/RFC/RNC	:	

INFORMACIÓN DE LOS CONTACTO PRINCIPALES (LA PERSONA RESPONSABLE/ENCARGADO)

Nombre del Representante legal	:	
Correo electrónico	:	
N° de celular	:	
Nombre del Contacto Administrativo (para fines de facturación/cobranza del servicio)	:	
Correo electrónico	:	
N° de celular	:	
Nombre del Contacto Técnico	:	
Correo electrónico	:	
N° de celular	:	

GUÍA AL SOLICITANTE

Aplica por primera vez con CU	<input type="checkbox"/>
Ud. ya es cliente de CU. Se trata de una renovación/cambios	<input type="checkbox"/>

INDIQUE EL PROGRAMA ORGANICO AL QUE DESEA APLICAR ¹ (dentro del alcance de Control Union Certifications):

¹ Para mayor información sobre los estándares, requerimientos y alcances por favor consulte con nosotros o visite nuestro sitio web: <http://cucpublications.controlunion.com/>

Reglamento Orgánico de la Unión Europea EU (EU 834/2007, 889/2008) ²	<input type="checkbox"/>
Estados Unidos (USDA/NOP) ³	<input type="checkbox"/>
<i>Estados Unidos - Acuerdo de equivalencia orgánica de Canadá (USCOEA)⁴</i>	<input type="checkbox"/>
Japón (JAS)	<input type="checkbox"/>
Corea EFAPA (finca)	<input type="checkbox"/>
Corea FIPA (proceso)	<input type="checkbox"/>
SOLICITA UN PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN PRIVADO:	
INPUT: Material de protección de cultivos	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> NOP <input type="checkbox"/> JAS
INPUT: Fertilizantes y Materiales para Mejora del Suelo	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> NOP <input type="checkbox"/> JAS
De Alimentos para Mascotas (basado en EU 834/2007, 889/2008)	<input type="checkbox"/> EU
INDIQUE EL PROGRAMA ORGANICO AL QUE DESEA APLICAR ⁵ (dentro del alcance de Control Union Perú S.A.C según esquema 6 (ISO/IEC 17067):	
Ecuador - Normativa e Instructivo para Promover y Regular la Producción Orgánica – Ecológica – Biológica en el Ecuador (Registro Oficial No. 34 del 11 de Julio del 2013 y Resolución DAJ-20133EC-0201.0099)	<input type="checkbox"/>
Perú - Reglamento Técnico para los Productos Orgánicos D.S. N° 044-2006-AG -SENASA	<input type="checkbox"/>
Paraguay - Reglamento orgánico Nacional Resolución No. 143/11– SENAVE	<input type="checkbox"/>
Colombia -Resolución No. 187 de 2006 por la que se adopta el Reglamento para la producción primaria, procesamiento, empackado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización de productos agropecuarios ecológicos (Sello Ecológico Colombiano), Resolución 199 de 2016 por la cual se modifica parcialmente el Reglamento.	<input type="checkbox"/>
Brasil - Decreto 6323 - Regulamentação da Lei dos Orgânicos 10.831/2003 Brasil (Solo inspecciones)	<input type="checkbox"/>
Bolivia - Ley N° 3525 de Regulación y promoción de la producción agropecuaria y forestal no maderable ecológica y su Reglamento ⁶	<input type="checkbox"/>
OTROS SERVICIOS:	
Aplicación para el programa Bird Friendly - Indicar N° de Productores que aplican al programa: _____	<input type="checkbox"/>
Aplicación para el programa Bio Suisse Si aplica a Bio Suisse, es requisito de esta normativa tener un comprador registrado en Suiza, por favor, indique cuál es su comprador: _____	<input type="checkbox"/>

1. Productos

POR FAVOR, DESCRIBA A CONTINUACIÓN LOS PRODUCTOS QUE DESEA CERTIFICAR. SI SE TRATA DE CAMBIOS MENCIONE TODOS LOS PRODUCTOS E INDIQUE CUAL CAMBIÓ, CUAL FUE AÑADIDO O RETIRADO.

Nombre del producto	Cambiado, adicionado o retirado (indique según corresponda) *	Adjunte un formato de Especificación de Producto por producto (indique el nombre del archivo)

² CU está autorizado para realizar inspecciones orgánicas para EU en muchos países que no pertenecen a la Unión Europea y en Bulgaria. Para una lista completa por favor consulte con nosotros o visite nuestro sitio web.

³ Para la aplicación USDA NOP por favor considere la norma NOP 4009 sobre unidades subcontratadas (Q&A sobre quien necesite ser certificado): Cada operación certificada debe tener su propio certificado orgánico (los certificados no pueden ser “compartidos” por operaciones múltiples)

⁴ El cumplimiento de los términos del Acuerdo de equivalencia orgánica entre Estados Unidos y Canadá (USCOEA) permite que un producto orgánico USDA-NOP se venda como orgánico en Canadá. Para obtener más información sobre los requisitos / limitaciones, visite la página web del USDA-NOP: <https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification/international-trade/Canada>

⁵ Para mayor información sobre los estándares, requerimientos y alcances por favor consulte con nosotros o visite nuestro sitio web: <http://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion>

⁶ Bajo responsabilidad de la oficina Control Union Bolivia S.R.L.

Adicione más filas si es necesario		

(*)No aplica clientes nuevos

2. Unidades de producción /producción primaria ⁷

POR FAVOR, DESCRIBA A CONTINUACIÓN LAS ACTIVIDADES DE TODAS LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN (Agrícola/Acuícola). SI SE TRATA DE CAMBIOS, MENCIONE TODAS LAS UNIDADES E INDIQUE CUÁL CAMBIÓ, CUÁL FUE ADICIONADA O RETIRADA.

Nombre y dirección de la unidad	Tamaño (Ha)	N° de productores dentro del grupo de pequeños productores ⁸ - SIC	Tiene Producción Paralela ⁹ del mismo cultivo/animal a certificar? (SI /NO).	Cambiada/adicionada /retirada	Período de cosecha
Adicione más filas si es necesario					

3. Unidades de procesamiento

POR FAVOR, DESCRIBA TODAS LAS ACTIVIDADES NO PRIMARIAS Y UNIDADES, INCLUYENDO LA ADMINISTRACIÓN /OFICINA DE EXPORTACIÓN. SI SE TRATA DE CAMBIOS, MENCIONE TODAS LAS UNIDADES E INDIQUE CUÁL CAMBIÓ, CUÁL FUE ADICIONADA O RETIRADA.

Nombre y dirección de la unidad	Procesos (Administración, almacenamiento, lavado, corte, selección, embalaje de exportación, etc.)	Cambiada/adicionada /retirada (si aplica)*	Actividad/período de procesamiento	Unidad subcontratada	
				Sí	No
Adicione más filas si es necesario					

(*)No aplica clientes nuevos

4. Por favor, proporcione el tiempo de viaje estimado entre todas las unidades con el aeropuerto más cercano.

Para nuestra orientación, adjunte un mapa general básico donde todas las unidades están indicadas para que se pueda estimar la logística.

⁷ Si desea solicitar conversión retrospectiva, presentar durante inspección el historial del campo de los últimos 3 años, además una constancia que pueda demostrar el cumplimiento en cuanto al **no uso** de insumos prohibidos. Entre otros, este documento debe especificar área, lote, productor, fecha de inicio de la transición y de preferencia ser validado por una entidad del estado competente. El cumplimiento de todos estos requisitos será empleado por la certificadora para evaluar la transición retrospectiva junto a los hallazgos de la auditoría y los análisis recolectados y determinar qué estatus y para qué programas le corresponde al operador. **Solo para Ecuador**, para las conversiones retrospectivas parciales (IC3) deberá contarse con Declaraciones de preferencia juramentadas, de al menos tres personas/entidades que no se encuentren vinculados con la operación orgánica. La declaración debe contener: La declaración de cuánto tiempo atrás el predio ha sido manejado como orgánico y cuándo fue la última aplicación de productos prohibidos; Nombre y la dirección de contacto del emisor de la declaración; Fecha y el lugar de emisión de la declaración; Firma del declarante.

⁸ Para mayor información sobre los estándares, requerimientos y 'grupos pequeños de productores /sistema interno de control por favor contáctenos o consulte nuestro sitio web: <http://cucpublications.controlunion.com/>

⁹ Definición de producción paralela: Cuando en una unidad productiva, la producción de animales y/o vegetales, se realiza bajo los sistemas de producción orgánico y convencional en una misma superficie.

--

5. ¿La compañía o cualquier unidad agrícola, de proceso o productores, alguna vez ha sido registrada, inspeccionada o certificada para cualquier programa de certificación (Ejemplo: Orgánico, Global GAP, HACCP, etc.), por CU u otro Organismo de Certificación (OC)¹⁰? Sí _____ NO _____

SI ES SÍ, POR FAVOR MENCIONE	
El nombre del organismo de certificación	
Programa de certificación	
El número anterior de registro	
Validez del Certificado	
Razones del cambio de organismo de certificación (OC)	
Persona de contacto de la anterior agencia certificadora	

6. Tenga en cuenta que si la empresa solicitante tiene sede en un estado miembro de la Unión Europea, y su proyecto se encuentra en un país no perteneciente a la UE, se debe mantener su certificado orgánico válido de la EU para garantizar que se cubrirá toda la cadena¹¹.

7. Junto con este formato de aplicación firmado, adjunte la copia de la inscripción de su empresa en la Cámara de Comercio (en los países donde esta inscripción no sea obligatoria por ley, adjuntar referencia de registro oficial, donde se especifique representante legal, RUC/RUT y nombre de la empresa en PDF).

8. Por favor, envíe este documento tanto en formato electrónico (Word) como en formato PDF con la firma. Gracias.

DECLARACIÓN DEL SOLICITANTE

El que firma declara haber completado con veracidad este Formato de Aplicación.

Nombre del Declarante :

Posición (Cargo en la compañía) :

Firma :

Fecha :

Basados en la información anterior, CU elaborará una oferta sin compromiso de contrato y le será enviado.

¹⁰ Ver más información en el artículo 1.8 de la Regulación de Inspección CUP, anexo del contrato y disponible en <http://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificación>

¹¹ Para verificar la actividad y alcance geográfico de CU, por favor contáctenos o visite nuestro sitio web para más información.

Anexo N° 09: Contrato de Afiliación de Exportadores – ADEX



CONTRATO DE AFILIACIÓN A LA ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES - ADEX

El presente documento constituye un contrato de afiliación entre la ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES – ADEX, Asociación civil sin fines de lucro, con domicilio en la Av. Javier Prado Este N° 2875 San Borja, Lima, quién para estos efectos se denominará LA ASOCIACIÓN, y por la otra parte LA EMPRESA cuya información se detalla en el presente documento:

DATOS	
RUC/DN	<input type="text"/>
Fecha Aniversario:	<input type="text"/>
Razón Social:	Nombre Comercial:
<input type="text"/>	
Teléfono:	Mail: Web:

DATOS DE ENVÍO DE CORRESPONDENCIA	
Contacto:	<input type="text"/>
Teléfono:	Mail:
Dirección	de Correspondencia:

REPRESENTANTES ANTE ADEX (*)	
REPRESENTANTE TITULAR:	Cargo
Fecha de nacimiento:	Mail: Telf.: DNI /C.EXT.

REPRESENTANTE ALTERNO:	Cargo
Fecha de nacimiento:	Mail: Telf.: DNI /C.EXT.

OTROS REPRESENTANTES	
----------------------	--

PRESIDENTE DE DIRECTORIO: _____ **Cargo**

 Fecha de nacimiento: _____ Mail: _____ Telf.: _____ DNI /C.EXT.

GERENTE GENERAL: _____ **Cargo**

 Fecha de nacimiento: _____ Mail: _____ Telf.: _____ DNI /C.EXT.

GERENTE DE EXPORTACIONES: _____ **Cargo**

 Fecha de nacimiento: _____ Mail: _____ Telf.: _____ DNI /C.EXT.

GERENTE COMERCIAL: _____ **Cargo**

 Fecha de nacimiento: _____ Mail: _____ Telf.: _____ DNI /C.EXT.

GERENTE DE RECURSOS: _____ **Cargo**

 Fecha de nacimiento: _____ Mail: _____ Telf.: _____ DNI /C.EXT.

GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS: _____ **Cargo**

 Fecha de nacimiento: _____ Mail: _____ Telf.: _____ DNI /C.EXT.

RESPONSABLE DE PAGO

Contacto: _____ **Cargo:** Gerente
 General _____
 Teléfono: _____ E-mail: _____

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

Contacto: _____ **Cargo:** _____
 _____ Teléfono: _____ Mail: _____
 Buzón para Facturación Electrónica: _____

ACTIVIDAD, SECTOR Y PRODUCTOS

Actividad Principal
(marque sólo una)

Fabricante

Comercializador

Importador

Exportador

Servicios

Actividades
Complementarias

Fabricante

Comercializador

Importador

Exportador

Servicios

(puede marcar más de una opción)

Sector Económico al que pertenece su principal actividad

(Según tabla)

Subsectores

Código CIU según SUNAT

Principales Productos y/o Servicios

Según SUNAT

Indique si su producto lo fabrica (F), Comercializa (C), Importa (I), Exporta (E), Servicios (S).

_____	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> S	_____	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> S
_____	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> S	_____	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> S

INFORMACIÓN PARA USO INTERNO

Información complementaria: N° de empleados:

<input type="checkbox"/> 1 - 10 empleados	<input type="checkbox"/> 101 - 200 empleados	<input type="checkbox"/> Menos de 100	<input type="checkbox"/> de 851 a 3,5	<input type="checkbox"/> de 20,000 a 40,000
<input type="checkbox"/> 11 - 50 empleados	<input type="checkbox"/> 201 empleados	<input type="checkbox"/> de 100 a 350	<input type="checkbox"/> de 3,500 a 10,000	<input type="checkbox"/> más de 40,000
<input type="checkbox"/> 51 - 100 empleados		<input type="checkbox"/> de 351 a 850	<input type="checkbox"/> de 10,000 a 20,000	

Asociaciones gremiales a las que pertenece:

<input type="checkbox"/> CCL	<input type="checkbox"/> SNI	<input type="checkbox"/> ASBAN	<input type="checkbox"/> COMEX	<input type="checkbox"/> CANATU	<input type="checkbox"/> CONACO	<input type="checkbox"/> ASOC. AGENTES DE ADUANA
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--

INFORMACIÓN PARA LA

- Con la suscripción del presente contrato LA EMPRESA formaliza su solicitud de afiliación como miembro asociado de ADEX, en virtud del cual declara expresamente que conoce y acepta los términos y condiciones establecidos en el Estatuto de ADEX
- Cualquier cambio de datos del presente contrato, deberá ser notificado por escrito a ADEX a fin de mantener la información de LA EMPRESA al día. Dado el carácter esencialmente civil de ADEX, ésta se reserva el derecho de afiliación solicitada mediante el presente documento
- Todas las empresas postulantes están obligadas a presentar carta banco para débito automático en cuenta.
- La afiliación a ADEX es por tiempo indefinido salvo renuncia expresa del asociado o exclusión por las causales contempladas en el Estatuto.
- Al vencimiento del primer periodo de membresía, ADEX facturará automáticamente por un mismo periodo, salvo que el asociado informe con la debida anticipación la opción de cambiar su tiempo de facturación
- Al incumplimiento de pago de más de 3 cuotas ordinarias se procederá a la suspensión de los servicios y será causal de pérdida de la calidad de asociado, por lo que el Consejo Ejecutivo de ADEX podrá determinar la exclusión de la Asociación.
- En caso el asociado decida volver a acceder a los servicios, deberá pagar todos los meses que adeuda hasta la fecha de su reincorporación.
- En cuanto a la facturación de la empresa y sus efectos en la categoría correspondiente, ADEX podrá solicitar información sobre la facturación o consultar esta en fuentes públicas para efectos de recategorización.
- La facturación, así como el débito automático en cuenta se realizará dentro de los 3 primeros días hábiles del mes.

DATOS PARA SER LLENADO POR LA EMPRESA

Declaramos que la información que figura en esta solicitud expresa la verdad y nos comprometemos a cumplir con el pago de la membresía asignada a nuestra empresa. A su vez declaramos que tenemos conocimiento que la **única condición** válida para dejar de pertenecer a la Asociación de Exportadores (ADEX) y por consiguiente dejar de pagar la cuota institucional será con el envío de una carta (física) dirigida a la Gerencia General conteniendo la firma y sello del representante ante la institución. En caso de mantener más de 3 cuotas impagas, la empresa pasará a la condición de inactiva sin poder recibir los servicios de ADEX hasta regularizar la deuda. Asimismo, nos comprometemos a actualizar anualmente los datos de la empresa, incluyendo su rango de ventas.

Represente Legal
(Persona que autoriza la afiliación a ADEX)

Cargo

Sello y Firma

DATOS PARA SER LLENADO POR ADEX

Categoría:		Cuota Mensual:		20% Dcto Pago anual 10% Dcto Pago semetral
-------------------	--	-----------------------	--	--

Pago:
Mensual Semestral Anual

Ejecutivo de Negocios (Nombre y Firma

V° B° Jefe de Ventas

Ley de Protección de Datos Personales:

De conformidad con la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento D.S. N° 003-2013-JUS otorgo consentimiento libre, expreso, inequívoco e informado del tratamiento de mis datos personales para los fines inherentes a la prestación del servicio que ADEX brinda.



DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE MARCO LEGAL

Señores:

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Presente. -

Mediante la presente el suscrito, _____ [*Consignar nombres y apellidos del solicitante²*], Representante Legal de [*Consignar la razón social en caso de ser persona jurídica*], identificado con [*Consignar tipo de documento de identidad*] N° [*Consignar número de documento de identidad*], declaro bajo juramento que:

1. Mi información (en caso que el solicitante sea persona natural) o la información de la persona jurídica que represento, presentada para obtener la licencia de uso de la [*Indicar Marca País Perú o el nombre de la marca sectorial, según lo consignado en la Solicitud de licencia de uso*] es veraz, al amparo del principio de presunción de veracidad establecido en la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y modificatorias, sujetándome a las responsabilidades civiles, penales y administrativas que correspondan, en caso se compruebe su falsedad mediante cualquier acción de verificación posterior, y tiene el carácter de declaración jurada para todo efecto legal.
2. Las actividades económicas que realizo (en caso que el solicitante sea persona natural) o que realiza la persona jurídica que represento, cumplen con el marco legal establecido en el Perú y/o en los lugares en los que opero(a) en el extranjero.
3. La persona jurídica que represento cumple con las normas laborales vigentes en el Perú y/o en los lugares en los que opera en el extranjero.
4. Cumplo (en caso que el solicitante sea persona natural) o que la persona jurídica que represento cumple con la normativa sanitaria y ambiental vigente en el Perú y/o en los lugares en los que opero(a) en el extranjero.

5. Los socios, principales directivos y representantes de la persona jurídica, así como el suscrito, no tienen sentencias judiciales condenatorias por delitos en el Perú ni en los lugares en los que opera(o) en el extranjero.

6. Cumplir con lo estipulado en el “Reglamento para el otorgamiento de licencias de uso de la Marca País Perú y las marcas sectoriales”, y cualquier otra condición que establezca PROMPERÚ para regular el uso de la Marca País Perú y las marcas sectoriales usadas en co-branding con ella.

7. Ejecutar una política de mejora continua en las relaciones laborales con mis trabajadores (en caso que el solicitante sea persona jurídica), y en las relaciones con los clientes y proveedores, y de propender a mejorar la imagen del Perú y su desarrollo social, económico y su sostenibilidad ambiental.

Lima, *[Día]* de *[Mes]* de *[Año]*

Firma, Nombres y Apellidos del solicitante¹²

¹² De la persona natural o del Representante Legal en caso de ser persona jurídica.

Anexo N°11: Contrato Modelo ITC para la Compraventa Comercial Internacional
de Mercaderías

Vendedor

Nombre (razón social)
LEHT

Forma legal (por ejemplo, sociedad de responsabilidad limitada)
Sociedad Anónima Cerrada

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil
Perú

Domicilio (establecimiento del Vendedor, teléfono, fax, correo electrónico)
Av. Unión Mz. A lote 2 Asociación Luis Felipe de las casas

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de
representación)
Liz Evelyn Huaracha Toscano, Gerente general.

Comprador

Nombre (razón social)
Distribuidora Las Palmas Ltda.

Forma legal (por ejemplo, sociedad de responsabilidad limitada)
Sociedad de responsabilidad limitada

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil
Chile

Domicilio (establecimiento del Comprador, teléfono, fax, correo electrónico)
Av. Joaquín Rodríguez 2170, Macul, Santiago

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de
representación)
Javier Contreras, Área Comercial

En lo sucesivo denominadas como “las Partes”

1. Mercaderías

1.1. Sujeto a lo dispuesto en este contrato, el Vendedor entregará las siguientes mercaderías(s) (en lo subsecuente “las Mercaderías”) al Comprador.

1.2.Descripción de las Mercaderías (los detalles necesarios para definir/ especificar las Mercaderías que son objeto de la compraventa, incluyendo calidad requerida, descripción, certificados, país de origen, otros detalles).

1.3. Calidad de las Mercaderías (incluyendo unidades de medida).

1.3.1.Cantidad total120 cajas

1.3.2.Pago contra entrega15 días después de la firma..... (en caso de ser apropiado)

1.3.3.Porcentaje de tolerancia: Más o menos % (en caso de ser apropiado)

1.4.Inspección de las Mercaderías (cuando se requiera una inspección, especificar, como sea apropiado, los detalles de la organización responsable por inspeccionar la calidad y/o cantidad, lugar, fecha y/o periodo de inspección, responsabilidad de costos de inspección).

1.5. Empaquetado

1.6. Demás especificaciones

2. Entrega

2.1.Serán de aplicación los Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional (en lo sucesivo “CCI”) (con referencia a la versión más reciente de los Incoterms a la fecha de celebración del contrato).

2.2. Lugar de entregaA bordo del buque.....

2.3. Fecha o periodo de entrega

2.4. Transportista (nombre y domicilio, de ser aplicable)

2.5. Demás términos de entrega (si los hay)

3. Precio

3.1. Precio total
.....12,525.....

3.2. Precio por unidad (de ser apropiado)5.01.....

3.3. Cantidad en números2500 unidades.....

3.4. Cantidad en letrasDos mil y quinientos.....

3.5. Divisadolares.....

3.6. Método para determinar el precio (de ser apropiado)

4. Condiciones de pago

4.1. Medios de pago (por ejemplo, efectivo, cheque, giro bancario, transferencia)
.....Cobranza documentaria.....

4.2. Detalles de la cuenta bancaria del Vendedor (de ser apropiado)

4.3. Momento para el pago -- llegada del puerto destino
.....

Las Partes podrán convenir un método de pago similar a los supuestos mencionados a continuación, en cuyo caso se debe especificar el método convenido y proporcionar los detalles correspondientes:

- Pago por anticipado [especificar detalles]
- Pago por cobranza documentaria [especificar detalles]
- Pago por medio de crédito documentario irrevocable [especificar detalles]
.....
- Pago respaldado por garantía bancaria [especificar detalles]
- Otros medios de pago [especificar detalles]

5. Documentos

5.1. El Vendedor pondrá a disposición del Comprador (o presentará al banco especificado por el Comprador) la siguiente documentación (marcar los espacios correspondientes e indicar, según sea el caso, el número de copias a ser proporcionadas):

- Factura comercialX.....
- Los siguientes documentos de transporte (especificar requisitos detalladamente)X.....
- Lista de empaqueX.....
- Documentos de seguro
- Certificado de origenX.....
- Certificado de inspección
- Documentos de aduanaX.....

Otros documentos certificación orgánica

5.2. Adicionalmente, el Vendedor pondrá a disposición del Comprador los documentos mencionados en los Incoterms emitidos por la CCI según lo convenido por las Partes en el Artículo 2 de este contrato.

6. Incumplimiento de la obligación del Comprador de pagar el precio en el momento pactado

6.1. Si el Comprador incumple con pagar el precio en el momento convenido, el Vendedor otorgará al Comprador un término adicional de tiempo igual a (especificar duración) para el cumplimiento de la obligación de pago. Si el Comprador incumple con la obligación de pago al finalizar el término adicional, el Vendedor podrá declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

6.2. Si el Comprador incumple con su obligación de pagar el precio en el momento convenido, el Vendedor en todo caso tendrá derecho, sin limitar cualquier otro derecho que le pudiera corresponder, a cobrar intereses sobre el saldo insoluto (tanto antes o como después de cualquier fallo) a la tasa de *[especificar] % anual*. *[Alternativamente: Especificar cualquier otra tasa de interés convenida por las Partes.]*

[Comentario: Las Partes deben tomar en cuenta que en ciertos sistemas legales el pago de intereses es ilícito o sujeto a una tasa legal máxima o hay una disposición sobre intereses legales sobre pagos impuntuales.]

7. Incumplimiento de la obligación del vendedor de entregar las mercaderías al momento pactado

7.1. Si el Vendedor incumple con su obligación de entregar las Mercaderías en el momento pactado, el Comprador otorgará al Vendedor un término adicional de (especificar duración) para cumplir con la entrega. Si el Vendedor incumple en su obligación de entregar las Mercaderías al finalizar el término adicional, el Comprador podrá declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

[Opción: “ 7.2 Si el Vendedor se demora con la entrega de cualquier mercancía amparada por este contrato, el Comprador tiene derecho a solicitar daños

liquidados en la cantidad igual a 0.5% (las partes podrán convenir cualquier porcentaje:%) del precio de las Mercaderías por cada día completo de demora a partir de la fecha pactada de entrega o el último día del periodo de entrega pactado, tal y como se especifica en el Artículo 2 de este contrato, sujeto a que el Comprador notifique al Vendedor de la demora.]

Cuando el Comprador notifique al Vendedor dentro de días de la fecha pactada de entrega o el último día del periodo de entrega pactado, los daños se generarán a partir de la fecha pactada de entrega o a partir del último día de del periodo de entrega pactado. Cuando el Comprador notifique al Vendedor con más de días después de la fecha pactada de entrega o el último día del periodo de entrega pactado, los daños se generan a partir de la fecha de tal notificación. Los daños liquidados por mora no excederán% del predio de la mercancía demorada. Los daños líquidos por motivos de demora no impiden la resolución de este contrato de acuerdo al Artículo 10.”]

8. Falta de conformidad

8.1.El Comprador examinará las Mercaderías, o hará que sean examinadas dentro del periodo de tiempo más breve que sea posible de acuerdo a las circunstancias. El Comprador notificará al Vendedor en caso de cualquier falta de conformidad de las Mercaderías, especificando la naturaleza de la falta de conformidad, dentro de días después que el Comprador haya descubierto o debiera haber descubierto la falta de conformidad. En cualquier caso, el Comprador pierde el derecho de apoyarse en la falta de conformidad si omite notificar al Vendedor de la misma dentro de un periodo que no excederá de dos años (u otro periodo de tiempo) a partir de la fecha en que las Mercaderías fueron entregadas físicamente a la parte Compradora.

8.2.En caso de que el Comprador haya enviado un aviso de falta de conformidad al Vendedor, el Comprador podrá a su discreción:

- 8.2.1. Requerirle al Vendedor que entregue cualquier cantidad faltante de las Mercaderías, sin gasto adicional para el Comprador;
- 8.2.2. Requerirle al Vendedor que reemplace las Mercaderías por mercaderías conformes, sin gasto adicional para el Comprador;

- 8.2.3. Requerirle al Vendedor que repare las Mercaderías, sin costo adicional para el Comprador;
- 8.2.4. Reducir el precio en la misma proporción que el valor de las Mercaderías efectivamente entregadas tuvieron al momento de la entrega respecto al valor que mercaderías conformes hubieran tenido en ese momento. El Comprador no podrá reducir el precio si el Vendedor reemplaza las Mercaderías con mercaderías conformes de acuerdo con el párrafo 8.2.2 y 8.2.3 de este Artículo o si el Comprador se rehúsa en aceptar tal cumplimiento para parte del Vendedor;
- 8.2.5. Declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

En cualquier caso, el Comprador tendrá derecho a demandar daños.

[Opción: “8.3 La responsabilidad del Vendedor de conformidad con el presente Artículo por la falta de conformidad de las Mercaderías se limita a [especificar limitación(es)].”]

9. Transferencia de propiedad

El Vendedor deberá entregar al Comprador las Mercaderías especificadas en el Artículo 1 de este contrato libres de cualquier derecho o pretensión de terceros.

[Opción: “Retención de dominio. El Vendedor deberá entregar al Comprador las Mercaderías especificados en el Artículo 1 de este contrato libre de cualquier derecho o pretensión de terceros. La propiedad de las Mercaderías no pasará al Comprador hasta en tanto el Vendedor haya recibido el pago completo del precio de las Mercaderías. Hasta que la propiedad de las Mercaderías pase al Comprador, la Compradora mantendrá las Mercaderías separados de las Mercaderías propiedad del Comprador y terceros y adecuadamente almacenados, protegidos, asegurados e identificados como propiedad del Vendedor”.]

10. Resolución* del contrato

10.1. Hay incumplimiento de contrato cuando una de las partes no cumple con cualquiera de sus obligaciones derivadas de este contrato, incluyendo cumplimiento defectuoso, parcial o impuntual.

10.2. Existe un incumplimiento fundamental del contrato en el caso de que:

10.2.1. El cumplimiento estricto con la obligación que no se ha cumplido es esencial conforme a este contrato; o

10.2.2. El incumplimiento priva sustancialmente a la parte agraviada de lo que razonablemente tenía derecho a esperar conforme al presente contrato.

[Opción: “Las Partes adicionalmente acuerdan que los siguientes supuestos serán considerados como incumplimiento esencial de contrato: (Especificar los casos que constituyan un incumplimiento esencial de contrato por ejemplo el pago impuntual, entrega impuntual, falta de conformidad, etc.)”.]

10.3. En caso de un incumplimiento de contrato de acuerdo con el párrafo 10.1 del presente Artículo, la parte agraviada, podrá, mediante aviso a la otra parte, fijar un plazo adicional de (especificar duración) para el cumplimiento. Durante este periodo adicional la parte agraviada podrá suspender el cumplimiento de sus propias obligaciones recíprocas y podrá demandar daños, pero no podrá declarar resuelto el presente contrato. Si la otra parte omite cumplir al finalizar el plazo adicional, la parte afectada podrá declarar resuelto el presente contrato.

10.4. En caso de un incumplimiento esencial de contrato conformidad al párrafo 10.2 del presente Artículo, la parte agraviada podrá declarar el presente contrato resuelto sin necesidad de otorgar un término adicional para que la otra parte cumpla.

10.5. Una declaración de resolución de este contrato surte efectos únicamente si es notificada a la otra parte.

11. Fuerza mayor – excusa por el incumplimiento

11.1. Se entenderá por “fuerza mayor”: guerra, emergencia, accidente, incendio, sismo, inundación, tormenta, huelga industrial o cualquier otro hecho o impedimento que la parte afectada pruebe que estuvo fuera de su control y que no pudo haber razonablemente previsto los hechos al momento de la celebración del presente contrato, o de evitar o superar los hechos, o de evitar o superar sus consecuencias.

11.2.No se considerará que la parte afectada por los hechos de fuerza mayor ha incumplido con las obligaciones contractuales afectadas por los hechos de fuerza mayor previstas en este contrato, ni será responsable ante la otra, por cualquier retraso en el cumplimiento o el incumplimiento de cualquiera de sus obligaciones en la medida en que la demora o incumplimiento se deban a hechos de fuerza mayor que hayan sido debidamente notificados a la otra parte de conformidad con el Artículo 11.3 El momento para el cumplimiento con esa obligación se aplazará, sujeto a lo previsto en el Artículo 11.4.

11.3.Si se presenta un hecho de fuerza mayor que afecte o tenga la posibilidad de afectar a las partes en el cumplimiento con cualquiera de sus obligaciones conforme a este contrato, la parte afectada notificará a la otra parte dentro de un plazo razonable sobre la naturaleza del hecho en cuestión y el efecto que tiene en su capacidad de cumplir.

11.4.Si cualquiera de las partes se ve impedida o retrasada en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en el presente contrato por causa de fuerza mayor por un periodo continuo superior a tres [especificar otra cantidad] meses, la otra parte tendrá derecho de terminar el contrato mediante aviso fehaciente dado a la otra Parte afectada por la fuerza mayor.

[Si se prefiere, reemplazar la 11.4 con la siguiente alternativa: “11.4 Si cualquiera de las partes se ve impedida o retrasada en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en el presente contrato por causa de fuerza mayor por un periodo continuo superior a tres [especificar otra cantidad] meses, las Partes negociarán de buena fe, y usarán sus mejores esfuerzos para convenir sobre modificaciones al presente contrato o arreglos alternativos que sean justos y razonables con miras de reducir sus efectos, pero si no llegasen a convenir sobre las modificaciones o arreglos dentro de un periodo adicional de 30 [especificar cualquier otra cifra] días, la otra parte tendrá derecho a dar por terminado el presente contrato por medio de un aviso por escrito a la Parte afectada por el evento de fuerza mayor”.]

12. Cláusula de integración

12.1. El presente contrato describe la totalidad del acuerdo entre las Partes. Ninguna de las Partes ha celebrado el presente contrato fiándose en las declaraciones, garantías o promesas de la otra parte que no se hayan expresado o referido en el presente contrato. El presente Artículo no excluye de responsabilidad derivada de declaraciones o garantías fraudulentas.

[Agregar donde sea apropiado: “El presente contrato reemplaza cualquier acuerdo previo o entendimiento anterior entre las partes con respecto al objeto del presente.”]

12.2. El presente contrato no podrá ser modificado salvo por acuerdo escrito de las Partes (que puede incluir correo electrónico).

13. Avisos

13.1. Cualquier aviso que se requiera conforme al presente contrato se hará por escrito (que incluye correo electrónico) y podrá ser entregado dejándolo o enviándolo al domicilio de la otra parte que se especifica en el Artículo 13.2 siguiente, de manera que se asegure que se pueda probar la recepción del aviso.

13.2. Para efectos del Artículo 13.1, los detalles para las notificaciones son los siguientes, salvo que otros detalles hubieran sido debidamente notificados conforme a este Artículo.

-
-

14. Procedimiento de solución de controversias

Cualquier disputa, controversia o pretensión que surja o se relacione con el presente contrato, incluyendo su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez será resuelto conforme a las reglas de *[especificar la institución de arbitraje]* por *[especificar el número de árbitros, por ejemplo, árbitro único o, en caso de ser apropiado, tres árbitros]* designados de conformidad con tales reglas. El lugar del arbitraje será *[especificar]*. El idioma del arbitraje será *[especificar]*.

[Las siguientes son alternativas a designar a una institución arbitral específica conforme al Artículo 14.]

Alternativa 1: Arbitraje ad hoc

“Cualquier disputa, controversia o pretensión que surja o se relacione con el presente contrato, incluyendo su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez, será resuelto bajo las reglas de UNCITRAL [especificar otras reglas] por [especificar el número de árbitros, por ejemplo, arbitro único o, en caso de ser apropiado, tres árbitros] designados por [especificar nombre de persona o entidad que designa]. El lugar del arbitraje será [especificar]. El idioma del arbitraje será [especificar].” [Alternativa 2: Tribunales Estatales “Cualquier disputa, controversia o pretensión que surja o se relacione con este contrato, en particular su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez, será dirimido de manera definitiva por los tribunales de (especificar lugar y país) los cuales gozarán de jurisdicción exclusiva.”]

15. Ley Aplicable y principios guía

15.1. Todas las cuestiones relativas al presente contrato que no estén expresamente resueltas por las disposiciones de este contrato serán regidas por la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías (Convención de Viena de 1980 sobre la Compraventa, en lo subsecuente CISG).

Las cuestiones no previstas por la CISG serán regidas por los Principios UNIDROIT sobre los Contratos Comerciales Internacionales (en lo subsecuente los Principios UNIDROIT), y en la medida en que tales cuestiones no fueran previstas por los Principios UNIDROIT, por referencia a *[especificar la ley nacional relevante al escoger una de las siguientes opciones: La ley nacional aplicable en el país donde el Vendedor tiene su establecimiento, o*

La ley nacional aplicable en el país donde el Comprador tiene su establecimiento, o

La ley nacional aplicable de un tercer país (especificar el país).]

15.2. Este contrato será cumplido en un espíritu de buena fe y lealtad comercial.

FECHA Y FIRMA DE LAS PARTES

Vendedor

Comprador

Fecha

Nombre

Firma

Firma

Anexo N°12: Solicitud de Devolución del IGV

SUNAT	SOLICITUD DE DEVOLUCION	10 USO SUNAT		
09 FORMULARIO 4949	02 NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA	06 USO SUNAT Código de Area Evaluadora		
RUC DEL CONTRIBUYENTE	04 NUMERO DE ORDEN	28 TELEFONO		
APELLIDOS Y NOMBRES, DENOMINACION O RAZON SOCIAL :				
RUBRO I. DATOS GENERALES DE LA SOLICITUD DE DEVOLUCION				
TIPO DE SOLICITUD PRESENTADA <small>(Ver Anexo N° 1)</small>	DESCRIPCION	CODIGO	IMPORTE SOLICITADO EN DEVOLUCION	<small>Seleccione la modalidad: 1. Notas de Crédito Negociables 2. No Negociable 3. Orden de Pagos del Sistema Financiero</small>
		101	102	
N° DE FORMULARIO	N° DE ORDEN	PERIODO TRIBUTARIO		Mes Año
103	105	106		
TRIBUTO O CONCEPTO <small>(Ver anexo N° 2)</small>	DETALLE DEL TRIBUTO O CONCEPTO			CODIGO
				107
RUBRO II. DOCUMENTO QUE GARANTIZA LA DEVOLUCION				
TIPO DE DOCUMENTO		N° DE DOCUMENTO		USO SUNAT
200 1. Carta Fianza 2. Póliza de Caucción		201		Código del Ente Emisor 203
FECHA DE EMISION	Día Mes Año	FECHA DE EXPIRACION	Día Mes Año	MONTO DEL DOCUMENTO
204		205		206
TIPO DE DOCUMENTO		N° DE DOCUMENTO		USO SUNAT
208 1. Carta Fianza 2. Póliza de Caucción		209		Código del Ente Emisor 211
FECHA DE EMISION	Día Mes Año	FECHA DE EXPIRACION	Día Mes Año	MONTO DEL DOCUMENTO
212		213		214
RUBRO III. NOTAS DE CREDITO NEGOCIABLES SOLICITADAS				
CANTIDAD		MONTO		TOTAL
301		302		303
304		306	100,000	307
308		309	100,000	311
312		313	50,000	315
316		317	20,000	318
320		321	10,000	323
324		325	5,000	326
327		328	1,000	330
332		333	500	334
			DIFERENCIA	335
337			TOTAL	338
RUBRO IV. DETALLE PARA USO DE SOLICITUD 08, 13, 14 ó 16 (PERDIDA, NCN NO UTILIZADA, DETERIORO, DESTRUCCION O CHEQUE NO RECOGIDO)				
NUMERO DE NCN / CHEQUE	IMPORTE	NUMERO DE NCN / CHEQUE	IMPORTE	
600		604		609
601		606		610
602		607		611
603		608		612
DATOS DEL CONTRIBUYENTE O RESPONSABLE				13
APELLIDOS Y NOMBRES				
FIRMA				Sello y Fecha de Recepción SUNAT